

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pendirian sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas dan terdapat beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian suatu perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurka pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya

Tujuan utama perusahaan adalah untuk mencapai sasaran, sasaran yang dimaksud disini bisa berarti nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan berarti meningkatkan pula kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan sangat penting ini dikarenakan semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar pula minat investor untuk menanamkan modalnya.

Perusahaan dalam perkembangannya selalu berusaha untuk meningkatkan keunggulan perusahaannya dengan cara meningkatkan nilai perusahaan, ini dikarenakan nilai perusahaan merupakan aspek terpenting bagi investor. Salah satu indikator untuk menilai nilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak di masa mendatang adalah dengan cara melihat kemampuan perusahaan dalam membayar dividen. Besarnya dividen ini dapat memengaruhi harga saham. Apabila dividen yang dibayar tinggi, harga saham cenderung tinggi sehingga nilai perusahaan juga

tinggi. Sebaliknya bila dividen yang dibayarkan kecil, maka harga saham perusahaan tersebut juga rendah. Kemampuan membayar dividen erat hubungannya dengan kemampuan perusahaan memperoleh laba. Jika perusahaan memperoleh laba yang besar, kemampuan membayar dividen juga besar. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholders* karena manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan perusahaan.

Perusahaan pertambangan merupakan perusahaan yang besar dan terus mengalami perkembangan. Berikut ini merupakan tabel dari perkembangan nilai perusahaan yang dilihat dari *Price Book Value* (PBV) perusahaan pertambangan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019.

**Tabel 1.1**  
**Perkembangan Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan**  
**Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia**  
**Tahun 2016-2019**

| Tahun | Rata-rata<br>Nilai Perusahaan (PBV)<br>(Y) |         |
|-------|--|---------|
|       | Nilai                                      | + / -   |
| 2016  | 2.71                                       | 27.83%  |
| 2017  | 2.43                                       | -10.33% |
| 2018  | 1.46                                       | -39.92% |
| 2019  | 1.67                                       | 14.38%  |

Sumber : [www.idx.go.id](http://www.idx.go.id) (data diolah)

Dari Tabel 1.1 di atas dapat dilihat bahwa nilai rata-rata PBV pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 mengalami *fluktuasi* dimana dari tahun 2016 mengalami peningkatan 27.83% dari tahun 2015, tahun 2017 mengalami penurunan sebanyak 10.35% dari tahun 2016, tahun 2018 mengalami penurunan sebanyak 39.92% dari tahun 2017 dan pada

tahun 2019 kembali mengalami peningkatan sebanyak 14.38% dari tahun 2018. *Fluktiasi* nilai rata-rata PBV yang terjadi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019 ini disebabkan oleh naik turunnya harga saham yang beredar dipasar modal yang dapat mempengaruhi nilai buku dari perusahaan. Fenomena naik turunnya nilai perusahaan pertambangan yang di peroleh dari PBV menarik untuk dilakukan kajian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Seperti yang kita ketahui semakin meningkat dan berkembangnya perusahaan pertambangan maka semakin meningkat pula pemanfaatan sumberdaya alam maupun sumber daya sosial, hal ini akan sangat merugikan masyarakat yang berada di sekitar lingkungan perusahaan apabila perusahaan tidak memperhatikan dampak dari pemanfaatan sumber daya alam dan sosial. Hal ini akan menimbulkan tuntutan kepada perusahaan untuk lebih memperhatikan dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan dan bagaimana cara perusahaan mengatasi dampak dari operasional perusahaan agar tidak ada pihak lain yang dirugikan. Selain tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan sekitar, perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawabnya kepada karyawan, pelanggan, kreditor dan pemegang saham. Tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dikatakan sebagai suatu kepercayaan bahwa para manager, dalam menjalankan fungsi mengorganisasikan dan mengelola usaha akan membuat keputusan yang didasarkan kepada kepentingan sosial dan ekonomi Purwaningsih, (2014).

Perkembangan investasi industri pada sektor pertambangan ditunjukkan dengan laporan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada tahun 2017

nilai penanaman modal dalam negeri mencapai 0,3 %, penanaman modal asing mencapai nilai 13,6% pada tahun 2018 penanaman modal dalam negeri mengalami kenaikan menjadi 10,1%, penanaman modal asing menurun menjadi 10,4% dan pada tahun 2019 penanaman modal dalam negeri mengalami penurunan menjadi 6,0%, penanaman modal asing mengalami penurunan menjadi 9,1%.

Dari 47 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai dengan tahun 2019 sudah ada 30 perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* perusahaan tersebut adalah Atlas Resources Tbk., Baramulti Suksessarana Tbk., Bumi Resources Tbk., Bayan Resources Tbk., Darma Henwa Tbk., Delta Duni Makmur Tbk., Dian Swastatika Sentosa Tbk., Golden Energi Mines Tbk., Garad Tujuh Buana Tbk., Harus Energi Tbk., Indo Tambang Raya Megah Tbk., Resources Alam Tbk., Mitrabara Adiperdana Tbk., Samindi Resources Tbk., Golden Eagle Energy Tbk., Toba Bara Sejahtera Tbk., Apexindo Nusantara Infrastruktur Tbk., Elnusa Tbk., Energi Mega Persada Tbk., Petrosea Tbk., Mitra Investindo Tbk., Radiant Utama Interinco Tbk., Aneka Tambang Tbk., Citra Mineral Investindo Tbk., Central Omega Resources Tbk., Merdeka Copper Gold Tbk., J Resources Asia Pasifik Tbk., SMR Utama Tbk., Tiamah Tbk., Citatah Tbk, dan masih ada 17 perusahaan yang belum membuat laporan berkelanjutan mengenai pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*. Data di atas peneliti dapatkan dari *website* masing- masing perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Seperti yang kita ketahui bahwa perusahaan pertambangan merupakan perusahaan yang kegiatan usahanya berhubungan langsung dengan alam dimana seharusnya perusahaan pertambangan harus lebih memperhatikan dampak dari kegiatan usahanya.

Seperti yang kita ketahui mengenai PT Freeport yang ada di Papua dimana Papua adalah provinsi yang memiliki status otonomi khusus maka terdapat peraturan yang menyatakan bahwa 80% dari penghasilan nasional yang diterima oleh Freeport seharusnya kembali ke Papua. Selain itu, kasus lain yang pernah terjadi di Indonesia adalah pertambangan emas yang dilakukan oleh Newmont Minahasa Raya pada periode 1996 – 2004 lalu yang mengakibatkan lingkungan tercemar limbah dan ekosistem Teluk Bayur rusak serta penyakit kulit masyarakat merajalela. Selain permasalahan di atas terdapat kasus lain yang masih berlanjut dan sampai sekarang belum menemukan titik temu penyelesaian yakni semburan lumpur panas pada proyek PT Lapindo Brantas Inc. di Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kerugian yang ditimbulkan akibat semburan lumpur tersebut diantaranya kerugian ekonomi, industri dan infrastruktur. Kerugian ekonomi masyarakat antara lain hilangnya aset (lahan pertanian dan rumah) yang terendam lumpur dan hilangnya potensi pendapatan akibat kehilangan pekerjaan. Kerugian industri adalah hilangnya aset pabrik yang terendam lumpur dan hilangnya potensi pendapatan pabrik. Kerugian infrastruktur meliputi rusaknya jalan tol, jalan raya, jaringan listrik Jawa – Bali, rel kereta api, jaringan telepon, PDAM, jaringan irigasi, serta sarana publik lainnya, mulai dari sekolah hingga kantor desa

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan beberapa menunjukkan ketidak samaan hasil, Kalsum (2017), menghasilkan penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan proksi Tobin's Q, Fajriana (2016) menghasilkan penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan

terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan proksi Tobin's Q sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Ramona (2017), Sudarma (2017) dan Wahyuni (2018) menghasilkan penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Menyadari pentingnya menjaga kesetaraan pertumbuhan sumber daya yang ada dengan pertumbuhan perusahaan, *Corporate Social Responsibility* merupakan kewajiban yang dilakukan dan bukan sekedar pilihan sukarela bagi perusahaan. Kewajiban perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility* di atur dalam Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang menyatakan: (a) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Pasal 74: 1). (b) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dalam ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran (Pasal 74: 2). (c) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (Pasal 74: 3). (d) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah (Pasal 74: 4).

Kewajiban melaksanakan *Corporate Social Responsibility* juga diberlakukan bagi perusahaan yang melakukan penanaman modal di Indonesia, sebagaimana diatur di dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal yang tertuang dalam Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34. Pasal-pasal tersebut menjelaskan bahwa setiap penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan

tanggung jawab social perusahaan dan wajib untuk mengalokasikan dana secara bertahap untuk pemulihan lokasi yang memenuhi standar kelayakan lingkungan hidup bagi penanam modal yang menggunakan sumber daya alam tidak terbarukan Rahmadhani, (2012)

Puspaningrum (2014) mengemukakan beberapa motivasi dan manfaat yang diharapkan perusahaan dengan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan meliputi:

- 1) perusahaan terhindar dari reputasi negatif perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek tanpa mempedulikan akibat dari perilaku buruk perusahaan,
- 2) kerangka kerja etis yang kokoh dapat membantu para manajer dan karyawan menghadapi masalah seperti permintaan lapangan kerja di lingkungan dimana perusahaan bekerja,
- 3) perusahaan mendapat rasa hormat dari kelompok inti masyarakat yang membutuhkan keberadaan perusahaan khususnya dalam hal penyediaan lapangan pekerjaan,
- 4) perilaku etis perusahaan aman dari gangguan lingkungan sekitar sehingga dapat beroperasi secara lancar.

Selain permasalahan *Corporate Social Responsibility* ada juga kepemilikan manajerial yang dimana kepemilikan manajerial adalah pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (manajer, direktur atau komisaris) dan juga diberikan kesempatan untuk ikut memiliki saham perusahaan (pemegang saham). Kepemilikan manajerial sering dikaitkan sebagai upaya dalam peningkatan nilai perusahaan karena manajer selain sebagai manajemen sekaligus sebagai pemilik perusahaan akan merasakan langsung akibat dari keputusan yang diambilnya sehingga manajerial tidak akan melakukan tindakan yang hanya menguntungkan manajer Suastini (2016). Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*, hal tersebut terjadi karena manajer mengutamakan kepentingan

pribadi, sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan Permanasari (2010)

**Gambar 1.1**  
**Rata-Rata Kepemilikan Manajerial Sektor Pertambangan**  
**Periode 2016-2019**



Dari Gambar 1.1 di atas kita bisa lihat bahwa kepemilikan manajerial setiap tahunnya terus mengalami peningkatan dimana pada tahun 2016 kepemilikan manajerial di angka 5.56%, kemudian pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 0.16% menjadi 5.72%, tahun 2018 mengalami peningkatan yang cukup tinggi sebanyak 6.17% menjadi 11.89%, dan pada tahun 2019 mengalami peningkatan sebanyak 0,02% menjadi 11.91%.

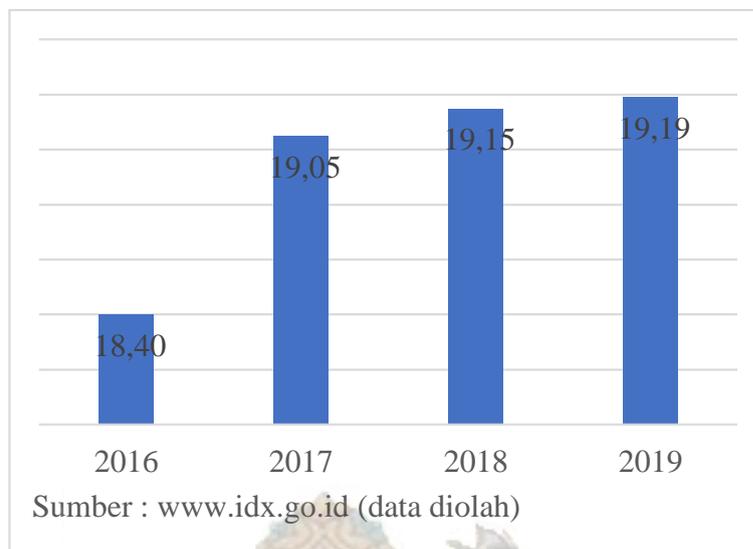
Jika kepemilikan manajerial di dalam perusahaan semakin tinggi maka manajemen akan lebih meningkatkan kinerjanya karena manajemen memiliki tanggung jawab untuk memenuhi keinginan dari pemegang saham Permatasari (2017). Dengan adanya peningkatan kepemilikan saham tersebut, tindakan yang menguntungkan pribadi manajer dapat dicegah, sehingga dapat menyatukan

kepentingan antara *agent* dan *principal*. Peningkatan kepemilikan saham oleh manajemen akan mensejajarkan posisinya dengan para pemegang saham sehingga manajemen akan termotivasi untuk mengambil keputusan – keputusan yang meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Budianto, *et al.*, (2014), Suastini, *et al.*, (2016) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anita *et al* (2016) dan Puspaningrum (2014) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Uraian diatas menyatakan bahwa penelitian yang berhubungan dengan *Corporate Social Responsibility*, nilai perusahaan dan kepemilikan manajemen. Penelitian menunjukkan bahwa masing – masing variabel tersebut memiliki pengaruh satu sama lain. Baik itu pengaruh negative maupun pengaruh positif. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang di lakukan oleh Ramona (2017). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ramona (2017) adalah ditambahkan kepemilikan manajerial sebagai variabel eksogen selain menggunakan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu variabel *moderating* yang digunakan yakni ukuran perusahaan. Sampel dalam penelitian ini mengambil objek Perusahaan Pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

**Gambar 1.2**  
**Rata-Rata Ukuran Perusahaan Sektor Pertambangan**  
**Periode 2016-2019**



Dari Gambar 1.2 kita bisa lihat bahwa ukuran perusahaan sektor pertambangan terus mengalami peningkatan dari tahun ketahun dilihat dari tahun 2016 rata-rata ukuran perusahaan pertambangan berada di angka 18.40%, pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebanyak 0.65% menjadi 19.05%, pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebanyak 0.10% menjadi 19.15%, dan pada tahun 2019 juga mengalami peningkatan sebanyak 0.04% menjadi 19.19%. Ini menarik perhatian peneliti untuk menjadikan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* karena ukuran perusahaan bisa menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan dengan aset yang makin lama makin besar memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap para pemegang sahamnya namun juga dengan *stakeholder* yang lain, seperti masyarakat sekitar dan pemerintah. Oleh sebab itu demi menjaga hubungan baik dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, akan lebih memperhatikan dampak usahanya terhadap sosial dan lingkungan. Selain itu perusahaan besar cenderung menarik perhatian dan sorotan dari publik sehingga akan mendorong perusahaan tersebut untuk menerapkan struktur *corporate*

*governance* yang baik agar pendanaan dari pihak eksternal tetap stabil. Penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Puspaningrum (2014), memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan,. Penelitian yang dilakukan oleh Karundeng, *et al.*, (2017) memperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Cristofer, *et al.*, (2019) mendapatkan hasil bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, maka penelitian ini akan dilakukan pada perusahaan pertambangan yang ada di Bursa Efek Indonesia dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* di Bursa Efek Indonesia?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia.
2. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia.
3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pertambangan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* di Bursa Efek Indonesia.
4. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel *moderating* di Bursa Efek Indonesia.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian ini ada dua yaitu penelitian teoritis dan penelitian praktis.

1. Manfaat Terotitis

Bedasarkan aspek teoritis, penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan baru di bidang akuntansi yang berhubungan dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan khususnya perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI.

## 2. Manfaat Praktis

Berdasarkan aspek praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pentingnya *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajerial sebagai pertimbangan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu diharapkan pula dapat membantu investor untuk mengetahui aspek – aspek apa saja yang dipertimbangkan dalam melakukan investasi.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori Agensi

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemilik perusahaan sebagai *prinsipal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan. Karena perbedaan kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri.

Untuk dapat memenuhi keinginan *principal* maka *agent* memiliki kecenderungan untuk memperoleh laba yang sebesar-besarnya dengan biaya yang kecil, karena manajemen tidak menyukai dengan adanya resiko. *Agency theory* memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri (*self-interest*) bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham. *Eisenhardt* menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia untuk menjelaskan teori agensi, yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir

terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*) Ujianto, *et al.*, (2007).

### 2.1.2 *Teory Signal*

*Teory Signal* menjelaskan pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan kepada keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan hal terpenting bagi investor karena informasi dapat memberikan penjelasan ataupun gambaran kelangsungan hidup suatu perusahaan dimasa mendatang. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat di perlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Manajer memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka menerapkan kebijakan akuntansi konservatisme yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas karena prinsip ini mencegah perusahaan melakukan tindakan membesar-besarkan laba dan membantu pengguna laporan keuangan dengan menyajikan laba dan aktiva yang tidak *overstate*. Informasi yang diterima oleh investor terlebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang jelek (*bad news*).

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi *signal* bagi pihak di luar perusahaan, terumatom bagi para investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa laporan akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui

oleh pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi resiko relatif setiap perusahaan sehingga dapat melakukan *diversifikasi portofolio* dan kombinasi investasi dengan *preferensi* resiko yang diinginkan. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan tahunan secara terbuka dan transparan.

### **2.1.3 Corporate Social Responsibility**

Belum ada pengertian tunggal yang disepakati oleh semua pihak mengenai pengertian *Corporate Social Responsibility*. Pengertian yang disampaikan oleh banyak ahli, praktisi dan peneliti memang belum memiliki kesamaan, tetapi dalam banyak hal memiliki kesamaan esensi. Berkaitan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility*. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program *Corporate Social Responsibility*, dan dapat pula dijadikan cermin untuk menentukan model *Corporate Social Responsibility* yang tepat Kusumadilaga (2010).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* yang merupakan lembaga internasional yang berdiri tahun 1955, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta

perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun bagi pembangunan Ramadhani,( 2012)

Permatasari (2010) mengartikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus-menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya. *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan Aditama (2013).

Manfaat bagi perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* yaitu perusahaan akan mendapatka dukungan penuh dari komunitas atau masyarakat yang merasakan manfaat kegiatannya, *Corporate Social Responsibility* yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*. Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktifitas serta kemajuan yang mereka raih,

Tujuan perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* adalah untuk meningkatkan citra perusahaan yang akan membuka akses para investor

untuk menanamkan modalnya karena investor sudah mulai menyadari pentingnya *Corporate Social Responsibility*.

Menurut Puspaningrum, (2014), tujuan dari *Corporate Social Responsibility* adalah untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan dan budaya perusahaan berkelanjutan dalam tiga aspek yakni:

1. Aspek Ekonomi

Aspek ekonomi dari *Corporate Social Responsibility* meliputi pemahaman mengenai dampak – dampak ekonomi dari kegiatan bisnis perusahaan. Bagaimanapun tanggung jawab ekonomi bukan hanya masalah perusahaan yang bertanggungjawab secara finansial, pencatatan jumlah tenaga kerja dan hutang dalam laporan akhir tanggung jawab sosial perusahaan. Dimensi ekonomi dari agenda *sustainability* harus lebih memperhatikan dampak langsung dan tidak langsung yang disebabkan oleh kegiatan operasi perusahaan terhadap lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan para *stakeholder*.

2. Aspek Sosial

Dewasa ini telah banyak perusahaan yang meningkatkan perhatiannya secara aktif terhadap aspek sosial. Memberikan perhatian terhadap aspek social berarti bertanggung jawab terhadap dampak sosial akibat dari kegiatan operasi perusahaan secara langsung maupun tidak langsung. Aspek ini mencakup karyawan yang bekerja pada perusahaan, komunitas dimana tempat perusahaan atau kegiatan operasi perusahaan berada, konsumen dan keseluruhan pihak yang termasuk dalam *stakeholder*

### 3. Aspek lingkungan dan ekologi

Terdapat berbagai macam dampak yang terjadi pada lingkungan akibat dari aktivitas operasional perusahaan. Pada umumnya, dampak yang terjadi terhadap lingkungan cenderung dampak yang negatif seperti eksploitasi sumber daya alam yang terlalu berlebihan atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, polusi, degenarasi biodiversitas, perubahan iklim, rusaknya kawasan perhutanan.

#### 2.1.4 Kepemilikan Manajerial

Secara khusus kepemilikan manajer terhadap perusahaan atau yang biasa dikenal dengan istilah *Insider Ownership* didefinisikan sebagai persentase suara yang berkaitan dengan saham dan *option* yang dimiliki oleh manajer dan direksi suatu perusahaan Rawi, (2009). Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Menurut Permanasari, (2010) menyatakan ketika kepemilikan saham oleh manajemen rendah maka ada kecenderungan akan terjadinya perilaku *opportunistic* manajer yang akan meningkat juga. Dengan adanya kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dapat meminimalisir perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara agen dan prinsipal diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham. Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan

komisaris). Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan.

### **2.1.5 Nilai Perusahaan**

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

Terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

1. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai

entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
5. Nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin pada tahun 1967. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi *incremental*. Jika rasio Tobin's Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Apabila Tobin's Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidak akan menarik bagi investor. Jadi Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber – sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya. Tobin's Q adalah pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari asset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan Sudiyatno, *et al.*, (2010).

Apabila perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai dasar sebelumnya, maka akan memiliki biaya untuk meningkatkan kembali, dan laba kemungkinan akan didapatkan. Berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa *insentif* untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya.

### 2.1.6 Ukuran Perusahaan

Menurut Hertina, (2018), Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total assets* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Klasifikasi usaha menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

1. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan

anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang – Undang ini.

2. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini.
3. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total aktiva, penjualan atau modal dalam perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total asset yang kecil.

## 2.2 Penelitian Sebelumnya

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang mengangkat *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajerial, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan sebagai variabel dalam penelitiannya, berikut ini adalah rekapan dari beberapa penelitian sebelumnya yang mendapatkan hasil yang berbeda.

**Tabel 2.1**  
**Rekapan Penelitian Sebelumnya**

| No | Nama, Tahun, Judul   | Variabel       |                |   |   | Hasil Penelitian  |
|----|--|----------------|----------------|---|---|---|
|    |  | X <sub>1</sub> | X <sub>2</sub> | M | Y |   |
| 1  | Wien Ika Permanasari, 2010, Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan   | √              | √              |   | √ | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel corporate social responsibility. Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional   |
| 2  | Laras Surya Ramadhani, 2012, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei | √              | √              |   | √ | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility, prosentase kepemilikan dan interaksinya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi secara parsial hanya interaksi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan prosentase kepemilikan manajemen yang memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan. |

|   |   |   |   |   |  |
|---|---|---|---|---|--|
| 3 | Siti Purwaningsih, 2014, Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan   | √ |   |   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) CSR berpengaruh terhadap ROA, 2) CSR berpengaruh terhadap ROE, 3) CSR Berpengaruh terhadap EPS.   |
| 4 | Yustisia Puspaningrum, 2014, Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating                       | √ | √ | √ | Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, (2) Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, (3) Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, (4) Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, (5) Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, (6) Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan |
| 5 | Danny Setya Aditama, 2013, Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage Dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia | √ | √ | √ | Hasil penelitian ini menunjukkan variabel <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusi, pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan  |

|   |  |   |   |   |   |
|---|--|---|---|---|---|
| 6 | Aprilia Anita dan Arief yulianto, 2016, Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan.   | √ | √ | √ | Hasil penelitian ini menunjukkan: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.   |
| 7 | Yohanis Emass Cristifer dan Paskah Ika Nugroho, 2019, Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.  | √ | √ | √ | Hasil penelitian ini menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.   |
| 8 | Umi Kalsum, 2017, Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi.   | √ | √ | √ | Hasil penelitian menyatakan bahwa pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.   |
| 9 | Frandy Karundeng dan Grace B. Nangoi, 2017, Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi ( Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 – 2016) | √ | √ | √ | Hasil Penelitian ini menyatakan Bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hasil yang sama juga terdapat pada pengaruh kepemilikan manajemen dan ukuran perusahaan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kemudian profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan, akan tetapi dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa kepemilikan manajemen dan ukuran perusahaan tidak memperkuat hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan nilai perusahaan. |

|    |   |  |   |   |  |
|----|---|--|---|---|--|
| 10 | Ni Made Suastini, Ida Bagus Anom Purbawangsa dan Henny Rahyudi, 2016, Pengaruh Kepemilakn Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia (Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi) |  | √ | √ | Hasil penelitiannya menyatakan bahwa, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. |
|----|---|--|---|---|--|

Sumber : Hasil – hasil penelitian sebelumnya

