

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Penelitian Terdahulu

Rimba Kusumadilaga (2010) menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variable moderating dengan menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2006 dan 2008 mengungkapkan hasil Variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan Variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Fachrur Dian dan Rika Lidyah Tahun 2014 menguji tentang pengaruh CSR, kepemilikan manajerial, dan kepemilikan institusi terhadap nilai perusahaan tambang batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode analisis dalam penelitian ini yaitu dari 2010 sampai 2012. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang di tentukan. Hasil dari penelitian menunjukan Secara simultan *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Yustisia Puspaningrum di Tahun 2014 menguji tentang pengaruh CSR, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variable moderating. Dengan data yang di uji dari perusahaan pertambangan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Periode 2011-2012. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa Kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia.

Silvia Agustina di tahun 2013 menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia ) dengan

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

memperoleh sampel 158 perusahaan selama periode pengamatan 2007-2010 menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dyah Ardana Riswari (2012) menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Governance sebagai variabel moderating dengan memperoleh sampel 70 perusahaan selama periode pengamatan 2008-2009 menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa Hasilnya variabel corporate governance dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## 2.2 Corporate Social Responsibility

### 2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

Menurut Riswari dan Cahyonowati (2012), konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Pengertian dari CSR telah dikemukakan oleh banyak peneliti. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz (2007) dalam Harmoni dan Andriyani (2008), pengertian tanggung jawab sosial (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

World bank (bank dunia) mendefinisikan CSR sebagai :

*“CSR is commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives, the local community and society at large to improve quality of live, in ways that are both good for business and good for development”.*

Arti definisi tersebut adalah CSR merupakan suatu komitmen bisnis untuk berperan dalam pembangunan ekonomi yang dapat bekerja dengan karyawan dan perwakilan mereka, masyarakat sekitar dan masyarakat yang lebih luas untuk memperbaiki kualitas hidup, dengan cara yang baik bagi bisnis maupun pengembangan.

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625



*Corporate social Responsibility* merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggungjawab sosial di bidang hukum, Darwin (2004) dalam Kurnianto (2010). Pendapat Friedman, tanggung jawab sosial adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (owner), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Sebaliknya konsep *triple bottom line* (*profit, planet, people*) yang digagas oleh John Elkington makin masuk ke dalam *mainstream* etika bisnis (Suharto 2008) dalam Kurnianto (2010).

John Elkington dalam Kurnianto (2010) mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity, environmental quality* dan *social justice*. Perusahaan yang ingin berkelanjutan harus memperhatikan “3P”. Perusahaan harus mampu memenuhi mengenai kesejahteraan masyarakat (*people*), turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*), serta mengejar *profit*. *triple-p bottom line* (3P) dijelaskan sebagai berikut :

1. Profit (keuntungan)

*Profit* merupakan tambahan pendapatan yang dapat digunakan untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Aktifitas yang dapat digunakan untuk meraih *profit* yaitu dengan meningkatkan produktivitas dan melakukan efisiensi biaya, sehingga perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif yang dapat memberikan nilai tambah semaksimal mungkin. Peningkatan produktivitas dilakukan dengan memperbaiki manajemen kerja melalui penyederhanaan proses, mengurangi aktivitas yang tidak efisien, menghemat waktu proses dan pelayanan. Termasuk juga menggunakan material sehemat mungkin dan biaya serendah mungkin.

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella Felicia Estelline NPK: A.2014.1.32625

## 2. People (Manusia)

Masyarakat merupakan *stakeholder* penting bagi perusahaan, karena dukungan mereka sangat diperlukan bagi keberadaan, kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Masyarakat tidak dapat dipungkiri menjadi bagian yang tidak terpisahkan dengan perusahaan. Perusahaan jika ingin tetap bertahan dan diterima, maka perlu berkomitmen untuk berupaya memberikan manfaat sebesar-besarnya kepada masyarakat sekitar. Operasi perusahaan berpotensi memberikan dampak kepada masyarakat.

## 3. Planet

Lingkungan adalah sesuatu yang terkait dengan seluruh bidang kehidupan manusia. Semua kegiatan yang manusia lakukan berhubungan dengan lingkungan. Lingkungan dapat menjadi teman atau musuh manusia tergantung bagaimana memperlakukannya. Hubungan manusia dengan lingkungan adalah hubungan sebab akibat, dimana jika manusia merawat lingkungan, maka lingkungan pun akan memberikan manfaat kepada manusia. Sebaliknya, jika lingkungan dirusak, maka akan mendapat akibatnya.

### a. Aspek Tiga Dimensi CSR

Ellington merumuskan lingkup tanggung jawab perusahaan dalam *model triple bottom line* yaitu *people, planet, and profit*. Pembangunan yang berkelanjutan yang erat kaitannya dengan CSR harus mencakup 3 hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan.

Menurut Mohammed Belal Uddin (2008), tujuan dari CSR adalah untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan dan budaya perusahaan berkelanjutan dalam tiga aspek yakni :

#### 1) Aspek ekonomi

Aspek ekonomi dari CSR meliputi pemahaman mengenai dampak – dampak ekonomi dari kegiatan bisnis perusahaan. Bagaimanapun, tanggung jawab ekonomi

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

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 sosial 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, dsb.

Komitmen yang sungguh – sungguh dari perusahaan dapat ditunjukkan dengan mengubah kegiatan operasional perusahaan menjadi lebih ramah lingkungan. Sebagai contoh kegiatan tersebut seperti penekanan pada peningkatan produktivitas sumber daya, kegiatan produksi yang lebih bersih, dan dialog secara aktif dengan *stakeholder* yang berkaitan dengan perusahaan dan lingkungan.

Peningkatan *environmental performance* juga berdampak baik terhadap perusahaan itu sendiri. Penggunaan material yang tidak terlalu berlebihan dan perampingan dalam proses produksi untuk menghindari pencemaran yang berlebihan memungkinkan terciptanya biaya produksi dan operasional yang lebih rendah secara

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella Felicia Estelline NPK: A.2014.1.32625

signifikan. Selain itu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan lebih disukai oleh konsumen.

b. Sustainability Reporting

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006).

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif (Suharto, 2007 dalam Rimba, 2010).

- 1) Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR :
  - a. Perusahaan minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
  - b. Perusahaan ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR – nya rendah.
  - c. Perusahaan humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran CSR relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut dengan dermawan atau baik hati.
  - d. Perusahaan reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi. Perusahaan ini memandang CSR bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.
- 2) Berdasarkan tujuan CSR : apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat :
  - a. Perusahaan pasif. Perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan jelas bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.

- b. Perusahaan impresif. CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan “tebar pesona” daripada “tebar karya”.
- c. Perusahaan agresif. CSR lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
- d. Perusahaan progresif. Perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan CSR dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu – sama lain bagi kemajuan perusahaan.

Menurut Wahyuning Ambar Setianingrum (2015) ,karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

### 2.2.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Menurut Daniri (2008) terdapat dua hal yang dapat mendorong perusahaan menerapkan CSR, yaitu bersifat dari luar perusahaan (*external drivers*) dan dari dalam perusahaan (*internal drivers*). Termasuk kategori pendorong dari luar, misalnya adanya regulasi, hukum, dan diwajibkannya analisis mengenai dampak lingkungan (Amdal). Pemerintah melalui Kementerian Lingkungan Hidup (KLH) telah memberlakukan audit Proper (Program penilaian peningkatan kinerja perusahaan). Pendorong dari dalam perusahaan terutama bersumber dari

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella Felicia Estelline NPK: A.2014.1.32625

perilaku manajemen dan pemilik perusahaan (*stakeholders*), termasuk tingkat kepedulian/tanggung jawab perusahaan untuk membangun masyarakat sekitar (*community development responsibility*).

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu *profit*, lingkungan, dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah. Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas – aktivitas sertapembuatan-pembuatan kebijakan-kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan dan penguatan ekonomi lokal.

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Kotler dkk (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak manfaat yang dapat diperoleh atas aktivitas CSR. Adapun manfaat dari CSR tersebut adalah sebagai berikut :

1. Meningkatkan penjualan dan *market share*.
2. Memperkuat *brand positioning*.

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

3. Meningkatkan citra perusahaan.
4. Menurunkan biaya operasi.
5. Meningkatkan daya tarik perusahaan di mata para investor dan analisis keuangan.

Dengan melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan menumbuhkan rasa keberterimaan masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Kondisi seperti itulah yang pada gilirannya dapat memberikan keuntungan ekonomi-bisnis kepada perusahaan yang bersangkutan. CSR tidaklah harus dipandang sebagai tuntutan represif dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha.

### 2.3 Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah proporsi pemegang saham yang dimiliki oleh pemilik institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan lain kecuali anak perusahaan dan institusi lain yang memiliki hubungan intimewa (perusahaan afiliasi dan perusahaan asosiasi) (Tarjo, 2008). Menurut Permanasari (2010) kepemilikan institusional dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajer karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan yang lebih optimal agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Monitoring tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekankan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Shleifer dan Vishny (1986) dalam Haruman (2007) menyatakan bahwa jumlah pemegang saham besar mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan institusional akan dapat memonitor tim manajemen secara efektif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Freshilia dan Rusiti (2014) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional dapat membantu untuk melakukan

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

monitoring perusahaan. Dengan demikian, kemungkinan untuk mencapai kepentingan pribadi akan berkurang.

Semakintinggi kepemilikan institusional maka akan mengurangi perilaku *opportunistic* manajer yang dapat mengurangi *agency cost* yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan (Wahyudi dan Pawestri, 2006). Menurut Shleifer dan Vishny (dalam Tendi Haruman, 2008), jumlah pemegang saham yang besar (*large shareholders*) mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti kepemilikan oleh institusional akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tingginya kepemilikan oleh institusi akan meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan. Pengawasan yang tinggi ini akan meminimalisasi tingkat penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan. Selain itu, pemilik institusional akan berusaha melakukan usaha-usaha positif guna meningkatkan nilai perusahaan miliknya.

## 2.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinze, 1976 dalam Florence, *et al.*, 2004). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Preston, 1978, Hackston & Milne, 1996 dalam Anggraini, 2006).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mencerminkan suatu pendekatan manajemen *adaptive* dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, ketrampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Cowen, *et al.*, 1987 dalam Florence, *et al.*, 2004).

Menurut Petronila dan Mukhlisin (2003) dalam Wahidahwati (2002) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelolaperusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Ang (1997) dalam Wahidahwati (2002) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen, tapi juga akan memperoleh *power* yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan deviden sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Jadi, profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya.

Penilaian profitabilitas akan menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam melaksanakan aktivitas – aktivitas bisnis untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan, yang dimana pada akhirnya juga akan berpengaruh pada peningkatan kemakmuran pemilik perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan dapat terlihat dari penyajian laporan keuangan. Profitabilitas keuangan perusahaan dideskripsikan dalam laporan laba – rugi yang merupakan bagian dari laporang

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625



keuangan perusahaan dimana laporan tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk pembuatan keputusan ekonomi.

Terdapat beberapa pengukuran tingkat profitabilitas dimana masing – masing pengukuran dihubungkan dengan volume penjualan, total aktiva dan modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dan mencari keuntungan. Hasil pengukuran tersebut juga dapat dijadikan sebagai alat evaluasi kinerja manajemen, apakah mereka telah bekerja secara efektif atau tidak.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai pengukur profitabilitas perusahaan. Ukuran yang sering digunakan dalam penghitungan adalah :

$$ROA = \frac{\text{labasetelahpajak}}{\text{totalasset}} \times 100\%$$

ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba. Semakin besar nilai ROA menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham yang akan naik. Perusahaan yang diprediksi mempunyai prospek baik di masa mendatang, nilai sahamnya akan menjadi tinggi. Manager pada perusahaan yang *profitable* memiliki dorongan atau insentif yang lebih untuk mengungkapkan informasi untuk mendukung keberlanjutan posisi mereka dan juga kompensasi yang diperoleh (Wallace et al.,

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

1994; Inchausti, 1997 dalam Sandra Aulia, 2011). Singhvai dan Desai, (1971) dan Roberts (1992) dalam Sandra Aulia (2011) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan.

## 2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai 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.

Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari tingginya harga saham perusahaan, jika nilai sahamnya tinggi dapat dikatakan nilai perusahaan juga baik. Setiap perusahaan yang didirikan menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga tinggi sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Karena tujuan perusahaan dalam jangka panjang adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya (Gunawan dan Utami, 2008).

Pengertian nilai perusahaan dicerminkan pada kekuatan tawar menawar saham. Apabila perusahaan diperkirakan sebagai perusahaan mempunyai prospek pada masa yang akan datang, maka nilai sahamnya menjadi tinggi. Sebaliknya, apabila perusahaan dinilai kurang memiliki prospek maka harga saham menjadi rendah, Usunariyah (2003:54).

Pada dasarnya tujuan manajemen keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Akan tetapi di balik tujuan tersebut masih terdapat konflik antara pemilik perusahaan dengan penyedia dana sebagai kreditur. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat, sedangkan nilai hutang perusahaan

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai dari saham kepemilikan bisa merupakan indeks yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan. Berdasarkan alasan itulah, maka tujuan manajemen keuangan dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi nilai saham kepemilikan perusahaan, atau memaksimalkan harga saham. Tujuan memaksimalkan harga saham tidak berarti bahwa para manajer harus berupaya mencari kenaikan nilai saham dengan mengorbankan para pemegang obligasi.

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan antara lain:

1. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price earning ratio* menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham dan Houston, 2006:110). Kegunaan *price earning ratio* adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share*-nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

2. Tobin's Q

Tobin's Q ditemukan oleh seorang pemenang hadiah nobel dari Amerika Serikat yaitu James Tobin. Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantinya:

Menurut konsepnya, rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada berapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. Dalam praktiknya, rasio Q sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah

perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014:20).

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

### 3. *Price to Book Value (PBV)*

Komponen penting lain yang harus diperhatikan dalam analisis kondisi perusahaan adalah *Price to Book Value (PBV)* yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli. Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

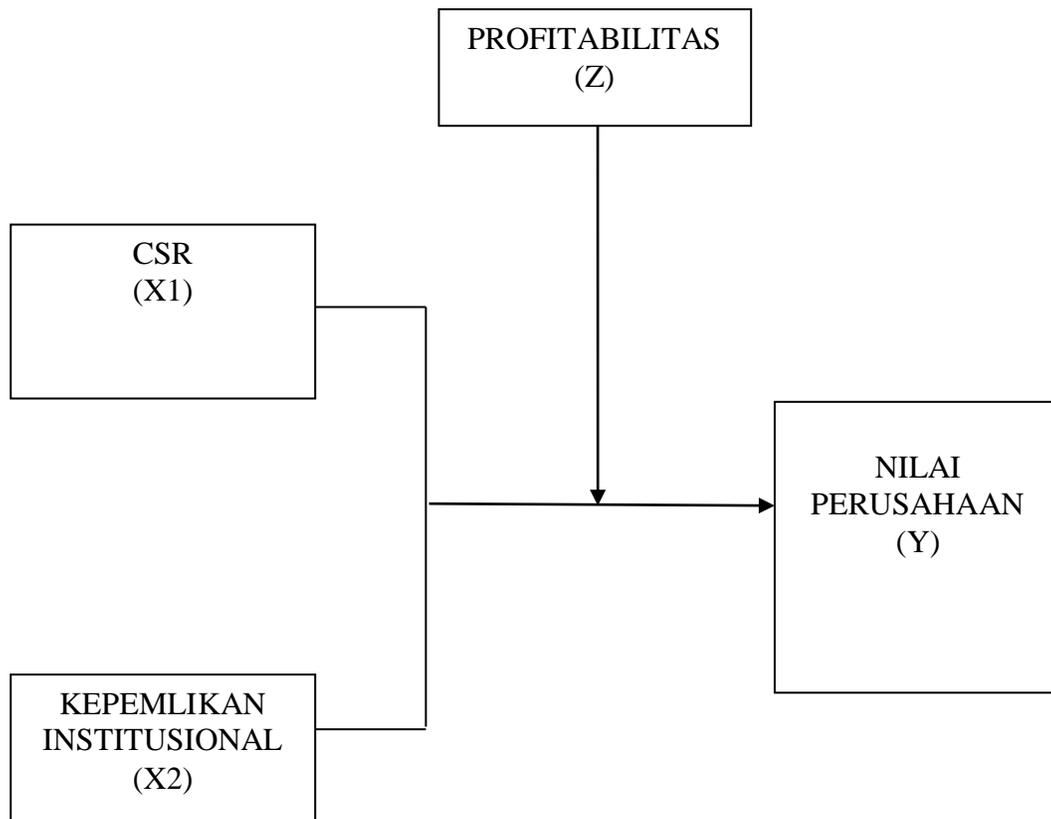
## 2.6 Model Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, maka variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat dirumuskan dalam suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625



## 2.7 Hipotesis

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka berpikir, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut :

### 2.7.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsure yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella FeliciaEstelline NPK: A.2014.1.32625

secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Apabila harga saham perusahaan tinggi, maka dapat dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan pengungkapan CSR agar investor tertarik dalam mengambil keputusan untuk investasi. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggungjawab sosial kepada masyarakat (Retno dan Priantini, 2012).

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 – 2016.

### 2.7.2 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain (Tarjo, 2008). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Monitoring tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Tingkat kepemilikan institusional yang tinggi akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku opportunistik manajer.

Penelitian Smith (1996) (dalam Suranta dan Midiastuty, 2004) menunjukkan bahwa aktivitas monitoring institusi mampu mengubah struktur pengelolaan perusahaan dan mampu meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Hal ini di dukung oleh Cruthley et al., (dalam

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella Felicia Estelline NPK: A.2014.1.32625

Suranta dan Madiastuty, 2004) yang menemukan bahwa monitoring yang dilakukan institusi mampu mensubstitusi biaya keagenan lain sehingga biaya keagenan menurun dan nilai perusahaan meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2 = Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 – 2016.

### **2.7.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *power*nya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Dengan tawaran mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi, diharapkan dapat menarik minat investor didalam berinvestasi.

Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* dalam setiap aspek kegiatan operasinya (Darwin, 2007). Semakin banyak *stakeholder* yang mengetahui investasi sosial perusahaan maka tingkat risiko perusahaan menghadapi gejala sosial akan menurun. Jadi diharapkan bahwa pengungkapan CSR kepada khalayak akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

---

“Analisis Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Sektor Batu Baru Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”

Author: Bella Felicia Estelline NPK: A.2014.1.32625

H3 = Profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan Corporate Social Responsibility dengan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 – 2016.

#### **2.7.4 Pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan**

Kusumadilaga (2010) mengungkapkan bahwa rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Keuntungan yang layak untuk dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Dengan demikian, pengukuran profitabilitas dari suatu perusahaan akan menunjukkan tingkat efektifitas kinerja perusahaan secara menyeluruh dan secara tidak langsung investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dalam keputusan investasinya.

Kepemilikan institusional juga merupakan corporate governance yang dipandang dapat mengurangi agency cost. Hal tersebut dikarenakan kepemilikan institusional mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau menentang kebijakan manajer (Karinaputri, 2012: 23). Kepemilikan institusional sebagai kepemilikan saham oleh pihak luar baik dalam bentuk institusi, lembaga atau kelompok lainnya (Marselina Widiastuti, Pranata P. Midiastuty, dan Eddy Suranta, 2013: 3403).

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 = Profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan Kepemilikan Institusional dengan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014 – 2016.