

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN
KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI)**

SKRIPSI

*Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang.*



Oleh
DORI LAKSMANA
61060/2004

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2011**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL : PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)* DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

NAMA : DORI LAKSMANA

BP/NIM : 2004/61060

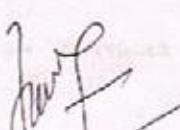
PROGRAM STUDI : AKUNTANSI

FAKULTAS : EKONOMI

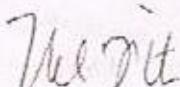
Padang, Juni 2011

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

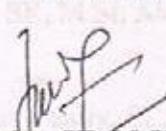

Lili Anita, S.E, M.Si, Ak
NIP. 19710302 199802 2 001

Pembimbing II


Nelviritia, S.E, M.Si, Ak
NIP. 19740706 199903 2 002

Mengetahui,

Ketua Prodi Akuntansi


Lili Anita, S.E, M.Si, Ak
NIP. 19710302 199802 2 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

*Dinyatakan Lulus
Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji
Skripsi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang*

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kepemilikan Manjerial terhadap Nilai Perusahaan

Nama : Dori Laksmana

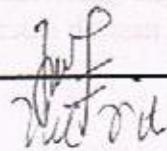
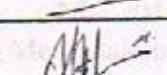
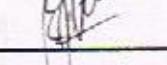
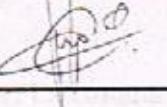
BP/NIM : 2004/61060

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Padang, Juni 2011

Tim Penguji

No. Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	Lili Anita, S.E, M.Si, Ak	1. 
2. Sekretaris	Nelvirita, SE, M.Si, Ak	2. 
3. Anggota	Herlina Helmy, SE, M.Si, Ak	3. 
4. Anggota	Charoline Cheisviyanny, SE, M.Ak	4. 

ABSTRAK

Dori Laksmana. (2004/61060). “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)”. Skripsi. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang. 2011.

**Pembimbing I : Lili Anita, SE, M.Si, Ak.
II : Nelvirita, SE, M.Si, Ak.**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji: (1) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. (2) Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kausatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2006-2008. Sampel ditentukan berdasarkan *purposive sampling* sebanyak 24 perusahaan. Data merupakan data sekunder yang diperoleh dari situs www.idx.co.id dan melalui *Indonesian Capital Market Directory*. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi berganda yang dianalisis dengan Uji F dan Uji t.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} 2,685 > t_{tabel} 1,666$ (signifikansi $0,009 < \alpha 0,05$) dan koefisien $B= 2,425$ dengan arah positif sehingga H_1 diterima, (2) kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} -2,770 < t_{tabel} 1,666$ (signifikansi $0,007 < \alpha 0,05$) dan koefisien $B= -0,043$ dengan arah negatif sehingga H_2 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, disarankan: (1) Bagi investor dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan. (2) Bagi perusahaan agar memperhatikan faktor-faktor lain ataupun variabel lain yang dapat mempengaruhi investor. (3) Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan jumlah sampel perusahaan yang lebih banyak dan menggunakan jangka waktu pengujian yang lebih panjang, hal ini penting untuk dilakukan agar hasil yang ditemukan nantinya akan lebih sempurna dari penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulilah penulis ucapan kehadiran Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan”. Skripsi ini merupakan salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih terutama kepada Ibu Lili Anita, SE, M.Si, Ak sebagai Pembimbing I dan Ibu Nelvrita, SE, M.Si, Ak. sebagai Pembimbing II yang telah menyediakan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama ini. Selain itu, tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
4. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah membantu dalam kalancaran Administrasi dan perolehan buku-buku penunjang skripsi.
5. Ibu dan Ayah beserta Adik dan seluruh Keluarga besar penulis atas kasih sayang dan bantuan moril maupun materil.

6. Teman-teman di Fakultas Ekonomi yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Dan semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran maupun kritik dari pembaca guna kesempurnaan penulisan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini mempunyai arti dan dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.

Padang, Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Perumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN TEORITIS DAN KERANGKA KONSEPTUAL	
A. Kajian Teoritis	10
1. Nilai Perusahaan	10
a. Pengertian Nilai Perusahaan	10
b. Tujuan memaksimumkan nilai perusahaan.....	11
c. Peningkatan Nilai Perusahaan.....	14
d. Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Nilai	16
2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	21
a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	21
b. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	24
c. Penilaian terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)	26
3. Kepemilikan Manajerial.....	34

4. Pengembangan Hipotesis	38
a. Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Nilai Perusahaan	38
b. Hubungan Kepemilikan Manajerial dengan Nilai Perusahaan	39
B. Penelitian Yang Relevan.....	40
C. Kerangka Konseptual.....	42
D. Hipotesis	44

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	45
B. Populasi dan Sampel	45
C. Jenis dan Sumber Data	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Variabel dan Pengukuran Variabel	48
F. Uji Asumsi Klasik.....	50
G. Teknik Analisis Data	52
H. Uji Hipotesis	54
I. Definisi Operasional	55

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan Penelitian	56
B. Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
C. Hasil Pengujian Hipotesis	72
D. Pembahasan.....	73

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan 76

B. Saran 76

DAFTAR PUSTAKA 78

LAMPIRAN 81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas sebagaimana yang telah disepakati dalam kerangka AFTA, APEC dan WTO, setiap perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat dengan perusahaan lain di dunia. Persaingan yang dihadapi perusahaan semakin lama semakin kompleks, sehingga perusahaan harus mampu memanfaatkan kemampuan yang ada semaksimal mungkin agar unggul dalam persaingan bisnis. Perkembangan pasar bebas yang pesat telah mendorong perusahaan-perusahaan di berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

Untuk menghadapi persaingan global ke depan, perusahaan memerlukan adanya inovasi cerdas yang berorientasi terhadap pasar serta diikuti oleh efektivitas, efisiensi, serta jaminan mutu. Efisien yaitu melakukan sesuatu dengan cara yang benar, sedangkan efektivitas melakukan suatu hal yang benar. Ketiga hal tersebut dapat dikatakan sebagai nafas bagi kelangsungan hidup perusahaan. Kelangsungan hidup suatu perusahaan dari waktu ke waktu diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Penilaian terhadap suatu perusahaan di bidang akuntansi dan keuangan sekarang masih beragam. Menurut Samuel (2008) nilai perusahaan 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. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Sedangkan Wahyudi (2006) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan sangat dibutuhkan, karena dengan peningkatan nilai perusahaan diharapkan mampu menarik pemegang saham untuk selalu berinvestasi pada perusahaan. Dengan peningkatan nilai perusahaan akan berpengaruh juga terhadap kesejahteraan karyawan. Oleh sebab itu pihak yang ada di perusahaan dituntut untuk memanfaatkan kemampuan yang dimiliki semaksimal mungkin agar perusahaan lebih unggul dalam bersaing dibandingkan perusahaan lain.

Agar tujuan yang telah ditetapkan tersebut terwujud maka *corporate social responsibility* dapat dijadikan sebagai sebuah gagasan. *Corporate social responsibility* adalah bagian dari pencapaian tiga keberhasilan perusahaan yang terdiri dari : keberhasilan sosial, lingkungan dan finansial (Wibisono, 2007:18). Perkembangan CSR secara konseptual dikemas baru sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1). Maraknya fenomena “*take over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2). Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangnya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan

multinasional di negara-negara berkembang, sehingga dituntut supaya memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakukan yang adil terhadap buruh.

(4) Globalisasi dan mencuatnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekuatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merk dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan.

Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Sebagai contoh, New York Stock Exchange memiliki *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) bagi saham-saham perusahaan yang dikategorikan memiliki nilai *corporate sustainability* dengan salah satu kriterianya adalah praktik CSR. Begitu pula London Stock Exchange yang memiliki *Socially Responsible Investment* (SRI) Index dan Financial Times Stock Exchange (FTSE) yang memiliki FTSE Good sejak 2001.

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Widjaja,2008:43).

Menurut Susanto (2007:28), perusahaan yang menjalankan tanggungjawab sosialnya secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. *Corporate sosial responsibility* akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang

meningkat. Keputusan dan aktivitas di perusahaan dengan kepemilikan manajerial tentu akan berbeda dengan perusahaan tanpa kepemilikan manajerial. Dalam perusahaan dengan kepemilikan manajerial, manajer yang sekaligus pemegang saham tentunya akan menselaraskan kepentingannya dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Sementara dalam perusahaan tanpa kepemilikan manajerial, manajer yang bukan pemegang saham kemungkinan hanya mementingkan kepentingannya sendiri (Wahyudi, 2006)

Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan (Gray at.al dalam Rosmasita (2007). Besarnya kepemilikan manajemen di dalam perusahaan membuat manajer lebih maksimal mengelola aktivitas perusahaan, mereka dapat menentukan tujuan perusahaan, kegiatan perusahaan, dan semua yang berhubungan dengan perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan nantinya.

Perbedaan kepentingan pihak-pihak dalam perusahaan menyebabkan masing-masing berlomba untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan dengan kepentingan perusahaan. Hal ini juga menuntut pihak manajer untuk memaksimalkan kepentingan dirinya, karena semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Retno (2006) menyatakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai *corporate sosial responsibility* karena hal ini akan meningkatkan image perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Tanggung jawab sosial perusahaan kini menjadi momok bagi dunia usaha. Itulah kesan yang timbul ketika kalangan pengusaha dilanda keresahan terkait dengan diusulkannya penetapan CSR sebagai salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan dalam Rancangan Undang-Undang Perseroan Terbatas (RUU PT) dimana selama ini aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan bukannya paksaan. Tanggung jawab sosial perusahaan tercantum dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Susanto, 2007:3)

Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari banyak kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan. Ambadar (2008) mengemukakan ada beberapa kasus yang terkait dengan ketidakpuasan publik atas aktivitas perusahaan di Indonesia seperti yang dilakukan oleh PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo akibat aktivitas perusahaan yang salah melewati batas menyebabkan terjadinya semburan lumpur panas sehingga merusak sistem lingkungan dan berbagai fasilitas umum. PT. Newmont Minahasa Raya yang dituduh mencemari teluk Buyat. Selain itu, PT. Freeport Indonesia di Irian Jaya dinilai tidak memberikan keuntungan yang adil bagi warga lokal.

Akan tetapi, tidak semua perusahaan tidak menimbulkan ketidakpuasan publik atas aktivitas perusahaannya diantaranya PT. Unilever yang menghadirkan

program CSR bertajuk "Markas Petualangan Taro" dimana program ini mengharapkan masyarakat ikut berperan secara aktif dalam menanamkan kepedulian akan pentingnya membentuk karakter anak melalui aktivitas petualangan di lahan sekitar. PT Kaltim Prima Coal juga sukses menjalankan baik bidang lingkungan, ekonomi maupun bidang sosial sehingga menerima penghargaan tertinggi CSR Award'05. PT. HM Sampoerna Tbk menerima penghargaan khusus bidang lingkungan melalui program kemitraan dengan petani tembakau. Atau program pertanian terpadu yang digalakkan PT Riau Pulp and Paper (Ambadar, 2008:8).

Anita (2007) meneliti tentang pengaruh CSR *Disclosure* dan *Institutional Ownership* terhadap *Firm Value* dan menemukan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa CSDI berpengaruh positif terhadap *firm value*.

Yulius (2007) dalam Rika (2008) berargumen bahwa kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan dan dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang masalah dan hasil penelitian di atas, maka peneliti bermaksud meneliti ulang pengaruh *corporate social responsibility* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Untuk itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan**". (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia).

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana *Corporate social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Sejauhmana kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Sejauhmana kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Sejauhmana profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

C. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sejauhmana *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Sejauhmana kepemilikan manajerial mempengaruhi nilai perusahaan.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

D. Maanfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
2. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
3. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
4. Bagi lembaga- lembaga pembuat peraturan/ standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.
5. Bagi penulis sendiri, penelitian ini dapat menambah pengetahuan dalam hal mengenai *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

A. Kajian teori

1. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Pemilik perusahaan akan senantiasa berusaha untuk menunjukkan kepada calon investor bahwa perusahaan mereka adalah menarik untuk dijadikan alternatif investasi. Berdasarkan perspektif manajemen keuangan yang melihat tujuan utama dari perusahaan dalam menjalankan operasinya dapat dibedakan menjadi dua yaitu: tujuan jangka pendek yang berupa usaha untuk memperoleh laba secara maksimum, dan tujuan jangka panjang untuk memaksimumkan kemakmuran pemegang saham. Hal ini memberikan tuntutan kepada manajer untuk memaksimumkan nilai perusahaan yang dilihat dari harga sahamnya. Semakin tinggi nilai saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan diciptakan oleh perusahaan melalui kegiatan perusahaan dari waktu ke waktu agar mencapai nilai perusahaan yang maksimum di atas nilai buku.

Penilaian terhadap suatu perusahaan di bidang akuntansi dan keuangan sekarang ini masih beragam. Di satu pihak nilai perusahaan ditunjukkan dengan laporan keuangan perusahaan, khususnya neraca perusahaan yang berisi informasi keuangan masa lalu, sementara pihak lain beranggapan bahwa nilai suatu perusahaan tercermin dari nilai saham perusahaan.

Myers (1997) mengemukakan konsep nilai perusahaan sebagai suatu kombinasi aktiva yang dimiliki dan opsi investasi di masa akan datang. Gaver dan Gaver (2000) mengemukakan bahwa nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai jual perusahaan maupun nilai tambah bagi pemegang saham.

Menurut Weston dan Thomas (1997) dalam Suhanti (2005) memaksimumkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang, dana yang diterima tahun ini bernilai lebih tinggi daripada dana yang diterima tahun yang akan datang dan berarti juga mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan.

b. Tujuan Memaksimumkan Nilai

Perusahaan menciptakan nilai, tujuannya bukan demi untuk kepentingan dirinya sendiri tetapi untuk menciptakan nilai jangka panjang untuk pemegang saham. Perusahaan memaksimumkan nilai perusahaan adalah dengan pertimbangan sebagai berikut (Weston dalam Yuliana, 2008):

1. Memaksimumkan nilai bermakna lebih luas daripada memaksimumkan laba, karena memaksimumkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang.
2. Memaksimumkan nilai berarti mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan.
3. Mutu dari arus dana yang diharapkan diterima dimasa yang akan datang mungkin beragam.

Penilaian perusahaan (*corporate value*) merupakan bagian penting dalam tahapan proses privatisasi perusahaan. Proses ini sering kali hanya memperhatikan pada aspek keuangan perusahaan yang berfokus pada nilai asset fisik (*tangible asset*) yang direfleksikan dalam bentuk laporan *balance sheets* dan *income statement*.

Nilai potensial suatu perusahaan dapat dilihat atas dua hal yakni modal keuangan dan modal intelektual. Para CEO perusahaan sering kali hanya memperhatikan aspek modal keuangan, sementara peranan modal intelektual menjadi suatu keharusan dalam paradigma organisasi di era global.

Pemahaman modal intelektual akan keliru jika hanya memandang sisi manusianya (*Human Capital*) saja, tetapi haruslah diikuti dengan pemahaman terhadap modal jaringan (*Stakeholder Capital*) dan modal struktur (*Structural Capital*).

Modal manusia berupa kompetensi, ilmu pengetahuan, nilai dan potensial inovasi dari setiap individu yang dimiliki perusahaan. Modal jaringan meliputi jaringan distribusi dan pemasaran. Sedangkan modal struktural merupakan infrastruktur bagi timbulnya budaya inovasi yang meliputi kemampuan organisasi; mekanisme pembelajaran; strategi, misi, visi dan budaya serta struktur organisasi. Sinergi harmonis dari ketiga komponen dasar modal intelektual dengan sendirinya akan menghasilkan peningkatan performa keuangan perusahaan yang bermuara pada kemakmuran.

Maka dapat disimpulkan untuk menghadapi persaingan global kedepan, maka perusahaan memerlukan adanya suatu inovasi-inovasi cerdas yang berorientasi pasar serta diikuti kata efisiensi, efektivitas serta jaminan mutu. Inovasi dalam hal ini dapat dikatakan sebagai "nafas" bagi kelangsungan kehidupan suatu perusahaan kedepan. Inovasi-inovasi cerdas tersebut hanya mungkin lahir dalam organisasi belajar (*learning organization*), karena organisasi ini yang mampu menghadapi turbulensi dinamika zaman serta mampu mengelola dan menghargai peranan modal intelektual.

Tekanan dalam pasar yang teregulasi untuk selalu menghasilkan keuntungan yang bertambah telah membuat ratusan perusahaan besar di seluruh dunia menetapkan tolak ukur kinerja baru untuk mencatat keberhasilan manajemen dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham dan memotivasi karyawan di seluruh perusahaan agar bekerja konsisten mencapai tujuan penciptaan nilai.

Untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham perusahaan harus memperoleh pengembalian atas modal investasi (*return on invested capital*) melebihi biaya modal (*return of capital*). Dewasa ini tuntutan dari para investor akan nilai pemegang saham lebih kuat dari sebelumnya.

Pertama kali di AS dan akhir-akhir ini menyebar ke Eropa, Amerika Lain, dan Asia. Dimana faktor-faktor yang mempertemukan dan keadaan telah mengarahkan direksi dan eksekutif senior untuk memikirkan kembali peranan mereka dan semua yang berada dalam perusahaan tersebut, khususnya tentang penciptaan nilai.

Pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan menuntut setiap orang didalam organisasi tersebut untuk belajar dan menanamkan keputusan berdasarkan pengertian, bagaimana keputusan tersebut dapat memberikan sumbangsih bagi nilai perusahaan. Ini berarti bahwa semua proses kunci dan sistem dalam perusahaan harus diarahkan untuk penciptaan nilai perusahaan.

c. Peningkatan Nilai Perusahaan

Ada lima langkah yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan antara lain (Weston dalam Yuliana, 2008):

1. Sinkronisasi asset

Berarti menciptakan keserasian antara eset. Manajemen perlu memastikan bahwa antara proses operasi tahap pertama, kedua, dan selanjutnya, menggunakan sistem dan teknologi yang sejalan dan *compatible*. Demikian juga perlu dilakukan sinkronisasi antara unit, antar divisi, dan antar direktorat. Perlu dipastikan bahwa apa yang dikerjakan di suatu unit kerja sejalan dengan apa yang dikerjakan oleh unit kerja lain.

2. Efisiensi kerja

Peningkatan efisiensi, biasanya, membutuhkan waktu yang cukup panjang. Lebih panjang dibandingkan dengan waktu untuk melakukan sinkronisasi. Ada tiga faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha peningkatan efisiensi: dukungan sistem kerja seperti tata letak dan layout pabrik, proses pembelajaran atau *learning process* karyawan pelaksanaan dan manajemen manusia.

3. Perbaikan produktivitas

Sinkronisasi dan efisiensi merupakan syarat perbaikan produktivitas. Artinya, perusahaan dapat bekerja secara efisien dan efektif. Semakin sedikit sumber daya untuk menghasilkan sejumlah keluaran atau produk dan produk tersebut sesuai dengan spesifikasi yang di harapkan. Kinerja yang baik perusahaan nampak pada peningkatan profitabilitas. Lamanya periode sampai dihasilkannya perbaikan profitabilitas tergantung pada permasalahan yang perusahaan dan karakter dari industri di mana perusahaan tersebut berada. Pada umumnya, paling tidak diperlukan waktu satu tahun untuk dapat melihat hasil perbaikan perusahaan sampai menunjukkan peningkatan laba.

4. Perbaikan arus kas

Sejalan dengan sasaran pengelolaan keuangan perusahaan, keberhasilan sebuah perusahaan bukan saja berdasarkan laba tetapi arus kasnya, terutama kas operasional (*operating cash flow*). Sebaiknya tidak terlalu percaya pada angka laba yang ditunjukkan dalam laporan keuangan. Besar kecilnya laba sangat tergantung pada sistem akuntansi yang di terapkan. Perubahan kebijakan akuntansi secara otomatis mengubah angka profitabilitas.

Tidak demikian dengan arus kas. Angka arus kas diperoleh dengan dua cara, cara tidak langsung dan cara langsung. Angka arus kas yang dihitung dengan cara langsung tidak mengalami kontaminasi kebijakan akuntansi. Jadi angka ini lebih netral di banding angka laba. Dalam analisis dan pengambilan keputusan, *cash is the king*.

5. Peningkatan nilai

Maksimalisasi nilai perusahaan. Nilai sebuah perusahaan didasarkan atas kesehatan arus kas operasionalnya. Maksimalisasi nilai berarti upaya manajemen supaya proyeksi arus kas perusahaan akan selalu sehat dan membaik dari waktu ke waktu.

d. Faktor yang Mempengaruhi Peningkatan Nilai Perusahaan

Manajemen perlu memastikan empat faktor dalam memaksimalisasi nilai perusahaan (Weston dalam Yuliana, 2008):

1. Pastikan bahwa tidak ada aset potensial perusahaan yang tersimpan, manajemen sering mengabaikan aset tidak berwujud (*intangible asset*)
 - a) Nama baik perusahaan merupakan salah satu kekayaan yang bisa hilang bila tidak mendapat perhatian serius.
 - b) Kemampuan dalam melakukan penelitian dan pengembangan juga merupakan salah satu potensi yang perlu dipertimbangkan.
 - c) Demikian juga kekayaan yang tersembunyi berupa dampak dari tindakan pemasaran yang bisa berjangka panjang, misalnya, promosi yang gencar dapat memposisikan produk di benak konsumen secara kuat. Bila kekuatan positioning ini tidak di manfaatkan dengan baik, perusahaan akan kehilangan potensinya.
2. Pastikan bahwa pendanaan perusahaan juga sehat.

Pendanaan yang baik menekankan biaya modal yang, otomatis, meningkatkan nilai perusahaan.

3. Manajemen perlu memastikan bahwa organisasi mendukung segala strategi yang diterapkan dalam memaksimalisasi perusahaan.

Para akademis dan analisis di bidang keuangan mengembangkan berbagai konsep nilai sebagai upaya memahami tingkah laku harga saham :

1. Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu saham sebagai wakil dari nilai perusahaan.
2. Nilai likuidasi bisa dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku. Yakni, dari neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan menjelang proses likuidasi.
3. Nilai nominal lebih dikenal oleh banyak orang. Barangkali karena besaran itu tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif. Nilai nominal memiliki beberapa fungsi yuridis administratif, antara lain menunjukkan jumlah minimal yang harus disetor pemegang saham dalam memenuhi kewajibannya, juga memperlihatkan porsi pemilikan seorang pemegang saham terhadap perusahaan.
4. Sedangkan nilai buku adalah konsep akuntansi. Secara sederhana ia bisa dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva (TA) dengan total hutang (TU) dengan jumlah saham yang beredar (SB). Dalam bentuk formula, bisa kita tulis begini: $NB = (TA - TU) / SB$

Makna nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang

memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari. Batas bawah harga saham adalah nilai likuidasi. Kalau mekanisme pasar berfungsi dengan baik, maka harga saham tidak mungkin berada di bawah nilai likuidasi. Dalam bahasa praktis, nilai likuidasi itu adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Karena itu, dalam keadaan likuidasi paling tidak pemegang saham akan dapat memperoleh bagian sebesar nilai likuidasi.

Namun, karena nilai likuidasi ini hanya dihitung bila perusahaan akan dilikuidasi, para pemodal bisa menggunakan nilai buku sebagai pengganti untuk tujuan yang sama, memperkirakan batas bawah saham. Patokan nilai buku, dengan demikian, anggap sebagai batas aman alias ukuran *safety play* dalam berinvestasi.

Namun demikian ada beberapa catatan yang harus diperhatikan dalam memahami konsep nilai buku ini. Pertama, sebagian besar aset kecuali yang telah direvaluasi (dinali kembali) dinyatakan dalam nilai historis. Karena itu ada beberapa aset nilai jualnya bisa jadi jauh lebih tinggi dari nilai bukunya. Contoh tipikalnya adalah aktiva yang tidak mengalami penyusutan seperti tanah, yang mungkin dibeli beberapa tahun lalu ketika harganya masih relatif murah. Kedua, dalam struktur aset kadang-kadang terdapat aktiva tak berwujud, yang dalam likuidasi acapkali tidak memiliki nilai jual.

Ketiga, nilai buku yang diambil dari neraca akan sangat dipengaruhi oleh teknik akuntansi seperti metode penyusutan aktiva tetap, metode penilaian persediaan, dan lain-lain. Keempat, karena belum terjangkau oleh standar

akuntansi keuangan, ada kewajiban-kewajiban yang tidak terlihat sepenuhnya dalam laporan keuangan perusahaan.

Saham merupakan salah satu bentuk surat berharga yang di perdagangkan di Bursa Efek yang merupakan bukti keikutsertaan dalam kepemilikan suatu perusahaan. Harga saham yang akan di jual kepada investor merupakan hasil negosiasi antara *underwriter* dengan emiten. Tawar menawar ini berdasarkan kepada evaluasi terhadap keadaan dan prospek usaha dari emiten yang dilakukan masing-masing pihak.

Kecendrungan yang terjadi adalah penjamin emisi (*underwriter*) akan mengusulkan harga saham yang akan diminta oleh emiten. Harga saham sebagai suatu komoditas yang diperdagangkan, secara umum dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Selanjutnya penawaran dan permintaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berhubungan dengan keputusan investasi para investor.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan harga saham di pasar menurut Gart, Alant dalam Yudhi (2008) adalah:

- a. Kondisi pasar itu sendiri
- b. Kondisi industri sejenis
- c. Kinerja perusahaan

Hal-hal penting yang merupakan faktor makro atau kondisi pasar yang menyebabkan fluktuasi harga saham menurut Gart, Alant dalam Yudhi (2008) adalah:

- a. Tingkat inflasi dan suku bunga
- b. Kebijaksanaan keuangan dan fiskal
- c. Situasi perekonomian
- d. Situasi bisnis internasional

Faktor mikro atau kinerja perusahaan yang dapat menyebabkan fluktuasi harga saham menurut Gart, Alant dalam Yudhi (2008) adalah:

- a. Pendapatan perusahaan
- b. Deviden yang dibagikan
- c. Arus kas perusahaan
- d. Perubahan mendasar dalam industri dan perusahaan
- e. Perubahan dalam perilaku investasi

Keuntungan yang didapat investor dalam melakukan investasi dalam saham adalah berupa deviden yang diterima dari *capital gain (loss)* dari hasil selisih harga saham saat ini dengan harga pembelian saham tersebut.

Penilaian atas harga saham akan memudahkan bagi emiten maupun investor didalam mengetahui kinerja saham perusahaan di pasar dan mengetahui kapan saham tersebut pantas dijual oleh emiten dan kapan saham tersebut pantas untuk dibeli oleh investor. Metode penilaian harga saham yang dapat digunakan dalam melakukan penilaian atas harga saham suatu perusahaan.

Salah satu alternatif yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh professor James Tobin tahun 1967 (Racmawati dan Triatmoko, 2007). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang hasil pengembangan dari setiap dolar investasi inkremental. Jika rasio 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. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik.

Rasio Tobin Q dapat dirumuskan sebagai berikut:

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

Dimana :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham yang beredar)

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total ekuitas

2. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

a. Pengertian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) muncul bersifat spontanitas dan belum terkelola dengan baik. Selain itu, dorongan eksternal berupa tuntutan masyarakat dan dorongan internal perusahaan agar perusahaan lebih peduli dan bertanggung jawab terhadap lingkungannya. CSR merupakan konsep ketika perusahaan memutuskan secara sukarela untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan lebih baik dan lingkungan yang lebih lestari (Wibisono, 2007:52).

Menurut Magnan dan Ferrel (2004) dalam Susanto (2007:51) mendefinisikan CSR sebagai “*A business acts in socially responsible manner*

when its decision and account for and balance diverse stakeholders interest".

Definisi ini menekankan kepada perlunya memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggungjawab.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan telah tercantum dalam Undang-Undang No.40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Lingkungan. Adapun isi Undang-Undang No.40 tahun 2007 yaitu:

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

Dalam UU PT di atas, definisi tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan lebih menitikberatkan kepada pengembangan komunitas (*community development*).

Mengenai pengertian CSR belum ada pengertian tunggal yang disepakati oleh semua pihak. Menurut Darwin (2004) dalam Retno (2006) *corporate social responsibility* adalah: “mekanisme bagi suatu organisasi yang secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum”.

Belal (2001) dalam Kartika (2008) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai berikut:

“.....proses komunikasi sosial dan lingkungan dari organisasi ekonomi terhadap kelompok tertentu di masyarakat dan masyarakat luas”.

Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial luas dibanding hanya untuk mencari uang bagi pemegang saham. Dari beragam definisi CSR, ada satu kesamaan bahwa CSR tidak bisa lepas dari kepentingan *shareholder* dan *stakeholder* perusahaan. Mereka adalah pemilik perusahaan, karyawan, masyarakat, negara dan lingkungan. Konsep inilah yang diterjemahkan oleh Elkington (1997) dalam Susanto (2008) yang mengemukakan bahwa sebuah perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya akan memberikan

perhatian kepada peningkatan kualitas perusahaan (*profit*), masyarakat khususnya komunitas sekitar (*people*), serta lingkungan hidup (*planet bumi*).

Menurut definisi yang dikemukakan oleh The Jakarta Consulting Group, tanggung jawab sosial diarahkan baik ke dalam (internal) maupun keluar (eksternal) perusahaan. Ke dalam tanggung jawab ini diarahkan kepada pemegang saham dalam bentuk profitabilitas dan pertumbuhan. Selain itu juga diarahkan kepada karyawan karena hanya dengan kerja keras, kontribusi serta pengorbanan mereka lah perusahaan dapat menjalankan berbagai macam aktivitasnya serta meraih kesuksesan. Ke luar, tanggung jawab sosial ini berkaitan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja.

b. Manfaat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Menurut Wibisono (2007:71) ada tiga alasan mengapa perusahaan mesti merespon dan mengembangkan isu tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan operasi usahanya yaitu:

1. Perusahaan adalah bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat.
2. Kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosa mutualisme.

3. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindari konflik sosial.

Dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu *profit*, lingkungan dan masyarakat. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan deviden bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan serta membayar pajak kepada pemerintah.

Dengan lebih banyak memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan manusia dalam jangka panjang. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki diberbagai bidang. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan yang dijalankannya, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Menurut Susanto (2007:28) dari sisi perusahaan terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari aktivitas CSR yaitu:

- a) Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.

- b) CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis.
- c) Keterlibatan dan kebanggaan karyawan.
- d) CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdersnya*.
- e) Meningkatkan penjualan.
- f) Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

c. Penilaian terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Kategori tanggung jawab sosial perusahaan menurut William (1999) dalam Kartika (2008) meliputi lima tema antara lain: (1) *environment*, (2) *energy*, (3) *human resource and management*, (4) *products and customers*, dan (5) *community*. Brammer, Brooks dan Pavelin (2006) pengukuran CSR dengan mempertimbangkan tiga parameter CSR yaitu *employment*, *environment* dan *community*.

Dalam menjalankan aktivitas CSR tidak ada standar atau praktek-praktek tertentu yang dianggap terbaik. Setiap perusahaan memiliki karakteristik dan situasi yang unik yang berpengaruh terhadap bagaimana mereka memandang tanggung jawab sosial. Dan setiap perusahaan memiliki kondisi yang beragam dalam hal kesadaran akan berbagai isu berkaitan dengan CSR serta seberapa

banyak hal yang telah dilakukan dalam hal mengimplementasikan pendekatan CSR.

Implementasi CSR dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil resiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan (Susanto, 2007:73). Menurut Wibisono (2007:71), implementasi CSR pada umumnya dipengaruhi oleh faktor-faktor (1) terkait dengan komitmen pimpinan, (2) ukuran dan kematangan (umur) perusahaan dan (3) regulasi dan sistem perpajakan. Sedangkan menurut Darwin (2006:89) dalam pelaporan CSR harus mengungkapkan profil perusahaan, parameter yang digunakan dalam laporan, tata kelola dan komitmen-komitmen serta tata hubungan dengan stakeholder. Pelaksanaan CSR dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan.

Penilaian terhadap CSR bertujuan untuk mengidentifikasi masalah, peluang, tantangan yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan aktivitas CSR. Penilaian yang tepat harus memberikan pemahaman mengenai hal-hal:

- 1) Nilai-nilai dan etika perusahaan
- 2) Dorongan eksternal dan internal yang memotivasi perusahaan untuk menjalankan aktivitas CSR.
- 3) Isu-isu penting seputar CSR yang dapat memberikan dampak bagi perusahaan.

- 4) *Stakeholder-stakeholder* kunci.
- 5) Struktur pengambilan keputusan yang berlaku dalam perusahaan saat ini, kekuatan dan kelemahannya dalam hal mengimplementasikan program-program CSR yang terintegrasi.
- 6) Implikasi terhadap sumber daya manusia dan anggaran yang dimiliki.
- 7) Aktivitas-aktivitas berkaitan dengan CSR yang tengah berjalan.

Penilaian bertujuan agar perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas CSR secara berkesinambungan, tidak bersifat parsial. Penilaian CSR juga membantu perusahaan mengidentifikasi kesenjangan dan peluang yang ada, sehingga mampu memperbaiki kualitas pengambilan keputusan.

Tahapan-tahapan dalam pelaksanaan penilaian CSR menurut Susanto (2007:76) sebagai berikut:

- a) Membentuk tim kepemimpinan CSR.
- b) Merumuskan definisi CSR.
- c) Melakukan kajian terhadap dokumen, proses, dan aktivitas perusahaan.
- d) Mengidentifikasi dan melibatkan stakeholders kunci.

Selanjutnya Sembiring (2005) dengan memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hackson dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005) :

1. Lingkungan hidup

1	Pengendalian polusi kegiatan operasi: pengeluaran riset dan untuk pengurangan polusi
2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak

	mengakibat polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan yang berlaku
3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi
4	Pencegahan atau perbaikan lingkungan akibat pengolahan sumber alam misalnya reklamasi daratan atau reboisasi
5	Konservasi sumber alam misalnya mendaur ulang kaca, kertas dan lain-lain
6	Penggunaan material daur ulang
7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan
8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
11	Pengolahan limbah
12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan
13	Perlindungan lingkungan hidup

2. Energi

1	Menggunakan energi secara efesien dalam kegiatan operasi
2	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energy
3	Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
4	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energy
5	Peningkatan efisiensi energi produk
6	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
7	Kebijakan energi perusahaan

3. Kesehatan dan keselamatan kerja

1	Mengurangi polusi, iritasi atau resiko dalam lingkungan kerja
2	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik dan mental
3	Statistik kecelakaan kerja
4	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja

5	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
6	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
7	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
8	Pelayanan kesehatan tenaga kerja

4. Lain-lain tenaga kerja

1	Perekruit atau pemanfaatan tenaga kerja wanita/ orang cacat
2	Persentase/ jumlah tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tingkatan manajerial
3	Tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/ orang cacat
4	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/ orang cacat
5	Pelatihan tenaga kerja wanita/ orang cacat
6	Member bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
7	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
8	Bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
9	Perencanaan kepemilikan rumah karyawan
10	Fasilitas untuk aktifitas rekrusi
11	Persentase gaji untuk pensiun
12	Kebijakan penggajian dalam perusahaan
13	Jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
14	Tingkatan manajerial yang ada
15	Disposition staf dimana staff ditempatkan
16	Jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka
17	Statistik tenaga kerja, misalnya penjualan pertenaga kerja
18	Kulifikasi tenaga kerja yang direkrut
19	Rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
20	Rencana pembagian keuntungan lain
21	Informasi hubungan manajerialndengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
22	Informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
23	Laporan tenaga kerja yang terpisah
24	Hubungan perusahaan dengan serikat buruh
25	Gangguan dan aksi tenaga kerja
26	Informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan
27	Kondisi kerja secara umum

28	Reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
29	Statistik perputaran tenaga kerja

5. Produk

1	Pengembangan produk perusahaan termasuk pengawasannya
2	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
3	Informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
4	Produk memenuhi standar keselamatan
5	Membuat produk lebih aman untuk konsumen
6	Melaksanakan riset atas tingkatan keselamatan produk perusahaan
7	Peningkatan kebersihan/ kesehatan dalam pengolahan dan penyediaan produk
8	Informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
9	Informasi atas keselamatan produk perusahaan
10	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (misalnya ISO 9000)

6. Keterlibatan masyarakat

1	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
2	Tenaga kerja paruh waktu dan mahasiswa/ pelajar
3	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
4	Membantu riset medis
5	Sponsor untuk konfresi pendidikan, seminar atau pameran seni
6	Membayai program basiswa
7	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
8	Sponsor kampanye nasional
9	Mendukung pengembangan industri lokal

7. Umum

1	Tujuan kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat
2	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas

Menurut Sulistyawati (2003) informasi-informasi yang seharusnya diungkapkan dalam pelaporan sosial perusahaan antara lain adalah:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian polusi, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan yang berkaitan dengan pemrosesan sumber daya alam, serta konservasi sumber daya alam.
2. Energi meliputi konservasi energi dalam operasi bisnis dan produk-produk dengan efisiensi energi.
3. Sumber daya manusia, meliputi kesehatan, keamanan dan pengembangan diri karyawan.
4. Keterlibatan masyarakat, meliputi aktivitas masyarakat yang berhubungan dengan kesehatan, pendidikan dan kesenian.
5. Produk, meliputi keamanan produk dan pengurangan polusi akibat penggunaan produk.

Menurut Said dan Abidin (2004) ada empat bentuk *corporate social responsibility* yang umum diterapkan oleh perusahaan di Indonesia diantaranya:

1. Keterlibatan langsung, Perusahaan menjalankan program *corporate social responsibility* secara langsung menyelenggarakan sendiri kegiatan sosial atau menyerahkan sumbangan ke masyarakat tanpa perantara.
2. Melalui yayasan atau organisasi sosial perusahaan, Perusahaan mendirikan yayasan sendiri di bawah perusahaan atau groupnya. Dengan menyediakan dana awal, dana rutin atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan.
3. Bermitra dengan pihak lain, Perusahaan menyelenggarakan *corporate social responsibility* melalui kerja sama dengan lembaga sosial/ organisasi pemerintah (Ornop) instansi pemerintah, universitas, atau media massa, baik dalam mengelola dana maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.
4. Mendukung atau bergabung dalam suatu konsorium, Perusahaan juga turut mendirikan, menjadi anggota atau mendukung suatu lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Dibandingkan dengan model lainnya, hal ini lebih berorientasi pada pemberian hibah perusahaan yang bersifat pembangunan. Pihak konsorsium atau lembaga semacam itu yang dipercayai oleh perusahaan-perusahaan yang mendukung secara proaktif mencari mitra kerjasama dari kalangan lembaga operasional dan kemudian mengembangkan program yang disepakati bersama.

Secara umum, ruang lingkup *corporate social responsibility* meliputi masalah lingkungan, sumber daya manusia, produk dan jasa perusahaan dan masyarakat, Brummet (1973) dalam Lutfi (2001). Grey et al. (1995) mengatakan bahwa sifat

dan volume pelaporan mengenai *corporate social responsibility disclosure* bervariasi antar waktu dan antar Negara, hal ini disebabkan isu-isu yang dipandang penting oleh suatu Negara mungkin akan menjadi kurang penting bagi Negara lain. Lewis dan Unerman (1999) dalam Komar (2004), mengatakan bahwa variasi pelaporan tersebut disebabkan oleh budaya atau norma yang berlaku pada masing-masing Negara.

3. Kepemilikan Manajerial

Seorang investor memerlukan keputusan yang teliti untuk melakukan transaksi saham. Keputusan dalam hal investasi saham meliputi keputusan untuk membeli, menjual, dan menahan sahamnya. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor fundamental, faktor teknis, dan faktor sentimen pasar.

Kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Dalam laporan keuangan, keadaan ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Saham merupakan bukti kepemilikan seseorang atas suatu perusahaan sebanding dengan jumlah saham yang dimilikinya. Seorang pemegang saham ikut memiliki segala sesuatu yang menjadi milik perusahaan dan juga ikut dalam hal menanggung resiko dan kewajiban perusahaan (Junaidi:2006)

Struktur kepemilikan dalam sebuah perusahaan adalah media kontrol pemegang saham terhadap perusahaan yang diwakili oleh dewan direksi dan

manajer. Pemegang saham memantau dewan direksi dan manajer dalam setiap pengambilan keputusan dan tanggung jawab sesuai dengan kebijakan perusahaan yang ditetapkan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS).

Berdasarkan klasifikasi kepemilikan saham kepemilikan saham akan berdampak pada kebijaksanaan yang diambil oleh pemilik saham, di antaranya adalah:

- a. Perusahaan yang dikontrol oleh keluarga, individu-individu atau sebuah kelompok elit yang berasal dari dalam perusahaan menjadikan perusahaan mempunyai tingkat kebijaksanaan yang luas (kepemilikan ini disebut kepemilikan manajerial)
- b. Perusahaan yang dikontrol oleh pemegang saham dari luar lingkungan perusahaan seperti perusahaan lain, institusi keuangan mempunyai kebijakan yang ketat dan terbatas (kepemilikan ini sering disebut kepemilikan institusional)
- c. Perusahaan yang tidak mempunyai sentral pengendalian dimana manajemen memiliki kebijakan yang tidak terbatas dalam penentuan produk dan aliran ke pasar modal.

Peran serta manajemen dalam perusahaan sangatlah penting, karena dengan adanya manajemen, semua aktivitas perusahaan lebih terkendali. Junaidi (2006) menyatakan bahwa manajer memiliki kontrol utama atas integritas sistem akuntansi dan catatan keuangan yang digunakan untuk membuat laporan keuangan. Penilaian manajemen diperlukan dalam rangka penentuan angka-angka

dalam laporan keuangan. Penilaian manajer dilakukan karena standar akuntansi sering kali memungkinkan manajer untuk memilih diantara alternatif metode akuntansi dan juga karena estimasi diperlukan untuk dapat menghitung angka akuntansi. Walaupun demikian peran serta pihak lain dalam perusahaan juga perlu dipertimbangkan, meskipun masing-masing perusahaan mereka mempunyai kepentingan yang berbeda.

Keputusan dan aktivitas di perusahaan dengan kepemilikan manajerial tentu akan berbeda dengan perusahaan tanpa kepemilikan manajerial. Dalam perusahaan dengan kepemilikan manajerial, manajer yang sekaligus pemegang saham tentunya akan menselaraskan kepentingannya dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Sementara dalam perusahaan tanpa kepemilikan manajerial, manajer yang bukan pemegang saham kemungkinan hanya mementingkan kepentingannya sendiri.

Perbedaan kepentingan pihak-pihak dalam perusahaan menyebabkan masing-masing berlomba untuk memaksimalkan kepentingan dirinya dibandingkan dengan kepentingan perusahaan. Hal ini juga menuntut pihak manajer untuk memaksimalkan kepentingan dirinya, karena semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan.

Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Rosmasita dalam Gray, et. Al., 1998:17). Hal ini

menunjukkan semakin besarnya kepemilikan manajemen didalam perusahaan membuat mereka lebih maksimal mengelola aktivitas perusahaan, mereka dapat menentukan tujuan perusahaan, kegiatan perusahaan, dan semua yang berhubungan dengan perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan nantinya.

Perbedaan antara kepentingan pihak manajemen dengan kepentingan pemegang saham disebabkan karena pihak manajemen lebih mengutamakan kepentingan pribadinya dengan melakukan pengeluaran yang bersifat konsumtif dan tidak produktif, seperti kemakmuran individu, keselamatan kerja, gaya hidup, dan lain-lain.

Kepemilikan manajerial diukur sesuai dengan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajerial. Kepemilikan manajerial adalah pemegang saham yang dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam mengambil keputusan (direktur dan komisaris). Variabel ini diukur dengan MOWN, dengan rumus:

$$\text{MOWN} = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki komisaris dan direktur}}{\text{Total Saham}}$$

Jensen & Meckling (1976) menganalisis bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh distribusi kepemilikan antara pihak manajer yang menikmati manfaat dan pihak luar yang tidak menikmati manfaat. Dalam kerangka ini, peningkatan kepemilikan manajemen akan mengurangi *agency difficulties* melalui pengurangan insentif untuk mengkonsumsi manfaat/keuntungan dan mengambil

alih kekayaan pemegang saham. Pengurangan ini sangat potensial dalam *misalokasi resources*, yang pada gilirannya untuk peningkatan nilai perusahaan.

4. Pengembangan Hipotesis

a. Hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan 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 unsur 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 secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan

keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

b. Hubungan Kepemilikan Manajerial dengan Nilai Perusahaan

Perusahaan dapat menimbulkan konflik keagenan. Konflik keagenan disebabkan prinsipal dan agen mempunyai kepentingan sendiri-sendiri yang saling bertentangan karena agen dan prinsipal berusaha memaksimalkan utilitasnya masing-masing. Menurut Tendi

Haruman (2008), perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham mengakibatkan manajemen berperilaku curang dan tidak etis sehingga merugikan pemegang saham. Oleh karena itu diperlukan suatu mekanisme pengendalian yang dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan antara manajemen dengan saham.

Manajer yang sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham akan meningkat juga. Penelitian yang mengaitkan kepemilikan manajemen dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan namun dengan hasil yang berbeda-beda pula. Penelitian Solihan dan Taswon (dalam Jogi dan Josua, 2007) menemukan hubungan yang signifikan dan positif antara kepemilikan manajemen dan nilai perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan Lester dan Faccio (1999) menemukan hubungan yang lemah antara kepemilikan manajemen dan nilai perusahaan. Begitu pula menurut Siallagan dan Machfoedz (2006) menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang dilakukan Wahyudi dan Pawesti (2006) tentang implikasi struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan dengan keputusan

keuangan sebagai variabel intervening dengan sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEJ tahun 2003 dan tahun 2002 yang menemukan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Paranita (2007) meneliti tentang pengaruh insider ownership, kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan sampel seluruh perusahaan manufaktur yang go public dan listing di Bursa Efek Jakarta (BEJ) periode tahun 2001-2005. Purposive sampling dengan sampel penuh (*full sample*) digunakan dalam penelitian ini. Jumlah perusahaan publik yang terdaftar di BEJ hingga tahun 2005 adalah 339 emiten, berdasarkan kriteria-kriteria purposive sampling, dari populasi tersebut didapatkan 109 emiten yang memenuhi syarat-syarat sebagai sampel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *insider ownership*, kebijakan hutang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Rustendi dan Farid (2008) tentang pengaruh Hutang dan Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar tahun 2005 di BEJ. Penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kusumadaliga (2010) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel penelitian ini adalah pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada sektor manufaktur tahun 2006 dan 2008 dengan menggunakan metode purposive sampling. Terdapat 21 perusahaan pada tahun 2006 dan 42 perusahaan pada tahun 2008 yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

C. Kerangka konseptual

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Kerangka konseptual ini dimaksudkan sebagai konsep untuk dapat menjelaskan, mengungkapkan, dan menunjukkan pengaruh *corporate social responsibility* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Dengan adanya Undang-undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan, maka setiap perusahaan diwajibkan untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility*. Keputusan ini menuai protes, karena selama ini aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan bukan paksaan.

Perusahaan yang menjalankan *corporate social responsibility* (tanggung jawab sosial perusahaan) secara konsisten akan mendapatkan dukungan luas dari

komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. *Corporate social responsibility* akan mendongkrak citra perusahaan yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan dan nilai perusahaan karena hal tersebut merupakan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan

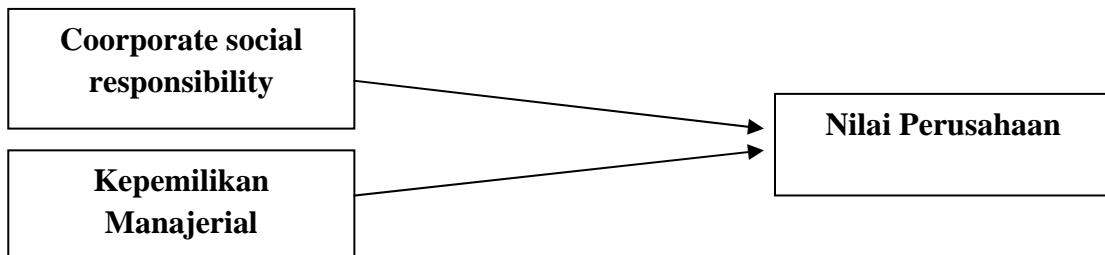
Seorang investor memerlukan keputusan yang teliti untuk melakukan transaksi saham. Keputusan dalam hal investasi saham meliputi keputusan untuk membeli, menjual, dan menahan sahamnya. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor fundamental, faktor teknis, dan faktor sentimen pasar.

Keputusan dan aktivitas di perusahaan dengan kepemilikan manajerial tentu akan berbeda dengan perusahaan tanpa kepemilikan manajerial. Dalam perusahaan dengan kepemilikan manajerial, manajer yang sekaligus pemegang saham tentunya akan menselaraskan kepentingannya dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Sementara dalam perusahaan tanpa kepemilikan manajerial, manajer yang bukan pemegang saham kemungkinan hanya mementingkan kepentingannya sendiri.

Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besarnya kepemilikan manajemen perusahaan membuat mereka lebih maksimal mengelola aktivitas perusahaan, mereka dapat menentukan tujuan perusahaan, kegiatan perusahaan, dan semua

yang berhubungan dengan perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan nantinya.

Untuk lebih jelas kaitan antar variabel-variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan skema konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.
Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, kajian teoritis, dan kerangka konseptual di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

H2: Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh *corporate social responsibility* dan kepemilikan manajerial perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *go public* yang terdaftar di PT. Bursa Efek Indonesia (PT. BEI) tahun 2006-2008. Berdasarkan hasil temuan penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia.
2. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia.

B. Saran

Adapun saran-saran yang dapat peneliti berikan sehubungan dengan keterbatasan yang melekat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan-perusahaan sebaiknya mengkaji kembali keputusan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada *annual report* perusahaannya. Hal ini dikarenakan di Indonesia belum memiliki standar pengungkapan tanggung jawab sosial. Kedepannya diharapkan adanya

perhatian perusahaan untuk lebih transparan mengenai kualitas maupun kuantitas tentang tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan.

2. Walaupun PT. BEI sampai saat ini belum mewajibkan perusahaan yang terdaftar di PT. BEI untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat dilakukan perusahaan sebagai wujud untuk terus memperhatikan nilai-nilai sosial yang berlaku dan untuk memaksimumkan nilai perusahaan. Karena dari hasil penelitian *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Bagi investor yang membutuhkan informasi dari laporan keuangan maupun non keuangan perusahaan sebaiknya investor harus memperhatikan faktor-faktor penting lainnya yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk memaksimumkan nilai perusahaan seperti : profitabilitas, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan.
4. Bagi peneliti lain yang tertarik untuk meneliti judul yang sama maka peneliti menyarankan untuk menggunakan faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan melihat nilai *Adjusted R Square* penelitian ini yang masih rendah maka diharapkan penelitian sejenis agar dapat menambahkan variabel independen lain seperti : profitabilitas, kepemilikan institusional, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Diharapkan untuk penelitian sejenis dapat menambah rentang waktu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, Dian Wahyu. 2007. Pengaruh *CSR Disclosure* dan *Institutional Ownership* terhadap *Firm Value*. Jurnal Riset Akuntansi
- Ambadar, Jackie. 2008. CSR dalam Praktik di Indonesia. Jakarta: PT. Elexindo Media Compitindo
- Gaver and Gaver, 2000. Eva Versus Earning: Does Matter Which is More Highly Correlated With Stock Returns. *Journal of Accounting Research*, Vol 38
- Gray, Rob, Reza Kouhy and Simon Lavers. 1995. *Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and Longitudinal Study of UK Disclosure*. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol 8 no.2, pp. 47-77.
- Hendra, Kartika. 2008. Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan. Melalui (<http://kartikahendra.blogspot.com>) (24/11/2009)
- Idris. 2006. Aplikasi SPSS dalam Analisis Data Kuantitatif. Padang: FE UNP
- Imam, Ghazali. 2006. Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Komputindo.
- Jensen, MC and Meckling. 1976. “*Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structur*”. *Journal of Financial Economics*. Vol 3, p.305-360.
- Junaidi, Muhammad AR. 2006 “Pengaruh Kepemilikan Manajemen dan Kebijakan Hutang Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ”. Thesis, Unsyiah
- Komar, Saeful.2004. Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial dan Korelasinya dengan Akuntansi Islam. Media Akuntansi
- Kusumadaliga, Rimba .2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating.UNDIP. Semarang
- Myers, S.C, 1997. *Still Searching for Optimal Capital Structure*. *Journal of Applied Corporate Finance*, Vol 6 No. 1
- Oktananda, Yudhi. 2008. Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan dan Deviden terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi Universitas Bung Hatta. Padang.