

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN  
INSTITUSIONAL DAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PT KINO INDONESIA Tbk (KINO))**

Oleh :

**NIA TOGATOROP  
NIM 0502162075**

**Program Studi  
AKUNTANSI SYARI'AH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN**

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN  
INSTITUSIONAL DAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN  
(STUDI KASUS PT KINO INDONESIA Tbk (KINO))  
Skripsi**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.  
Akun) Dalam Ilmu Akuntansi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara**

Oleh :

**NIA TOGATOROP  
NIM 0502162075**

**Program Studi  
AKUNTANSI SYARI'AH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA  
MEDAN**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nia Togatorop

NIM : 0502162075

Tempat/ Tanggal Lahir : Bekasi, 13 Oktober 1998

Perkerjaan : Mahasiswa

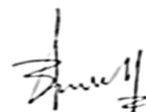
Alamat : Jl William Iskandar no 307A

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTIUSIONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PT KINO INDONESIA TBK (KINO) PERIODE 2015 – 2019"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sebenarnya. Apanila terdapat kesalahan dan keliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, Juni 2020

Yang membuat pernyataan



Nia Togatorop

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN  
INSTITUSIONAL, DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI PT KINO INDONESIA TBK.  
PERIODE 2015 – 2019**

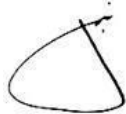
Oleh:

Nia Togatorop

NIM. 0502162075

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)  
Pada Jurusan Akuntansi Syari'ah  
Medan, Juni 2020

Pembimbing I



Dr. Nurlaila, MA

NIP : 1975052120011122002

Pembimbing II



Fauzi Arif Lubis, MA

NIP : 198412242015031004

Mengetahui

Ketua Jurusan Akuntansi Syari'ah



Hendra Hermain, SE, M,pd

NIP:197305101998031003

**PENGESAHAN**

Skripsi berjudul **“PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN *COROPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAIPERUSAHAAN (Studi Kasus Pada PT Kino Indonesia Tbk (KINO))”** an. Nia Togatorop, NIM 0502162075 Prodi Akuntansi Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 21 Juli 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) pada Prodi Akuntansi Syariah.

Medan, 21 Juli 2020

Panitia Sidang Munaqasyah  
Skripsi Prodi Akuntansi Syariah  
UIN-SU

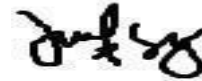
Ketua,



Hendra Harmain, S.E., M.Pd

NIDN.2010057302

Sekretaris,



Laylan Syafina, SE, M.Si

NIDN. 2027089103

Pembimbing I



Dr. Nurlaila, MA

NIDN.2021057503

Anggota

Pembimbing II



Fauzi Anji Lubis, MA

NIDN. 2024128401

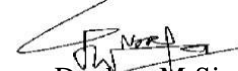
Penguji I



Dr. Hj. Yenni Samri Julianti Nst, MA

NIDN.2001077903

Penguji II



Aqwa Naser Daulay, M.Si

NIDN. 2024128801

**Mengetahui,**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Sumatera Utara Medan**



Dr. Andri Soemitra, MA

NIDN. 2007057602

## ABSTRAK

NIA TOGATOROP, NIM : 050162075, Judul Skripsi: **PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI PT KINO INDONESIA TBK. PERIODE 2015-2019**, dibawah bimbingan Pembimbing Skripsi I Ibu Dr. Nurlaila, MA dan Pembimbing Skripsi II Bapak Fauzi Arif Lubis, MA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan PT Kino Indonesia Tbk. Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan nilai Tobin's Q. Penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih. Pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling/judgement sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari, mencatat dan mengklasikan data seperti laporan keuangan dan laporan CSR PT Kino Indonesia Tbk. periode 2015-2019. Dimana data keuangan ataulaporan keuangan perusahaan yang diambil yaitu laporan keuangan perbulan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan institusional berpengaruh positif dan *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menyatakan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *Corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini adalah nilai dari  $R^2$  sebesar 0.932 Yang artinya variable independent kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* dapat menjelaskan sebesar 93.2% variasi variable nilai perusahaan, sedangkan sisanya 6.8% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya. Hasil pengujian parsial menunjukkan nilai  $t_{hitung} (8.437) > t_{tabel} (2.005)$  dengan signifikan  $(0.000) < (0.05)$  yang berarti bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan ber arah negatif di PT Kino Indonesia Tbk Periode 2015-2019, hasil uji parsial juga menunjukkan nilai  $t_{hitung} (7.879) > t_{tabel} (2.005)$  dengan signifikan  $(0.000) < (0.05)$  yang berarti bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hasil uji parsial juga menunjukkan nilai  $t_{hitung} (6.724) > t_{tabel} (2.005)$  dengan signifikan  $(0.000) < (0.05)$  yang berarti bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan secara simultan hasil uji menunjukkan nilai  $F_{hitung} (60.854) > F_{tabel} (2.77)$  dengan nilai signifikan  $(0.000) < (0.05)$ . dengan demikian, kesimpulannya ialah ada pengaruh signifikan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan *Corporate social responsibility*.

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah NYA, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tentang

**“PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI PR KINO INDONESIA TBK PERIODE 2014-2019”**

Adapun maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sastra Satu (S1) jurusan Akuntansi Syariah di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Atas berkat bantuan dari berbagai pihak yang telah berkenan untuk memberikan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam penulisan proposal ini. Maka dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Teristimewa kepada kedua orang tua saya Munawir Bin Salimah dan Ristauli Tambunan, yang selama ini memberikan dukungan dan mendoakan penulis hingga sejauh ini, serta adik saya tercinta Ronaldo Togatorop dan Fiterson Pasaribu yang sangat mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
5. Bapak Hendra Hermain, SE, M.Pd., selaku Ketua Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

6. Ibu Kusmilawaty, SE, Ak, M.Ak., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Nurlaila. MA sebagai pembimbing skripsi I dan Pak Fauzi Arif Lubis, MA sebagai pembimbing II saya yang telah berkenan meluangkan waktu istirahatnya dalam membimbing saya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Ibu Arnida Wahyuni Lubis M, Si sebagai pembimbing akademik yang selalu memantau perkembangan skripsi saya dan meluangkan waktu untuk mengajarkan saya.
9. Segenap Bapak Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
10. Kepada keluarga saya Dian Puspita Sari Sirait dan Tri Susanti Sirait yang selalu mau membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dan teman-teman lama saya Febrian Nanda, Eka Widya Alvionita Situmorang, Hani Lubis, Siti Nurhafiza, Raviah Azhari Siagian, Triyni, Reni Anita Putri, Yuli Elviana Sari, Vivi Yanti, Siti Aminah Ritonga, Indah Sindiana, Befiriana Moniza, teman seperpimbingan skripsi saya Siti Rahma Daulay, Siti Nurmala Lubis serta teman-teman AKS-E lainnya yang saya sayangi yang menjadi penyemangat dan pendorong untuk segera menyelesaikan skripsi saya ini.
11. Teman-teman angkatan 2016 jurusan Akuntansi Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
12. Kepada Guntur Kurniawan Batubara terimakasih selalu mendoakan, membantu, mendukung dan memberikan semangat setiap harinya kepada saya untuk menyelesaikan skripsi dan terima kasih juga kepada keluarga lucu-lucu yang selalu membuat saya tertawa dan tidak jenuh dalam mengerjakan skripsi ini.
13. Kepada kak Lili Syahfitri dan kak Elfayani yang senantiasa mau meluangkan waktu untuk mengajarkan saya dalam segala hal mulai dari



skripsian dan pelajaran lainnya yang tidak pernah bosan saat saya bertanya.

14. Kepada teman-teman KKN 09 Desa Secanggih Kabupaten Langkat yang berkenan mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.
15. Kepada teman-teman sepermagangan PT Indonesia Asahan Aluminium (Persero) yang membantu serta mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.
16. Dan semua pihak yang telah berkenan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari akan kekurangan dan kesempurnaan penulisan proposal skripsi ini. Oleh sebab itu, segala kritik maupun saran sangat penulis harapkan.

Medan, Juni 2020

Nia Togatorop

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN .....	i
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah .....	9
D. Rumusan Masalah.....	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
BAB II.....	12
KAJIAN TEORITIS.....	12
A. Tinjauan Pustaka.....	12
1. Nilai Perusahaan .....	12
a. Pengertian Nilai Perusahaan .....	12
b. Tujuan Nilai Perusahaan.....	14
c. Pengukuran Nilai Perusahaan .....	15
d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan.....	18
e. Nilai Perusahaan dalam prespektif islam .....	19
2. Kepemilikan manajerial .....	20
a. Pengertian Kepemilikan Manajerial .....	20
b. Pengukuran Kepemilikan Manajerial .....	21
c. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.....	22
3. Kepemilikan Instutisional.....	22
a. Pengertian Kepemilikan Instutisional.....	22
b. Pengukuran Kepemilikan Instutisional.....	23

c.	Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan .....	24
4.	Corporate Social Responsibility .....	25
a.	Pengertian Corporate Social Responsibility .....	25
b.	Pengukuran Corporate Social Responsibility .....	28
c.	Konsep-Konsep Corporate Social Responsibility .....	28
d.	Prinsip-prinsip Corporate Social Responsibility (CSR) .....	29
e.	Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR) .....	31
f.	Permasalahan Corporate Social Responsibility .....	32
g.	Corporate Social Responsibility dalam prespektif Islam .....	32
h.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap NilaiPerusahaan .....	35
i.	Penjelasan Teori Asimetri Informasi .....	36
B.	Penelitian Terdahulu .....	39
C.	Kerangka Konseptual .....	46
D.	Hipotesis .....	49
BAB III .....		53
METODOLOGI PENELITIAN .....		53
A.	Pendekatan Penelitian .....	53
B.	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	53
C.	Populasi dan Sampel .....	53
D.	Jenis dan Sumber Data .....	54
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	54
F.	Defenisi Operasional Variabel Penelitian .....	54
G.	Teknik Analisis Data .....	58
a.	Analisis Deskriptif .....	58
b.	Uji Asumsi Klasik .....	58
c.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
d.	Uji Hipotesis .....	61
BAB IV .....		63
TEMUAN PENELITIAN .....		63
A.	Deskripsi Data Penelitian .....	63
1	Gambaran Umum Perusahaan .....	63

2	Deskripsi Data.....	63
B.	Uji Asumsi Klasik.....	70
1.	Uji Normalitas.....	70
2.	Uji Autokorelasi.....	72
3.	Uji Multikolinearitas .....	73
4.	Uji Heteroskedastisitas .....	74
C.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	75
D.	Uji Hipotesis .....	78
1.	Uji Parsial (Uji t).....	78
2.	Uji simultan (Uji f).....	80
3.	Koefisien Determin ( $R^2$ ).....	81
BAB V	.....	89
PENUTUP	.....	89
A.	Kesimpulan .....	89
B.	Saran .....	89
DAFTAR PUSTAKA	.....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kepemilikan Manajerial .....	6
Tabel 1.2	Kepemilikan Istitusional.....	6
Tabel 1.3	Program Pelaksanaan <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	7
Tabel 1.4	Nilai Perusahaan.....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	40
Tabel 3.1	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	56
Tabel 4.1	Nilai Perusahaan PT Kino Tbk.....	65
Tabel 4.2	Deskriptif Statistik Nilai Perusahaan.....	66
Tabel 4.3	Kepemilikan Manajerial PT Kino Tbk .....	67
Tabel 4.4	Deskriptif Statistik Kepemilikan Manajerial.....	68
Tabel 4.5	Kepemilikan Istitusional PT Kino Tbk .....	69
Tabel 4.6	Deskriptif Statistik Kepemilikan Istitusional.....	70
Tabel 4.7	<i>Corporate Social Responsibility</i> PT Kino Tbk .....	70
Tabel 4.8	Deskriptif Statistik <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	71
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogrov .....	71
Tabel 4.10	Hasil Uji Autokorelasi .....	72
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas .....	73
Tabel 4.12	Hasil Uji Heterokedastisitas .....	74
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Linier Beganda .....	75
Tabel 4.14	Hasil Uji t .....	76
Tabel 4.15	Hasil Uji F.....	77
Tabel 4.16	.....	Hasil
Uji <sup>2</sup>	78	

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1	Pengaruh berbagai disiplin ilmu terhadap manajemen keuangan.....	13
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual.....	49
Gambar 4.1	Grafik Histogram .....	71
Gambar 4.2	Grafik Uji <i>Probanility Plot</i> .....	72
Gambar 4.3	Hasil Uji Heteroksedastisitas .....	74

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perekonomian secara global di Indonesia yang terjadi saat ini menimbulkan persaingan bebas antar perusahaan-perusahaan. Dimana setiap perusahaan memiliki tujuan dalam membangun perusahaan. Tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Pada umumnya semua perusahaan ingin meningkatkan nilai perusahaan, dimana nilai perusahaan yang tinggi dapat menghasilkan laba yang besar bagi setiap para pemegang saham dan hal ini tentunya dapat menarik para investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut. Dimana hal ini merupakan tujuan utama perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban dari pihak manajemen yang mengelola aktivitas perusahaan terhadap pemilik saham.

PT Kino Indonesia Tbk. merupakan salah satu perusahaan *consumer goods* yang telah diakui di Indonesia dan juga manca negara dengan lingkup bisnis yang meliputi beberapa jenis kategori produk diantara lain adalah *Personal Care, Beverages, Food, Pet Food dan Pharmasi*. PT Kino Indonesia ditemukan oleh Harry Sanusi pada 1991 dan terus berkembang pesat seiring berjalannya waktu. Visi dari PT Kino adalah menjadi perusahaan Indonesia yang ternama dan terdepan yang berlandaskan ide dan inovasi Kino Indonesia akan terus bergerak untuk menjadi perusahaan yang mendunia tanpa meninggalkan nilai-nilai lokal dengan misi untuk memperluas pasar melalui pengembangan produk yang didorong oleh semangat untuk berinovasi.<sup>1</sup>

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membelinya, jika suatu perusahaan akan dijual. Bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang diperjual belikan, pendapatan ini didasarkan atas pemikiran bahwa peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para pemegang saham, dan peningkatan harga saham

---

<sup>1</sup><https://manufakturindo.com>

identik dengan peningkatan nilai perusahaan meski demikian tidak berarti bahwa nilai perusahaan sama dengan harga saham. Tetapi bila besarnya nilai utangdipegang konstan. Maka setiap peningkatan nilai saham sama dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal inilah peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham.<sup>2</sup>

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika harga sahamnya tinggi maka dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan tersebut juga baik. Dimana hal ini merupakan tujuan utama dari perusahaan sebagai bentuk pertanggung jawaban dari pihak manajemen yang mengelola aktivitas perusahaan terhadap pemilik saham.<sup>3</sup>

Namun dalam meningkatkan suatu nilai perusahaan pasti muncul masalah kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Tidak jarang manajer perusahaan memiliki tujuan dan kepentingan lainnya yang bertentangan dengan tujuan utama perusahaan yang sering mengabaikan kepentingan pemegang saham. Perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini akan menimbulkan konflik yang biasa disebut agensi konflik, hal tersebut terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadinya, sebaliknya pemegang saham tentunya tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan<sup>4</sup>

Dalam perusahaan, Kepemilikan Manajerial merupakan sesuatu yang sangat penting, hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial akan mempengaruhi prinsip dan sikap seseorang manajemen, dimana manajemen akan berupaya untuk meningkatkan nilai saham yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai

---

<sup>2</sup>M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (jakarta: Gramedia, 2006), hlm. 23.

<sup>3</sup>Wahyudi, Untung dan Hartini Prasetyaning Pawestri, “ *Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan dan Keuangan sebagai variabel Intervening*” Simposium Nasional Akuntansi IX Padang.

<sup>4</sup>Jensen, M. and Meckling, W. 1976, Theory of the firm:” *managerial behavior, agency costs and ownership stucture*”, Journal of Financial Economics, Vol. 3, pp. 305-306.



perusahaan di mata publik. Dengan kepemilikan saham oleh manajerial, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan para principal karena manajer termotivasi untuk meningkatkan kinerja yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Ross menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung berusaha untuk meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingannya sendiri.<sup>5</sup>

Kepemilikan saham manajemen adalah perbandingan kepemilikan saham manajerial dengan jumlah saham yang beredar di pasar saham. Dengan kata lain manajerial disebut sebagai proporsi saham biasa yang dimiliki oleh para manajemen. Dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen akan mensejajarkan kedudukan manajer dengan pemegang saham sehingga manajemen akan termotivasi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya kepemilikan manajemen akan menimbulkan suatu pengawasan terhadap kebijakan-kebijakan yang diambil oleh manajemen perusahaan.

Oleh karena itu kepemilikan manajerial dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan dan nilai perusahaan. Maka perusahaan harus memperhatikan kepemilikan manajerial yang ada dalam perusahaan karena berpengaruh pada keputusan keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Struktur kepemilikan lainnya adalah kepemilikan instutional, yang diartikan sebagai kepemilikan saham perusahaan oleh institusi atau lembaga tertentu investor institusional dianggap mampu menggunakan informasi laba periode sekarang untuk memprediksi laba dimasa yang akan mendatang dibandingkan investor non institusional. Kepemilikan institusional dapat meningkatkan nilai perusahaan, dengan memanfaatkan informasi, serta dapat mengatasi konflik keagenan karena dengan meningkatnya kepemilikan instutional maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi atau lembaga.

---

<sup>5</sup>Hamongan Siallagandan Mas'ud, Machfoedz, "*Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan*", Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang, 2007.

Perusahaan dengan kepemilikan instutional yang besar mengindikasikan kemampuannya untuk monitor manajemen. Semakin besar kepemilikan manajemen maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai pencegahan terhadap pemborosan yang dilakukan oleh manajemen.<sup>6</sup>

Kepemilikan institusional adalah proporsi kepemilikan saham pada akhir tahun yang dimiliki oleh lembaga, seperti asuransi, bank atau institusi lain. Kepemilikan instutional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen. Adanya kepemilikan oleh instutional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal.

Semakin tinggi kepemilikan instutional maka akan mengurangi perilaku *oppourtunistic* manajer yang dapat mengurangi *agency cost* yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti kepemilikan oleh instituonal akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan nantinya dapat meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan. Pengawasan yang tinggi 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. Konsentrasi kepemilikan pada pihak luar perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (*Shareholders*) saja namun mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *satkeholder*. CSR sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial dimana perusahaan tersebut berbeda. Pemikiran tersebut berdasarkan pada 3p yaitu (*Profit, People, Planet*) dimana menurut Global Compact Initiative yaitu tujuan perusahaan tidak hanya memburu

---

<sup>6</sup>Faisal dan Firmansyah. 2005. “Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Direksi: Analisis Persamaan Simultan”. Media Ekonomi dan Bisnis. Vol. XVI, No. 2, Desember, h. 54

keuntungan ekonomi (*Profit*) namun juga untuk kesejahteraan orang (*People*), dan memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan hidup *planet* ini. CSR sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial dimana perusahaan tersebut berada. Perusahaan berharap jika dengan menerapkan *corporate social responsibility* akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu panjang.<sup>7</sup>

Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Namun ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan CSR tapi sangat sedikit yang mengungkapkannya kedalam sebuah laporan.<sup>8</sup>

Fenomena yang saya teliti disini yaitu pada PT Kino Indonesia Tbk terjadi masalah adanya perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal inilah yang melatar belakangi perlunya tata kelola perusahaan yang baik. Dengan adanya tata kelola perusahaan diharapkan mampu memberikan keseimbangan antara berbagai kepentingan yang dapat memberikan keuntungan secara menyeluruh. Dimana tata kelola perusahaan menjadi topik menarik di Indonesia pada tahun 1998 saat Indonesia mengalami krisis. Adapun mekanisme cara pengelolaan yang dilakukan perusahaan berupa kepemilikan manajerial (manajemen) dan kepemilikan instutional.

Selanjutnya kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu kepemilikan manajerial di PT Kino Indonesia Tbk dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan dan nilai perusahaan. Maka perusahaan harus memperhatikan kepemilikan manajerial yang ada dalam perusahaan karena berpengaruh pada keputusan keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Diukur dengan indikator saham

---

<sup>7</sup> Hendrik Budi Untung, 2015 “*Corporate Social Responsibility*” h. 29

<sup>8</sup>*Ibid*, h. 35

yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi dan manajemen. Namun pada pelaksanaannya sering terjadi pertentangan kepentingan antara manejer dan pemegang saham pada PT Kino Indonesia Tbk. Sehingga memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 1.1**  
**Kepemilikan Manajerial PT Kino Indonesia Tbk.**

Tahun	Total Kepemilikan Manajerial
2015	Rp 150.000.000
2016	Rp 150.990.000
2017	Rp 151.356.800
2018	Rp 153.623.000
2019	Rp 132.064.500

Sumber : Laporan Keuangan PT Kino IndonesiaTbk. 2015-2019

Selanjutnya mengenai kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu semakin tinggi kepemilikan instutisional di PT Kino Indonesia Tbk, maka akan mengurangi perilaku *oppourtunistic* manajer yang dapat mengurangi *agency cost* yang diharapkan akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya konsentrasi kepemilikan, maka para pemegang saham besar seperti kepemilikan oleh instituonal akan dapat memonitor tim manajemen secara lebih efektif dan nantinya dapat meningkatkan pengawasan terhadap perusahaan. Pengawasan yang tinggi 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. Konsentrasi kepemilikan pada pihak luar perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 1.2****Kepemilikan Institusional PT Kino Indonesia Tbk**

<b>Tahun</b>	<b>Total Kepemilikan Institusional</b>
2015	Rp 285.714.400
2016	Rp 260.349.500
2017	Rp 262.834.531
2018	Rp 254.945.031
2019	Rp 254.876.231

Sumber : Laporan Keuangan PT Kino IndonesiaTbk. 2015-2019

Selanjutnya *Corporate Social Responsibility* pada setiap perusahaan sangatlah penting, karena dengan adanya CSR ini dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang mana investor akan semakin banyak untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial, dengan menggunakan informasi tanggung jawab sosial adalah salah satu keunggulannya, terutama pada sektor industri barang konsumsi ini sangat berdampak pada masyarakat sekitar. Dimana dari tahun 2015 sampai tahun 2019 biaya yang diberikan oleh PT Kino Indonesia Tbk semakin lama semakin meningkat sehingga tanggung jawab perusahaan terhadap keputusan dan kegiatan kepada masyarakat dan lingkungan berpengaruh secara positif.

**Tabel 1.3****Program Pelaksanaan CRS PT KINO INDONESIA Tbk**

<b>Tahun</b>	<b>Total Biaya CSR</b>
2015	Rp 426.396.600
2016	Rp 366.601.600
2017	Rp 204.010.838
2018	Rp39.865.000
2019	Rp39.865.000

Sumber : Annual Report PT Kino Indonesia Tbk tahun 2015-2019

Selanjutnya Nilai Perusahaan, dimana nilai perusahaan sangatlah penting, karena dapat menunjukkan nilai asset yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu asset berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, nilai perusahaan *go public* menunjukkan nilai seluruh aktiva juga tercermin dari nilai pasar atau harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan.

**Tabel 1.4**  
**Nilai Perusahaan PT Kino Indonesia Tbk**

<b>Tahun</b>	<b>Total Nilai Perusahaan</b>
2015	Rp 1.775.329
2016	Rp 1.929.012
2017	Rp 2.017.973
2018	Rp 2.159.051
2019	Rp 2.464.152

Sumber : Annual Report PT Kino Indonesia Tbk tahun 2015-2019

Sebelumnya banyak peneliti yang telah meneliti mengenai pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Pawestri pada tahun 2006 menemukan bahwa kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan adalah hubungan *non-monotonic* yang muncul karena adanya Insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka berusaha melakukan pensejajaran kepentingan dengan *outsider ownership* dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan meningkat. Sementara itu hasil penelitian dari Tendi Haruman pada tahun 2008 menyimpulkan bahwa variabel managerial *ownership* memiliki pengaruh dengan arah berhubungan negatif. Hal ini dapat diartikan bahwa semakin tinggi proporsi kepemilikan manajerial, akan menurunkan *market value*.

Penelitian yang dilakukan oleh Farshid dan Naiker pada tahun 2006 menyatakan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dengan nilai perusahaan pada tingkat kepemilikan yang rendah. Sedangkan menurut Wening

pada tahun 2009 semakin besar kepemilikan institusi keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Verecchia pada tahun 2005, dari sudut pandang ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berpengaruh positif.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT Kino Indonesia Tbk.**”

## **B. Identifikasi Masalah**

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang dikemukakan di atas, maka penulisan mengidentifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Masih adanya perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham pada PT Kino Indonesia Tbk yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Pengelolaan kepemilikan manajerial yang kurang baik akan mempengaruhi nilai perusahaan.
3. Pengelolaan kepemilikan institusional yang baik akan mempermudah dalam meningkatkan nilai perusahaan.

## **C. Batasan Masalah**

Banyaknya masalah yang teridentifikasi, peneliti membatasi masalah hanya pada:

1. Perhitungan nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan rumus Tobin's Q  

$$= \frac{EMV+D}{EBV+D}$$
2. Perhitungan kepemilikan institusional yaitu total kepemilikan saham yang dimiliki oleh institusional seperti asuransi

3. Perhitungan kepemilikan manajerial yaitu total saham yang dimiliki oleh direktur utama maupun manajer.
4. Pengukuran CSR dilihat dari berapa jumlah item untuk perusahaan dan jumlah item yang diungkapkan menggunakan CRSI.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian singkat mengenai latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk?
2. Apakah kepemilikan Instutional berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk?
3. Apakah *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk?
4. Apakah Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk?

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusaan pada PT Kino Indonesia Tbk.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada PT Kino Indonesia Tbk.

##### 2. Manfaat Penelitian



Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat berguna dan memiliki manfaat antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Dilihat secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Penulisan

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan tentang ilmu akuntansi manajemen sehingga dapat mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2) Bagi perusahaan PT. Kino Indonesia Tbk

Diharapkan dapat menambah informasi dan evaluasi yang berkaitan mengenai kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* untuk memaksimalkan nilai perusahaan.

3) Bagi Kepentingan Akademis

Diharapkan dapat menambah sumber kepustakaan dibidang ilmu pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan representatif bagi penulis selanjutnya.

## BAB II KAJIAN TEORITIS

### A. Tinjauan Pustaka

#### 1. Nilai Perusahaan

##### a. Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Berbagai kebijakan yang diambil oleh manajemen dalam upaya untuk menaikkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham.<sup>1</sup>

Nilai perusahaan juga dapat menunjukkan nilai *asset* yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga. Saham merupakan salah satu aset berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan. Nilai perusahaan *go public* selain menunjukkan nilai seluruh aktiva, juga tercermin dari nilai pasar atau harga sahamnya, sehingga semakin tinggi harga saham mencerminkan tingginya nilai perusahaan.<sup>2</sup>

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual. Bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang diperjual belikan di bursa efek. Pendapat ini didasarkan atas pemikiran bahwa peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para pemegang saham, dan peningkatan harga saham identik dengan peningkatan nilai perusahaan. Meskipun demikian, tidak berarti bahwa nilai perusahaan sama dengan harga saham. Nilai perusahaan sama dengan harga saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan nilai pasar untungnya. Tetapi bila

---

<sup>1</sup>Harmono Naufal, *Manajemen Keuangan*, (Bumi Aksara: Jakarta 2017), h. 220

<sup>2</sup>*Ibid*, h. 221

besarnya nilai utang dipegang konstan, maka setiap peningkatan nilai saham sama dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal inilah peningkatan nilai perusahaan identik dengan peningkatan harga saham.

Nilai perusahaan yang belum *go-public* dapat diukur dengan harga jual seandainya perusahaan tersebut dijual. Jadi tidak hanya nilai aset (laporan di neraca) tetapi diperhitungkan juga tingkat resiko usaha, prospek perusahaan, manajemen lingkungan kerja dan sebagainya.

Indikasi nilai perusahaan adalah:

- 1) Perusahaan belum/tidak *go-public*: harga seandainya perusahaan dijual.
- 2) Perusahaan *go-public*: harga saham yang dijual-belian dipasar modal.

- 1) Memaksimalkan nilai perusahaan tidak sama dengan memaksimalkan laba, alasannya:
  - a. Perusahaan bisa saja meningkatkan laba dengan cara mengeluarkan saham dengan hasil penjualan saham diinvestasikan pada deposito atau obligasi pemerintah. Dengan cara ini dijamin laba akan besar tetapi keuntungan per-lembar saham akan menurun, karena jumlah lembar saham yang beredar bertambah, sehingga kondisi perusahaan tidak baik.
  - b. Terminologi *profit* memiliki pengertian ganda, disebabkan terdapat banyak defenisi profit.
- 2) Memaksimalkan nilai perusahaan tidak sama dengan memaksimalkan laba per-lembar saham (*earning per-share* =
  - a) Tujuan memaksimalkan laba tidak memperhatikan waktu dan lamanya keuntungan yang diharapkan.

- b) Tidak mempertimbangkan risiko atau ketidakpastian dari keuntungan di masa yang akan datang. Jika suatu usulan mengandung risiko yang besar, maka kenaikan keuntungan per-lembar saham akan diikuti dengan penurunan harga saham.

## b. Tujuan Nilai Perusahaan

Memaksimisasi Profit VS *Maximization Wealth of Stockholders*

Ada beberapa kelemahan apabila tujuan perusahaan memaksimalkan profit:

- 1) Pengertian *profit* yang menyesatkan (jumlah profit atau tingkat *profit*)
- 2) Secara teoritis berdasarkan ekonomi mikro *profit* maksimum tercapai bila marginal sama dengan pendapatan marginal, sehingga bersifat statis. Dengan demikian tidak ada perbedaan nyata antara *profit* dalam jangka pendek dengan *profit* dalam jangka panjang.
- 3) Apabila memaksimumkan profit merupakan tujuan utama, maka sangat mudah dilakukan oleh perusahaan.

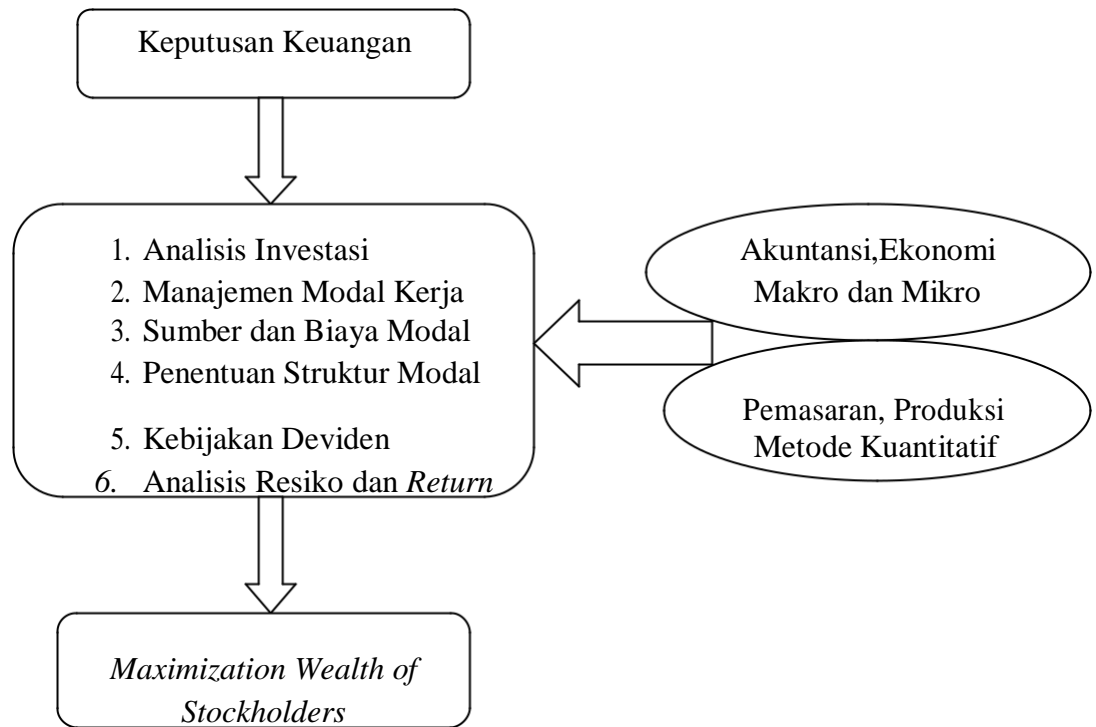
Tujuan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimumkan nilai sekarang semua keuntungan pemegang saham yang diharap akan diperoleh di masa mendatang.<sup>3</sup>

Kemakmuran pemegang saham meningkat bila saham yang dimilikinya meningkat. Harga pasar saham yang terbentuk dipengaruhi beberapa faktor, antara lain: *earning per share*, *price earning ratio*, tingkat bunga bebas resiko, tingkat kepastian operasi perusahaan, dan lain-lain.

---

<sup>3</sup>I Made Sudana, “*Manajemen Keuangan Perusahaan*”, (Jakarta : Erlangga, 2015) h. 8

Pengaruh berbagai disiplin ilmu terhadap manajemen keuangan dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 2.1 Pengaruh Berbagai Disiplin Ilmu Terhadap Manajemen Keuangan.

### c. Pengukuran Nilai Perusahaan

Pengukuran Nilai Perusahaan dalam resiko penelitian perusahaan terdiri dari:

#### 1. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price earning ratio* (PER) adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan earning per share dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Secara sistematis PER dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{PER} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

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

*Price to Book Value (PBV)* menggambarkan seberapa besar pasar mengenai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga dapat berarti rasio yang menunjukkan apakah harga saham yang diperdagangkan *overvalued* (di atas) atau *undervalued* (dibawah) nilai buku saham tersebut. Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{PBV} = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

## 3. *Tobin's Q*

Salah satu yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh *profesor james tobin*. Rasio ini merupakan konsep yang sangat berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rumusnya sebagai berikut:

$$Q = \frac{\text{---}}{\text{---}}$$

Dimana:

Q	= Nilai Perusahaan
EMV	= Nilai pasar ekuitas
EBV	= Nilai buku dari total aktiva
D	= Nilai buku dari total hutang

EMV ini diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan pada akhir tahun (*closing price*) dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun. EBV diperoleh dari selisih total asset perusahaan dengan total kewajibannya.

#### 4. Konsep Nilai suatu Perusahaan

Beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

- 1 Nilai Nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- 2 Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bias ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- 3 Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan asset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dikemudian hari.
- 4 Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- 5 Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai likuidasi bias dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan dilikudasi.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Farah Margaretha, *Manajemen Keuangan untuk Manajer Non-Keuangan*, (Jakarta : Erlangga, 2011) h. 19

#### **d. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya sebagai berikut:

##### 1. Kepemilikan Manajerial

Menurut penelitian Sugianto, kepemilikan saham oleh manajemen akan menyelaraskan kepentingan manajemen dan pemilik saham, sehingga dapat mengurangi konflik keagenan. Para manajer akan mendapatkan manfaat langsung dari kepemilikan manajerial yaitu ketetapan dalam pengambilan keputusan, maka akan berdampak pada mereka juga. Tingginya kepemilikan manajerial akan dapat meminimalkan masalah keagenan karena antara antara kepentingan manajer dan pemegang saham dapat selaras dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

##### 2. Kepemilikan Institusional

Penelitian Sugianto, adanya kepemilikan institusional artinya bahwa manajemen akan mendapat pengawasan dalam operasional perusahaan sehingga pengambilan keputusan perusahaan pun akan lebih efektif dan efisien. Kepemilikan institusional akan meningkatkan nilai perusahaan, dengan memanfaatkan informasi. Kepemilikan institusi dapat mengatasi konflik keagenan karena dengan meningkatnya kepemilikan institusi maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi. Investor institusi dianggap dapat menjadi mekanisme *monitoring* yang *efektif* dalam setisp keputusan yang diambil oleh manajer.

##### 3. *Corporate Social Responsibility*

Menurut penelitian Hendrik Budi Untung, *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atas dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dari menitik beratkan pada kesinambungan antara penelitian terhadap aspek ekonomis, social, dan lingkungan.



Menerapkan *corporate social responsibility* menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi, meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan *profitabilitas* perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* mempunyai peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab social dilingkungan sekitar, menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### e. Nilai Perusahaan dalam perspektif islam

Adapun dalam pandangan Straub dan Attner, bisnis tak lain adalah suatu organisasi yang menjalankan aktivitas produksi dan penjualan barang-barang dan jasa-jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit. Adapun dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (ada aturan halal dan haram)

Pengertian di atas dapat dijelaskan bahwa Islam mewajibkan setiap muslim, khususnya yang memiliki tanggungan untuk bekerja. Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki harta kekayaan. Untuk memungkinkan manusia berusaha mencari nafkah, Allah Swt melapangkan bumi serta menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan untuk mencari rizki. Sebagaimana dikatakan dalam firman Allah QS. Al Mulk ayat 15 :

وَالَّذِي عَلَّمْنَا نَمُوتُ لِيَضَلَّ أَوْلَادُ فَالْوَالِ يَلَادُ فَنُفَا فَبِهَذَا وَلِلَّاهِ

نَلَاذَ دَلَاذَا لِهَذَا وَلُونَ Dialah yang menjadikan bumi ini mudah bagi kamu, maka

*berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rizki Nya...*

## 2. Kepemilikan manajerial

### a. Pengertian Kepemilikan Manajerial

Berdasarkan teori keagenan, perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang disebut *agency conflict*. Konflik kepentingan yang sangat potensial ini menyebabkan pentingnya suatu mekanisme yang diterapkan guna melindungi kepentingan pemegang saham. Mekanisme pengawasan terhadap manajemen tersebut menimbulkan suatu biaya yaitu biaya keagenan, oleh karena itu salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen.<sup>5</sup>

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Manajer yang memiliki saham perusahaan tentunya akan menselaraskan kepentingannya sebagai manajer kepentingannya sebagai pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan.<sup>6</sup>

Kepemilikan manajerial adalah saham yang dimiliki oleh manajemen secara pribadi maupun saham yang dimiliki oleh anak cabang perusahaan bersangkutan beserta afiliasinya. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan.<sup>7</sup>

Kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor, ketika kepemilikan saham oleh manajemen rendah maka ada kecenderungan akan terjadinya perilaku *opportunist*

---

<sup>5</sup>Edi Herman, Akuntansi Manajerial (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013) h. 12

<sup>6</sup>*Ibid*, h. 2

<sup>7</sup>Pujiati Diyah dan Erman Widanar. 2009. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening." Jurnal Bisnis dan Akuntansi Ventura, Vol. 12. No.1, h. 71-86

manajer yang meningkat akan juga, dengan adanya kepemilikan potensi perbedaan kepentingan antar manajer dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara agen dan prinsipal diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham.<sup>8</sup>

#### **b. Pengukuran Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan Manajerial dihitung dengan menggunakan persentase saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan secara aktif ikut serta dalam pengambilan keputusan perusahaan (dewan komisaris dan direksi) pada akhir tahun. Total maksimum kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajemen sebesar 5%.<sup>9</sup> Pengukuran persentase ini mengetahui besarnya manajerial memiliki saham dalam perusahaan.

Secara sistematis kepemilikan manajerial dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

---

Kepemilikan manajerial itu sendiri dapat dilihat dari konsentrasi kepemilikan atau presentase saham yang dimiliki oleh dewan direksi dan manajemen, prosentasi tersebut diperoleh dari banyaknya jumlah saham yang dimiliki oleh manajerial. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen cenderung lebih giat untuk kepentingan pemegang saham dimana pemegang saham adalah dirinya sendiri.

Tingkat kepemilikan insider yang terlalu tinggi berdampak buruk terhadap perusahaan, karena pemegang saham tidak bisa menghadapi kesulitan control manajemen. Karena manajer mempunyai hak voting yang tinggi atas kepemilikan yang tinggi. Jadi pengendalian perusahaan akan berpindah dari satu *outsider* ke *insider*. Jadi kepemilikan saham oleh manajer harus ditentukan dengan tepat sehingga memberikan dampak

<sup>8</sup>Hansen, Maryane M. Mowen, *Akuntansi Manajerial* (Jakarta : Salemba empat, 2009) h.

<sup>9</sup>*Ibid*, h. 86

positif bagi perusahaan dalam hal kaitannya dengan kebijakan hutang yang merupakan otoritas manajer sebagai pengelola.

### **c. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan**

Salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajemen. Proporsi kepemilikan saham yang dikontrol oleh manajer dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Manajer yang sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan meningkatkan nilai perusahaan, maka nilai kekayaannya sebagai pemegang saham juga akan meningkat. Penelitian sebelumnya menemukan hubungan yang lemah antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan. Karena semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen maka berkurang kecenderungan manajemen untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya sehingga melibatkan kenaikan nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa dengan kepemilikan manajemen yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan.

## **3. Kepemilikan Instutisional**

### **a. Pengertian Kepemilikan Instutisional**

Kepemilikan Instutisional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Selain kepemilikan manajemen yang dapat mengawasi secara efektif aktivitas perusahaan, keberadaan kepemilikan instutisional juga dianggap mampu menjadi mekanisme pengawasan terhadap setiap keputusan yang diambil oleh pihak manajemen. Hal ini dikarenakan para investor intutisional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga tidak mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba perusahaan.

Kepemilikan instutisional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh instutisional atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank,

perusahaan investasi dan kepemilikan institusional lain. Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam mengawasi manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional sebagai agen pengawasan ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Dengan kepemilikan institusional yang tinggi maka akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku *opportunistic* manajer.

Institusional *shareholders*, dengan kepemilikan saham yang besar, memiliki insentif untuk memantau pengambilan keputusan perusahaan. Semakin besar kepemilikan oleh institusional keuangan maka semakin besar pula kekuatan suara dan dorongan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional memiliki kelebihan antara lain:

1. Memiliki profesionalisme dalam menganalisis informasi sehingga dapat menguji keandalan informasi.
2. Memiliki motivasi yang kuat untuk melaksanakan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.

Aktivitas monitoring institusi mampu mengubah struktur pengelolaan perusahaan dan mampu meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Pengawasan yang dilakukan institusional mampu menubstitusikan biaya keagenan lain sehingga biaya keagenan menurun dan nilai perusahaan meningkat.

#### **b. Pengukuran Kepemilikan Institusional**

Variabel kepemilikan institusional dapat diukur dengan jumlah presentase saham yang dimiliki oleh pihak institusional pada akhir tahun secara sistematis kepemilikan institusional dapat dihitung sebagai berikut:

$$\frac{\text{Saham Institusional}}{\text{Total Saham}} \times 100\%$$

Investor institusional sering dianggap lebih menekankan hasil jangka pendek dan bukan merupakan investor jangka panjang dalam perusahaan.

Namun, semakin besar kepemilikan investor institusional dalam perusahaan, maka semakin besar kekuatan suara dan dorongan investor institusional untuk mengawasi manajemen. Akibatnya, manajemen akan termotivasi untuk mengawasi manajemen. Akibatnya, manajemen akan termotivasi untuk mengoptimalkan nilai perusahaan sehingga kinerja perusahaan akan meningkat.<sup>10</sup>

Selain itu, semakin besar kepemilikan investor institusional dalam perusahaan, pihak manajemen juga memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan orientasi atau tujuan investor institusional dengan kinerja perusahaan. Pengaruh investor institusional terhadap manajemen perusahaan dapat menjadi sangat penting serta dapat digunakan untuk menyelaraskan kepentingan manajemen dengan pemegang saham.<sup>11</sup> Namun tindakan pengawasan yang dilakukan oleh pihak investor institusional dapat membatasi perilaku manajemen dan mendorong manajemen untuk lebih fokus terhadap kinerja perusahaan.

Kepemilikan institusional umumnya bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan. Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan. Dengan demikian proporsi kepemilikan institusional bertindak sebagai pencegah terhadap pemborosan yang dilakukan manajemen.<sup>12</sup>

### **c. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan**

Dengan adanya kepemilikan institusional dimana jumlah pemegang saham besar mempunyai arti penting dalam memonitor perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan institusional akan dapat memonitor tim manajer secara efektif dan dapat meningkatkan nilai

---

<sup>10</sup>Ismail Solihin, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.75.

<sup>11</sup>*Ibid*, h. 76

<sup>12</sup>Achmad Arif Rachman, *Pengaruh CSR, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Istitusional terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2008-2010*. (Artikel Ilmiah), h. 12

perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Pawesti yang menyebutkan bahwa struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### 4. Corporate Social Responsibility

##### a. Pengertian Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR), merupakan tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dapat diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis, yang sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dengan mempertimbangkan harapan para pemangku kepentingan (*stakeholder*), sejalan dengan hukum yang berlaku serta norma perilaku internasional.<sup>13</sup>

Secara konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebuah pendekatan dimana perusahaan mengintegrasikan kepedulian sosial dalam operasi bisnis dan interaksi mereka dengan para pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. Namun secara empiris CSR ini telah diterapkan oleh perusahaan dalam bentuk kegiatan yang didasarkan atas kesukarelaan (*voluntary*). CSR tersebut dilakukan dengan motivasi yang beragam, tergantung pada sudut pandang dan bagaimana memaknai CSR itu sendiri.

Terdapat berbagai defenisi CSR dari berbagai ahli, lembaga-lembaga internasional, serta berbagai pengertian yang terdapat dalam buku-buku mengenai CSR adalah sebagai berikut:

- 1 European Union mendefinisikan CSR adalah sebuah konsep dengan nama perusahaan mengintegrasikan perhatian terhadap sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis mereka dan dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan (*stakeholder*) berdasarkan prinsip kesukarelaan.

---

<sup>13</sup>I Made Suhada, *Manajemen Keuangan Perusahaan*, h. 12

2. Mallen Baker mengartikan CSR sebagai suatu hal bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut melakukan pengelolaan terhadap proses ekonominya dalam rangka menghasilkan suatu dampak positif secara menyeluruh bagi masyarakat.<sup>14</sup>
3. *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang merumuskan CSR sebagai “*The continuing commitment by business to behave ethically And contribute to economic devlopment while improving the quality of life of teh woekforce and their families as well as of the local community and society at large to improve their quality of life*”.<sup>15</sup>
4. World Bank (Bank Dunia) mengemukakan definisi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu persetujuan atau komitmen perusahaan agar bermanfaat bagi pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, berkerja dengan para perwakilan dan perwakilan mereka, masyarakat setempat dan masyarakat dalam ukuran lebih luas, untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan demikian eksistensi perusahaan tersebut akan baik bagi perusahaan itu sendiri dan baik pula bagi pembangunan.<sup>16</sup>
5. Michael Hopkins mendefenisikan CSR adalah berkaitan dengan perlakuan perusahaan terhadap stakeholders baik yang berbeda didalam maupun diluar perusahaan, termasuk lingkungan secara etis atau secara bertanggung jawab dengan memperlakukan stakeholder dengan cara yang bisa diterimanya.<sup>17</sup>

Walaupun tidak dikemukakan secara jelas dan langsung. Defenisi tanggung jawab sosial perusahaan yang dikemukakan bank dunia diatas

---

<sup>14</sup>Matias Siagian, Agus Suriadi, “*Tanggung jawab Sosial Perusahaan (CSR) prespektif perkerjaan sosial*”, (Medan:FISIP USUPRESS,2010), h. 65.

<sup>15</sup>AzheriBusyra, “*Corporate Social Responsibility” Dari Voluntary menjadi Mandatory*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), h. 21.

<sup>16</sup>Matias Siagian, Agus Suriadi, *Tanggung Jawab Sosial prespektif perkerjaan sosial*, h. 66.

<sup>17</sup>Azheri Busyra, *Corporate Social Responsibiity*, h.26



sudah mengarah kepada dilibatkannya berbagai pemangku kepentingan dalam kebijakan-kebijakan ekonomi perusahaan. Dengan demikian, suatu perusahaan yang melakukan aktivitas ekonomi di suatu kawasan terlebih dahulu harus mengetahui siapa saja pihak-pihak yang menjadi pemangku kepentingan tersebut dalam proses penetapan kebijakan ekonomi tersebut dalam proses penetapan kebijakan ekonomi mereka.

Dari berbagai rumusan di atas, terlihat bahwa sampai saat ini belum ada kesamaan bahasa dalam merumuskan dan memaknai CSR. Begitu pula halnya dalam konteks ketentuan peraturan perundang-undangan, ternyata belum mempunyai bahasa yang sama dalam merumuskan pengertian CSR, hal ini dapat dibuktikan dari:

- 1) Penjelasan Pasal 15 huruf b Undang-undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal (UUPM) yang menegaskan bahwa “tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk menciptakan hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat”.
- 2) Pasal 1 Ayat 3 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas (UUPT) juga menegaskan bahwa “ tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”<sup>18</sup>

Meskipun ada perbedaan penekanan dari pengertian dan rumusan CSR antara UUPM dan UUPT, namun secara substansial kedua undang-undang ini telah merubah persepsi atau paradigm CSR dari kegiatan *Voluntary* menjadi *Mandatory*.

---

<sup>18</sup>*Ibid*, h.22

### b. Pengukuran Corporate Social Responsibility

Variabel corporate social responsibility dapat diukur melalui jumlah skor item index perusahaan dan jumlah item maksimal untuk perusahaan pada akhir tahun secara sistematis kepemilikan institusional dapat dihitung sebagai berikut:

$$CSRI_{IJ} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRI = *Corporate Social Responsibility index* Perusahaan.

$X_{ij}$  = jumlah skor *item*.

$N_j$  = jumlah *item* maksimal untuk perusahaan.

### c. Konsep-Konsep Corporate Social Responsibility

Secara Konseptual, tanggung jawab sosial perusahaan didasari tiga prinsip yang dikenal sebagai *triple bottom lines* yaitu 3p:

- 1 *Profit*. Perusahaan harus tetap berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
- 2 *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan terhadap manusia, beberapa perusahaan mengembangkan program tanggung jawab sosial perusahaan, setiap pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.
- 3 *Planet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan berkelanjutan keragaman hayati. Beberapa program tanggung jawab sosial perusahaan yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana air

bersih, perbaikan pemukiman, dan pengembangan Pariwisata (*ekoturisme*).<sup>19</sup>

Konsep piramida CSR yang dikembangkan Archie B. Carrol memberi justifikasi teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat sekitarnya. Dalam pandangan Carrol, CSR adalah puncak piramida yang erat terkait, bahkan identik dengan tanggung jawab filantropis.

#### **d. Prinsip-prinsip Corporate Social Responsibility (CSR)**

Sebagai acuan dalam menerapkan CSR dapat merujuk pada prinsip-prinsip dasar CSR sebagaimana dinyatakan oleh seorang pakar CSR dari *University of Bath Inggris* yaitu *Alyson Warhurst*. Dimana pada tahun 1998 beliau menjelaskan bahwa terdapat 16 prinsip yang harus diperhatikan dalam penerapan CSR yaitu:<sup>20</sup>

1. Prioritas Perusahaan. Perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama dalam pembangunan berkelanjutan. Sehingga perusahaan dapat membuat kebijakan, program, dan praktik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan cara lebih bertanggung jawab secara sosial.
2. Manajemen terpadu. Manajer sebagai pengendali dan pengambil keputusan harus mampu mengintegritaskan setiap kebijakan dan program dalam aktivitas bisnisnya, sebagai salah satu unsur dalam fungsi manajemen.
3. Proses Perbaikan, setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus dilakukan evaluasi secara berkesinambungan didasarkan atas temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara global.

---

<sup>19</sup>Edi Suharto, *Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan*, (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 104-105.

<sup>20</sup>Yusuf Wibisono, *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*, (Gresik: Fascho Publishing, 2007), h. 39.

4. Pendidikan Karyawan. Karyawan sebagai *stakeholders* Primer harus ditingkatkan kemampuan dan keahliannya, oleh karena itu perusahaan harus memotivasi mereka melalui program pendidikan dan pelatihan.
5. Pengkajian. Perusahaan sebelum melakukan sekecil apapun suatu kegiatan harus terlebih dahulu melakukan kajian mengenai dampak sosialnya. Kegiatan ini tidak saja dilakukan pada saat memulai suatu kegiatan, tapi juga pada saat sebelum mengakhiri atau menutup semua kegiatan.
6. Produk dan Jasa. Suatu perusahaan harus senantiasa mengembangkan suatu produk dan jasa yang tidak berdampak negatif secara sosial.
7. Informasi Publik. Memberikan informasi dan bila perlu mengadakan pendidikan terhadap konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan dan pembangunan atas suatu produk/jasa.
8. Fasilitas dan Operasi. Mengembangkan, merancang dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan dengan mempertimbangkan temuan yang berkaitan dengan dampak sosial dari suatu kegiatan perusahaan.
9. Penelitian. Melakukan dan/atau mendukung suatu riset atas dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan usaha. Penelitian itu sendiri dilakukan dalam upaya mengurangi dan/atau meniadakan dampak negatif kegiatan dimaksud.
10. Prinsip Pencegahan. Memodifikasi manufaktur, pemasaran dan/atau penggunaan atas produk barang dan jasa yang sejalan dengan hasil penelitian mutakhir. Kegiatan ini dilakukan sebagai upaya mencegah dampak sosial yang bersifat negatif.
11. Kontraktor dan Pemasok. Mendorong kontraktor dan pemasok untuk mengimplementasikan dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang telah maupun yang akan melakukannya. Bila

perlu menjadikan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari suatu persyaratan dalam kegiatan usahanya.

12. Siaga Menghadapi Darurat. Perusahaan harus menyusun dan merumuskan rencana dalam menghadapi keadaan darurat. Dan bila terjadi keadaan berbahaya perusahaan harus berkerjasama dengan layanan gawat darurat, instansi berwenang dan komunitas lokal.
13. *Transfer Best Practice*. Berkontribusi pada perkembangan dan transfer bisnis praktis sepanjang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.
14. Memberikan Sumbangan. Sumbangan ini ditunjukkan untuk pengembangan usaha bersama, kebijakan publik, dan bisnis, lembaga pemerintahan dan lintas departemen serta lembaga pendidikan yang akan membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.
15. Keterbukaan (*disclosure*). Menumbuh kembangkan budaya keterbukaan dan transparansi dalam lingkungan perusahaan dan dengan unsur publik. Selain itu perusahaan harus mampu mengantisipasi dan memberikan respons terhadap resiko potensial yang mungkin muncul, dan dampak negatif dan operasi, produk, limbah, dan jasa.
16. Pencapaian dan Pelaporan. Melakukan evaluasi atas hasil kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta menyampaikan informasi tersebut kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja, dan publik.

**e. Manfaat Corporate Social Responsibility (CSR)**

Adapun manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan antara lain sebagai berikut:<sup>21</sup>

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.

---

<sup>21</sup>*Ibid*,h.6

3. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

**f. Permasalahan Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* masih memiliki beberapa permasalahan yaitu:<sup>22</sup>

1. Masih belum seragam dan jelas batasan tanggung jawab sosial
2. Sikap oportunistik perusahaan terhadap *social responsibility* mengandung biaya yang cukup besar yang belum tentu memiliki relevansi terhadap pencapaian tujuan yang bersifat *economic motive*.
3. Kurang respon *stakeholder* (*silent stakeholder*) sehingga kurang menciptakan *social control* meskipun masyarakat merupakan sosial agen.
4. Dukungan tetap perundangan yang masih lemah
5. Standar operasional yang masih lemah
6. Standar operasional yang masih kurang jelas
7. Belum jelasnya ukuran evaluasi

Konteks seperti itu relatif menciptakan praktik CSR sebatas seadanya saja dan bersifat formalitas, meskipun terdapat beberapa perusahaan memiliki komitmen dan serius dalam menjalankan strategi CSR.

**g. Corporate Social Responsibility dalam perspektif Islam**

Dilihat dari etika bisnis Islam (Etika Bisnis Islam), program CSR merupakan gambaran dari konsep ajaran ihsan sebagai puncak dari ajaran

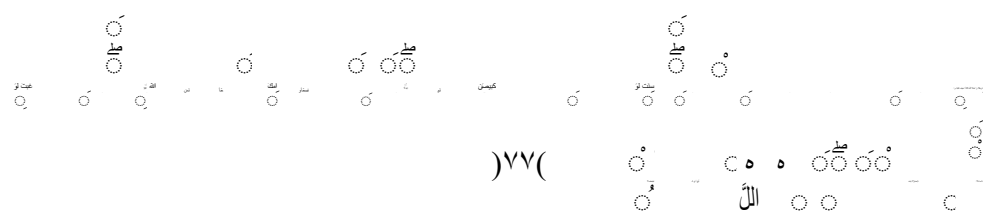
---

<sup>22</sup>Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011),h. 48

erika yang sangat mulia. Ihsan (*benevolence*), artinya memaksimalkan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa mengharapkan balas jasa dari perbuatan itu. Lebih jauh, siddiqi berpendapat bahwa perbuatan ihsan lebih penting ketimbang perbuatan adil. Menurut siddiqi berpendapat bahwa perbuatan adil hanya merupakan *beauty and perfection* dalam kehidupan bermasyarakat. Dengan tindakan ihsan, kehidupan akan terasa indah dan sempurna dengan bertabur kebajikan yang menyejukkan semua pihak, karena yang berlebih (kuat) secara ikhlas mau berbagi rasa dengan yang lemah. Dengan demikian dalam ajaran ihsan terbesit moral *altruistic* yang menempatkan kepentingan orang lain di atas kepentingan diri sendiri.

Islam adalah Agama yang mengedepankan pentingnya nilai-nilai sosial dimasyarakat, dimana Al Qur'an menegaskan bahwa keimanan tersebut tidak sempurna jika tidak disertai dengan amalan-amalan sosial berupa kepedulian dan pelayanan kepada masyarakat sekitar.

Program CSR juga merupakan implikasi dari ajaran Islam dimana Allah adalah pemilik mutlak (*haqiqiyah*), sedangkan kita manusia hanya sebatas pemilik sementara (*temporer*) yang berfungsi sebagai penerima amanah. Menurut Ahmad, Allah sebagai pemilik mutlak memberikan mandat kepada manusia untuk menjadi Khalifah-Nya. Manusia didorong untuk mencari rezeki, namun tanpa mengabaikan kepentingan akhirat. Selain itu ia didorong untuk berbuat ihsan (baik) dan dilarang membuat kerusakan di muka bumi,<sup>23</sup> sebagaimana firmanNya dalam surah Al-Qashash ayat 77:



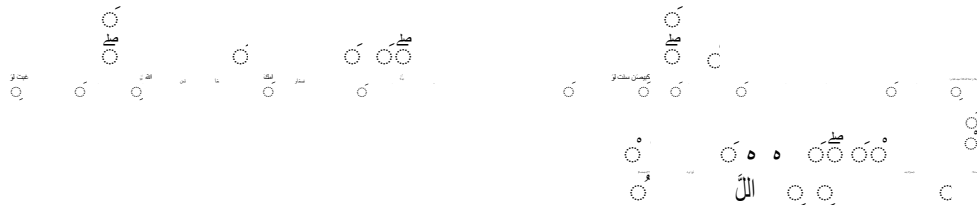
Artinya :“Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan

<sup>23</sup>Uhammad Djakfar, *Etika Bisnis dalam Prespektif Islam*, (Malang : UIN Malang Press, 2007), h.160-161.

*bahagiamu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”.*<sup>24</sup>

Dan didalam ayat-ayat yang lain, telah ditegaskan bahwa Allah adalah Tuhan yang Maha Esa dan juga sebagai malik (pemilik) atas apa yang ada dilangit dan di bumi. Jika Allah sebagai pemilik dalam prespektif ekonomi Islam, manusia bukanlah pemilik sejati. Manusia tidak lebih mekhhluk yang dengan segala potensi yang dimilikinya “demikianlah Allah” atau di beri amanah untuk mengelola alam ini. Tentu saja sebagai beka mengelola alam ini. Dan tentu saja sebagai bekal mengelola alam ini. Allah juga telah menurunkan panduannya sebagaimana yang terdapat didalam Al-Qur’an. Jika demikian, pengelolah sumber daya alam ini mestilah harus sesuai dengan aturan-aturan yang telah ditetapkan sang pemilik. Inilah hakikat ekonomi Islam itu sesungguhnya. Mengolola kesejahteraan manusia sesuai dengan panduan Illahi.<sup>25</sup>

Didalam Al-Qur’an surah An-Nahal:14, Allah SWT berfirman :



Artinya :*“Dan dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan, dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai, dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu supaya mencari (keuntungan) dan karuniaNya, dan supaya kamu bersyukur”.*<sup>26</sup>

Ada satu hal yang menarik mencermati ayat-ayat yang menjelaskan keesaan Allah di alam raya dan fungsi rabbNya dalam menyiapkan segala fasilitas buat khlifahNya. Allah SWT sebagaimana telah disebutkan di muka, tidak hanya menciptakan langit dan bumi dengan segala isinya buat

<sup>24</sup>Depatremen Agama, *Al-Qur’an dan terjemahan*, (Bogor, SABIQ, 2011)

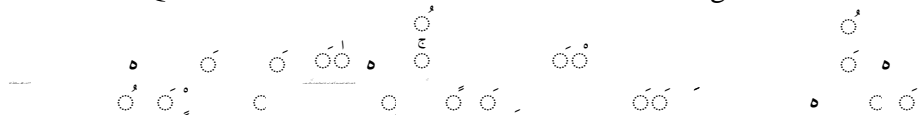
<sup>25</sup>Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir ayat ekonomi Islam*, (Bandung : Cipta pustaka, 2012), h.40-41

<sup>26</sup>Depatremen Agama, *Al-Qur’an dan terjemahan*.



manusia. Tetapi lebih dari itu, Allah memundukannya untuk kepentingan manusia.<sup>27</sup>

Firman Allah QS al-Jatsiah : 13 itu menarik untuk direnungkan:



Artinya :*“Dan dia telah menundukkan untukmu apa yang dilangit dan apa yang ada dibumi semuanya, (sebagai rahmat) dari pada-Nya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda (kekuasaan Allah) bagi kaum yang berpikir”*<sup>28</sup>.

Kembali pada ayat di atas, Allah telah menundukkan apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi kesemuannya itu untuk kemudahan bagi manusia dalam rangka mengaktulisasinya potensi-potensi kekhalifahannya. Jika pada ayat diatas, Allah telah menundukkan lautan (*al-bahr*) maka pada ayat ini, Allah juga menundukkan langit dan bumi. Lengkaplah sudah fasilitas yang diberikan Allah buat manusia.

Menurut Al-Faruqi, dalam tauhid juga tercakup aspek lain, yaitu aspek aksiologi yang menegaskan *la ilaha illa Allah* berarti bahwa Allah satu-satunya nilai tertinggi, bahwa segala sesuatu yang lain hanyalah alat yang kenilaiannya tergantung pada Tuhan, dan yang dikebaikannya diukur oleh aktuallisasinya atas kebaikan ilahiah yang tertinggi. Ia berarti bahwa Tuhan adalah tujuan akhir dari semua kehendak, bahwa Dia adalah satu-satunya penguasa yang kehendaknya merupakan keharusan yang harus dilaksanakan oleh semua makhluk<sup>29</sup>.

#### **h. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjami tumbuh secara berkelanjutan, jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, social, dan lingkungan hidup. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa semakin luas pengungkapan social yang

<sup>27</sup> Azhari Amal Tarigan, *Tafsir ayat ekonomi Islam*, h. 43

<sup>28</sup> Departemen Agama, *Al-Qur'an dan terjemahan*.

<sup>29</sup> Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir ayat-ayat ekonomi*, hlm 43-45

dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi perdagangan yang meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu CSR sangat penting terhadap nilai perusahaan.

#### **i. Penjelasan Teori Asimetri Informasi**

Teori Asimetri Informasi merupakan kondisi di mana ada ketidakseimbangan perolehan informasi antara pihak manajemen sebagai penyedia informasi (*prepaper*) dengan pihak pemegang saham dan stakeholder pada umumnya sebagai pengguna informasi (*user*).<sup>30</sup>

Teori asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak yang berkaitan dengan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan resiko perusahaan. Pihak tertentu mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pihak lainnya. Manajer biasanya mempunyai informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pihak luar (investor) karena itu bisa dikatakan terjadi asimetri informasi yang lebih sedikit akan berusaha menginterpretasikan perilaku manajer. Dengan kata lain, perilaku manajer termasuk dalam perilaku penentuan struktur modal.

Dua macam asimetri informasi sebagai berikut:

##### *1. Adverse Selection*

*Adverse selection* adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha, atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain. *Advance selection* terjadi arena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (*insiders*) lainnya lebih mengetahui kondisi kini dan prospek ke depan suatu perusahaan dari pada para investor luar.

##### *2. Moral Hazard*

---

<sup>30</sup>M. Jensen , and W. Meckling. 1976. "Theory of the firm: managerial behavior, agency cosis and ownership structure", journal of Financial Economic.h. 305

Moral *hazard* adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak. Moral *hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

Kegiatan yang dilakukan oleh manajer tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham maupun pemberi pinjaman. Sehingga manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

Perusahaan dipandang sebagai sekumpulan kontak antara manajer perusahaan dan pemegang saham. Prinsipal atau pemilik perusahaan menyerahkan pengelolaan perusahaan terhadap pihak manajemen. Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang atas kegiatan perusahaan dan berkewajiban menyediakan laporan keuangan akan cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Sebagai pengelola perusahaan, manajer akan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dibandingkan pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas pengelolaan namun informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya sehingga hal ini memacu terjadinya konflik keagenan. Dalam kondisi yang demikian ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi (*information asymmetric*).<sup>31</sup>

Teori asimetri informasi memiliki tiga asumsi sifat manusia, yaitu:

---

<sup>31</sup>Putri, Firmantyas Imanda dan Mohammad Nasir, 2006. “Analisis Pemasaran Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Instutional, Resiko Kebijakan Hutang dan Kebijakan Deviden dalam Prespektif Teori Keagenan”. (Jurnal: Simposium Nasional Akuntansi, Padang, 23-26 Agustus 2006, h. 120

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*)
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*)
3. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan bertindak *opportunitiy*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya.

Berdasarkan teori asimetri informasi terdapat beberapa bagian diantaranya sebagai berikut:

#### 1. Legitimicy Theory

Legitimicy Theory perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Maka dari itu, perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan juga tergantung dengan hubungan masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan.

*Legitimacy theory focuses of the adequacy of corporate social behavioure*, bahwa *society judge* organisasi berdasarkan citra yang akan diciptakan untuk perusahaan itu sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan mendukung antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik. Dimana ketika terdapat kesenjangan antara penghargaan dari masyarakat dan perilaku sosial perusahaan, maka akan muncul masalah legitimasi.

Dengan uraian teori yang dikemukakan diatas dijelaskan bahwa teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

#### 2. Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik saham sebagaimana terjadi selama ini, namun bergeser lebih luas yaitu sampai ranah sosial kemasyarakatan, selanjutnya disebut dengan

tanggung jawab sosial. Hal tersebut terjadi karena adanya tuntutan dari masyarakat akibat negative *externalities* yang timbul secara ketimpangan sosial yang terjadi. Oleh karena itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan menghitung faktor-faktor sosial terhadap stakeholder, baik internal maupun eksternal.

*Stakeholder* adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi atau bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Yang dimaksud pihak internal maupun eksternal seperti pemerintahan, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar lingkungan internasional, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para perkerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

## B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian dengan topik yang hampir sama telah dilakukan oleh penelitian-penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metodelogi Penelitian	Pesamaan dan Perbedaan Penelitian		Hasil penelitian
				Persamaan	Perbedaan	
1	Suci Ramona (2017)	Pengaruh <i>Corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	penelitian ini menggunakan metode penelitian kausalitas.	Menggunakan variabel yang sama yaitu corporate social responsibility	Suci Ramona dokus membahas <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai	Hasil penelitian yang dilakukan dengan menggunakan statistic product and service solution (SPSS 18), menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai

		dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.		terhadap nilai perusahaan.	perusahaan dengan profitabilitas sedangkan peneliti menambahkan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional dan menambahkan corporate social responsibility dalam pandangan Islam. Serta peneliti melakukan penelitian ditempat yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.	perusahaan dan profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, diketahui nilai t hitung lebih kecil dari nilai t tabel, dan nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansinya. Secara simultan atau bersamaan, variabel independen CSR dan profitabilitas sebagai moderating berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dibuktikan dengan nilai f hitung jauh lebih besar dari f tabel.
2	Tendi Haruman (2008)	Pengaruh Struktur Kepemilikan	penelitian ini menggunakan metode	Variabel Kepemilikan Manajerial,	Variabel <i>Corporate social</i>	Hasil penelitian oleh Tendi Haruman dimana Manajerial <i>Ownership</i> , Institusional

		n Terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan (Survey pada Perusahaan Manufaktur di BEI	deskriptif analitis.	Nilai Perusahaan dan Kepemilikan Institusional	<i>responsibiliti</i> dan konsep menurut pandangan Islam	<i>Ownership</i> dan <i>Deviden PayoutRatio</i> berpengaruh terhadap <i>Debt to EquityRatio</i> , seluruh variabel independen berpengaruh terhadap investasi, managerial <i>ownership</i> , institusional <i>ownership</i> investasi dan DPR mempengaruhi variabel MVE.
3	Wahyu Ardimas (2012)	Pengaruh kinerja keuangan dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan pada bank <i>Go Public</i> yang terdaftar di BEI.		Variabel <i>Corporate social responsibility</i> dan Nilai perusahaan.	Variabel Kepemilikan Manajerial, kepemilikan institusional dan konsep menurut pandangan Islam.	Kinerja keuangan yang diukur dengan ROA dan ROE mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>corporate social responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, serta ROA, ROE, <i>operating profit margin</i> , <i>net profit margin</i> , dan <i>corporate social responsibility</i> mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Wien Ika Permatasari (2010)	Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan	penelitian ini menggunakan metode sekunder yaitu data laporan tahunan	Menggunakan variabel yang sama yaitu Kepemilikan Manajerial,	peneliti menambahkan <i>corporate social responsibility</i> dan Nilai	Hasil dari analisis tersebut adalah variabel kepemilikan manajemen tidak memiliki berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan

		Institusional dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.	perusahaan periode tahun 2007-2008.	Kepemilikan Institusional dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.	Perusahaan dalam pandangan Islam. Serta peneliti melakukan penelitian ditempat yang berbeda dengan yang diteliti sebelumnya.	bahwa kepemilikan manajemen di Indonesia khususnya untuk perusahaan non keuangan masih rendah sehingga pihak manajemen masih bertindak untuk memaksimalkan utilitasnya sendiri yang dapat merugikan pemegang saham lainnya. Kepemilikan manajemen yang rendah juga mengakibatkan kinerja yang belum maksimal sehingga kepemilikan manajemen belum dapat menjadi mekanisme untuk meningkatkan nilai perusahaan.
5	-Lestari -Adisty Ayu. (2016)	Pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan <i>corporate social responsibility</i> , terhadap nilai perusahaan	penelitian ini menggunakan metode data sekunder yaitu laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan untuk periode 2008-2010 pada perusahaan manufaktur	Menggunakan Variabel yang sama yaitu Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional dan <i>Corporate Social Responsibility</i>	Lestari, Adisty ayu hanya fokus membahas kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan <i>corporate social responsibility</i> , sedangkan	Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel <i>corporate social responsibility</i> . Sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional.



		non keuangan go public di bursa efek Indonesia.	yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	y terhadap nilai perusahaan.	peneliti menambahkan corporate social responsibility dalam pandangan Islam. Serta peneliti melakukan penelitian ditempat yang berbeda dengan yang diteliti sebelumnya.	
6	-Maryati Rahayu -Bida Sari (2018)	Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan	penelitian ini menggunakan metode penelitian kausal komparatif ( <i>Causal-Comparative research</i> )	Variabel Nilai Perusahaan	Maryati Rahayu, Bida Sari pada penelitiannya hanya membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan peneliti menambahkan	Peneliti menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, dengan sampel perusahaan LQ 45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2013-2016 sebanyak 32 perusahaan dengan menggunakan metode purposive sampling.

					<p>n kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan, serta menambahkan bagaimana corporate social responsibility dalam pandangan Islam. Serta peneliti melakukan penelitian ditempat yang berbeda dengan penelitian sebelumnya.</p>	
7	-Putu Wida -Wayan	Pengaruh kepemilikan manajerial	penelitian ini menggunakan	Variabel Kepemilikan Manajerial	Putu Wida, Wayan Suartana	Hasil uji statistik menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh

	Suartana (2014)	dan kepemilikan institusional pada nilai perusahaan.	an metode penelitian kausalitas	dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.	tidak menjelaskan corporate social responsibility, sedangkan peneliti menambahkan corporate social responsibility dalam pandangan Islam dan menjelaskan tentang kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional. Serta peneliti melakukan penelitian ditempat yang berbeda pada penelitian sebelumnya.	pada nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional berpengaruh positif pada nilai perusahaan.
8	-Kadek Ria Citra Dewi	Pengaruh kepemilikan institusional	penelitian ini menggunakan	Menggunakan variabel yang sama yaitu	Kadek Ria Citra Dewi, Gede Sanica	Hasil dari penelitian ini adalah kepemilikan institusional atau kepemilikan

	Gede Sanica (2017)	, kepemilikan manajerial, dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia	an metode penelitian kausalitas	kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan.	pada penelitiannya tidak ada menjelaskan tentang corporate social responsibility dalam pandangan Islam dan menjelaskan tentang kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional. Serta peneliti melakukan penelitian yang berbeda dengan peneliti sebelumnya.	saham oleh pihak luar perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang ada di bursa efek Indonesia.
--	--------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

### C. Kerangka Konseptual

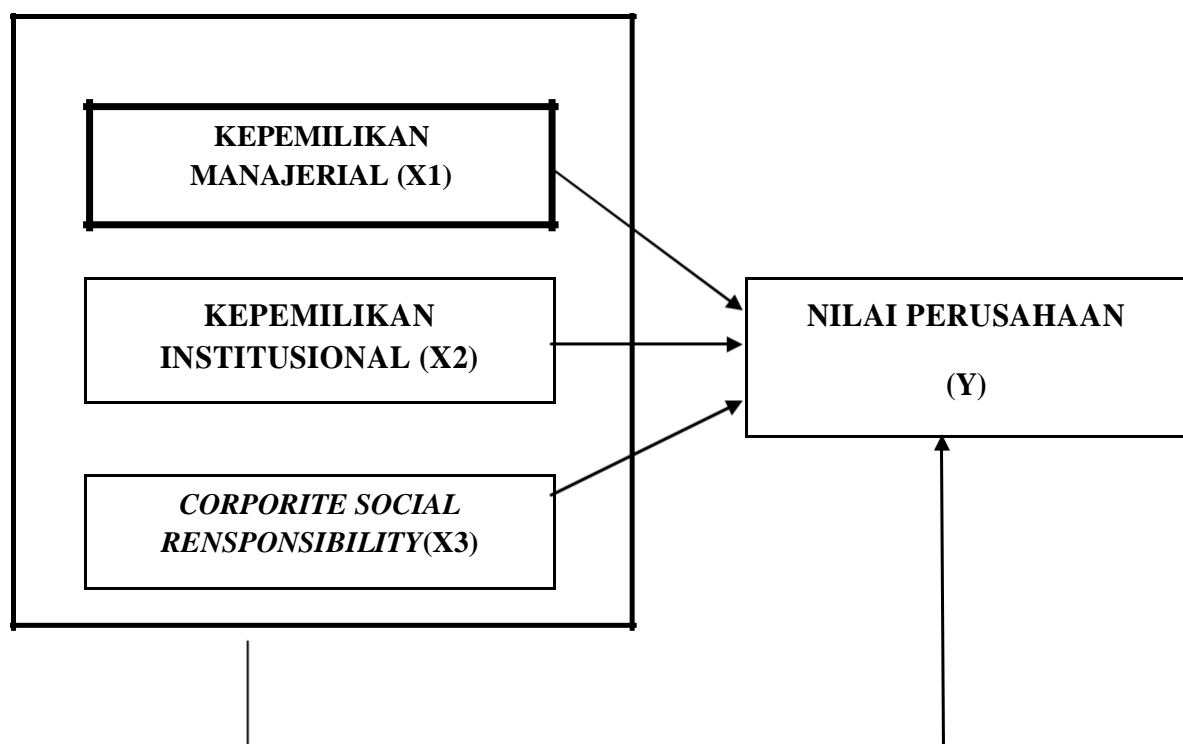
Kerangka konseptual merupakan gambaran pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini yaitu pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan

*Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk. periode 2015-2019 yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

Nilai Perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan dimasa mendatang, memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatkan nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemilik saham juga meningkat. Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* sebagai alat untuk mengukur kinerja perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan yang terjadi antar periode dalam perusahaan. Kepemilikan manajerial digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan yang dihitung dari saham yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi dan manajemen dibagi total jumlah saham yang beredar. Yang mana semakin tinggi rasio ini maka akan menurunkan nilai perusahaan. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka nilai kekayaan sebagai pemegang saham juga akan meningkat. Maka semakin tingginya kepemilikan manajerial akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional mempunyai arti penting dalam memonitoring perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan institusional akan lebih efektif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga semakin tingginya kepemilikan institusional akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *corporate social responsibility* mempunyai arti penting dimana merupakan tanggung jawab sebuah perusahaan terhadap keputusan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungannya, sehingga

semakin tingginya *corporate social responsibility* akan berdampak positif bagi perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Maka Kerangka konseptual penelitian ini dikemukakan sebagai berikut: Nilai Perusahaan (Y) dipengaruhi oleh Kepemilikan Manajerial (X1), Kepemilikan Institusional (X2) dan *Corporate Social Responsibility* (X3) ini secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.



**Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Selanjutnya hipotesis diuji oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif.<sup>32</sup>

Berdasarkan pemikiran diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

##### 1) Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual. Sedangkan kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki oleh manajemen secara pribadi maupun saham yang dimiliki oleh anak cabang perusahaan bersangkutan beserta afiliasinya. Kepemilikan

<sup>32</sup>Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 67.

manajerial digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan yang dihitung dari saham yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi dan manajemen dibagi total jumlah saham yang beredar. Yang mana semakin tinggi rasio ini maka akan menurunkan nilai perusahaan. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka nilai kekayaan sebagai pemegang saham juga akan meningkat. Maka semakin tingginya kepemilikan manajerial akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Maka dengan teori ini dirumuskan hipotesis:

$H_{01}$ =Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

$H_{a1}$ =Kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

## 2) Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual. Sedangkan kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusional atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusional lain. Kepemilikan institusional mempunyai arti penting dalam memonitoring perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan institusional akan lebih efektif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga semakin tingginya kepemilikan institusional akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Maka dengan teori ini dirumuskan hipotesis:

$H_{02}$ = Kepemilika Institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

$H_{a2}$ =Kepemilikan institusioal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

## 3) Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual. Sedangkan *corporate social responsibility* (CSR), merupakan



tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan. sehingga semakin tingginya *corporate social responsibility* akan berdampak positif bagi perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Maka dengan teori ini dirumuskan hipotesis.

$H_{03}$ =*Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

$H_{a3}$ =*Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

4) Pengaruh kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membelinya, jika suatu perusahaan akan dijual. Sedangkan Kepemilikan manajerial digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan yang dihitung dari saham yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi dan manajemen dibagi total jumlah saham yang beredar. Yang mana semakin tinggi rasio ini maka akan menurunkan nilai perusahaan. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka nilai kekayaan sebagai pemegang saham juga akan meningkat. Maka semakin tingginya kepemilikan manajerial akan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Kepemilikan institusional mempunyai arti penting dalam memonitoring perilaku manajer dalam perusahaan. Dengan adanya kepemilikan institusional akan lebih efektif dan dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga semakin tingginya kepemilikan institusional akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *corporate social responsibility* (CSR), merupakan tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan. sehingga semakin tingginya *corporate social responsibility* akan berdampak positif bagi perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Maka dengan teori ini dirumuskan hipotesis.

$H_{04}$ = Kepemilikan Manajerial, kepemilikan Institusional serta *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

$H_{a4}$ = Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional serta *corporate social responsibility* berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara dua variabel atau lebih.<sup>41</sup> Adapun penelitian ini menggunakan kausalitas yang bertujuan untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh dari pengaruh kepemilikan manajerial( $X_1$ ), kepemilikan institusional( $X_2$ ), dan *Corporate social responsibility*( $X_3$ ) terhadap nilai perusahaan( $Y$ ). Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan kuantitatif.

Penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas dari awal penelitian hingga pembuatan desain penelitian<sup>42</sup>. Adapun tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam<sup>43</sup>.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian pada PT Kino Indonesia, yang terletak di Alam Sutera, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia dan waktu penelitian dilaksanakan sejak 13 Oktober 2019 – 13 Mei 2020.

#### **C. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas sekelompok orang, kejadian, atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu.<sup>44</sup> Populasi juga merupakan keseluruhnya elemen-elemen. Berkaitan dengan apa peneliti

---

<sup>41</sup>Kris H. Timotius, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2017), h.16.

<sup>42</sup>Laylan Syafina, *Panduan Penelitian Kuantitatif*, 2018, h. 1.

<sup>43</sup>Beni Ahmad, *Metode Penelitian* (Bandung:Pustaka Setia,2008), h.128.

<sup>44</sup>Arfan Ikhsan, "*Metodologi Penelitian*" (Bandung: Citapustaka Media Perintis, 2012), h. 105.

harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan PT Kino Indonesia Tbk dan Laporan *Corporate Social Responsibility* perusahaan.

Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel jenuh dengan 60 jumlah data yang diperoleh dari Laporan Keuangan PT Kino Indonesia Tbk tahun 2015-2019 dan Laporan *Corporate Social Responsibility perusahaan* tahun 2015-2019.

#### **D. Jenis dan Sumber Data**

Jenis penelitian yang digunakan di dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber pada data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Peneliti memperoleh data dari *Annual Report* PT Kino Indonesia Tbk tahun 2015-2019.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan metode dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara mempelajari, mencatat atau mengklasifikasikan data seperti laporan keuangan dan laporan CSR PT Kino Indonesia Tbk. data keuangan atau laporan keuangan perusahaan yang diambil yaitu laporan keuangan per bulannya.

#### **F. Defenisi Operasional Variabel Penelitian**

Defenisi operasional menjalankan mengenai cara yang digunakan dalam mengoprasikan *consiruct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengembangan *conctruct* yang lebih baik.

Variabel merupakan suatu sifat yang dapat dimiliki berbagai macam nilai. Kalau diekspresikan secara berlebihan, variabel adalah suatu yang bervariasi. Variabel biasanya diekspresikan dalam bentuk simbol atau lambang ( umumnya digunakan simbol x dan y) yang padanya diletakkan bilangan atau nilai. Cara yang paling bermanfaat dalam menggolong

golongan variabel adalah dalam membeda-bedakannya menjadi variabel independen dan variabel dependen.<sup>45</sup>

Ada dua macam variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel dependen dan variabel independen.

#### 1. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan jenis variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (bebas) yang mana secara matematis disimbolkan dengan huruf *y*. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (*Y*).

#### 2. Variabel Independen (variabel Bebas)

Variabel independen merupakan jenis maupun tipe variabel yang dianggap sebagai penyebab munculnya variabel dependen (terikat) yang diduga sebagai akibatnya. Dalam penelitian ini terdapat tiga Variabel yang tergolong kedalam variabel independennya yaitu Kepemilikan Manajerial (*X1*), Kepemilikan Instutisional (*X2*), dan *Corporate Social Responsibility* (*X3*).

---

<sup>45</sup>Ikhsan, *Metodologi Penelitian Bisnis*, h. 66.

**Tabel 3.1**  
**Defenisi operasional variabel penelitian**

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai Perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membayarnya, jika suatu perusahaan akan dijual.	Tobin's Q = $\frac{(+)}{(-)}$	Rasio
Kepemilikan Manajerial (X1)	Kepemilikan Manajerial adalah saham yang dimiliki oleh manajemen secara pribadi maupun saham yang dimiliki oleh anak cabang perusahaan bersangkutan beserta	KM = _____	Rasio

	afiliasinya.		
Kepemilikan Institusional (X2)	Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusional atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan institusional lain.	KI = _____	Rasio
Corporate Social Responsibility (X3)	<i>corporate social responsibility</i> (CSR), merupakan tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-	$CSRI_{IJ} = \frac{\sum x_{ij}}{n}$	Rasio

	keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan		
--	------------------------------------------------------------	--	--

### G. Teknik Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi berganda karena membahas tentang tiga buah variabel independen dan satu buah variabel dependen. Untuk mendukung hasil dan akurasi penelitian, data penelitian yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan alat statistic melalui bantuan program SPSS (*Statistical Package foe the Social Sciences*) versi 15.0. alat diatas digunakan untuk mempermudah didalam penelitian.

Beberapa teknik analisis data dilakukan dalam penelitian ini adalah:

#### a. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang terdiri dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi).<sup>46</sup> Penelitian ini menjabarkan jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi. Program aplikasi SPSS sebagai alat untuk membantu dalam metode analisi data. Berdasarkan data olahan SPSS yang meliputi kepemilikan manajerial, kepemilikan institusonal, CSR dan nilai perusahaan maka akan diketahui nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi dari setiap variabel.

#### b. Uji Asumsi Klasik.

Uji asumsi klasik adalah analisis yang digunakan untuk menilai apakah didalam sebuah model regresi linear *Ordinary Least Square* (OLS)

---

<sup>46</sup>Syafina, *Buku Pantuan*, h. 16.



terdapat masalah-masalah asumsi klasik.<sup>47</sup> Analisis regresi memerlukan pengujian asumsi klasik sebelum pengujian hipotesis, dan apabila terjadi penyimpangan didalam pengujian maka perlu dilakukan perbaikan terlebih dahulu. Ada beberapa pengujian klasik sebagai berikut:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogro-Sminov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai signifikan  $> ,05$  atau 5% maka data terdistribusi secara normal dan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% maka data tidak terdistribusi normal.

#### 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Untuk menguji Autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin Waston (DW), yaitu:

- 1) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai D-W dibawah -2 ; +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika nilai D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.<sup>48</sup>

#### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas LW(independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali). Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance  $>0,10$  dan VIF  $<10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai tolerance  $<0,10$  dan VIF  $>10$ , maka terjadi multikolinearitas.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup>Syafina, Buku Panduan, h.22.

<sup>48</sup>Ikhsan, *Metode Penelitian Bisnis*, h. 186.

<sup>49</sup>*Ibid*,h.187

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linier kesalahan pengganggu ( $e$ ) mempunyai varians yang sama atau tidak dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas dideteksi dengan uji Gletsjer yaitu dengan melakukan regresi antara nilai residual sebagai variabel dependen dengan variabel independen model regresi yang diajukan, dan untuk menentukan persamaan regresi bebas hetero maka hasil regresi tersebut harus tidak signifikan. Hasil uji Gletsjer menunjukkan bahwa variabel penelitian ini bebas heteroskedastisitas dibuktikan dengan tidak terdapatnya variabel bebas yang signifikan pada tingkat 5%.<sup>50</sup>

#### c. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), *Corporate Social Responsibility* (CSR), terhadap nilai perusahaan (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio<sup>51</sup>.

Rumus regresi yang digunakan adalah :

$$NP = a + b_1KM + b_2KI + b_3CSR + e$$

$a$  = Konstanta

KM = Kepemilikan Manajerial

KI = Kepemilikan Institusional

CSR = Corporate Social Responsibility

---

<sup>50</sup>*Ibid*, h. 188.

<sup>51</sup>[Hhttp://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linear-berganda.html](http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linear-berganda.html)

NP	= Nilai Perusahaan
$b_1, b_2, b_3$	= Koefisien regresi untuk KM, KI, CSR
$e$	= Standar Error

#### d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistic dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut<sup>52</sup>. Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat<sup>53</sup>. Uji hipotesis terdiri dari beberapa uji, yaitu :

##### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat<sup>54</sup>. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah :

- 1) Jika nilai t hitung  $> t$  tabel dan nilai Sig.  $t < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai t hitung  $< t$  tabel dan nilai Sig.  $t > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

##### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau lebih dikenal dengan uji simultan adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama

---

<sup>52</sup>Syafina, Buku Panduan, 35

<sup>53</sup>*Ibid.*, h. 36.

<sup>54</sup>*Ibid.*, h 39.

terhadap variabel dependen<sup>55</sup> Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah :

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai  $Sig. F < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai  $Sig. F > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

### 3. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.<sup>56</sup>

---

<sup>55</sup>Syafina, Buku Panduan, h. 37.

<sup>56</sup>*Ibid*, 37

## BAB IV TEMUAN PENELITIAN

### A. Deskripsi Data Penelitian

#### 1 Gambaran Umum Perusahaan

##### a. *PT Kino Indonesia Tbk.*

PT Kino Indonesia Tbk, merupakan salah satu perusahaan *consumer goods* yang telah diakuidi Indonesia dan juga manca negara dengan lingkup bisnis yang meliputi beberapa jenis kategori produk diantara lain adalah Personal Care, Beverages, Food, Pet Food dan Pharmasi. PT Kino Indonesia tbk ditemukan oleh Harry Sanusi pada tahun 1991 dan terus berkembang dengan pesat seiring berjalannya waktu. Saat ini PT Kino memiliki 9 anak perusahaan dengan 32 merek dimana beberapa diantaranya berhasil mendapatkan pengakuan sebagai merek yang menjadi pilihan utama para konsumen. PT Kino didirikan pada tanggal 24 Oktober 1991 sebagai PT Dutalestari Sentratama yang berlokasi di Alam Sutera, Tangerang Selatan, Banten Indonesia. Adapun visi dari PT Kino Indonesia Tbk adalah menjadi perusahaan Indonesia ternama dan terdepan yang berlandaskan ide dan inovasi. PT Kino Indonesia berawal dengan nama PT Kino Sentra industrindo didirikan sebagai sebuah perusahaan produksi makanan ringan pada tahun 1997 dengan pabrik yang berlokasi di Semarang, Jawa Tengah.

#### 2 Deskripsi Data

##### a. *Nilai Perusahaan*

Nilai Perusahaan yang diteliti pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019, nilai perusahaan ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Q = \frac{(\dots)}{(\dots)}$$

Dimana:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas

EBV = Nilai buku dari total aktiva

D = Nilai buku dari total hutang

**Tabel 4.1**  
**Nilai Perusahaan PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019**  
**(Bulanan)**

Nilai Perusahaan					
Bulan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	0,00032	0,00045	0,00067	0,00054	0,00064
Februari	0,00033	0,00046	0,00065	0,00055	0,00064
Maret	0,00034	0,00047	0,00064	0,00056	0,00064
April	0,00035	0,00049	0,00063	0,00056	0,00064
Mei	0,00036	0,00050	0,00062	0,00057	0,00064
Juni	0,00037	0,00052	0,00060	0,00058	0,00064
Juli	0,00038	0,00054	0,00059	0,00059	0,00064
Agustus	0,00039	0,00055	0,00058	0,00060	0,00064
September	0,00040	0,00057	0,00057	0,00061	0,00064
Oktober	0,00041	0,00060	0,00057	0,00061	0,00062
November	0,00042	0,00062	0,00056	0,00062	0,00062
Desember	0,00043	0,00064	0,00055	0,00063	0,00062

Sumber : Data sekunder yang diolah

Tabel diatas menunjukkan nilai perusahaan yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. Disetiap bulan pertahunnya. Tabel diatas dalam bentuk statistic deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Deskriptive Statistik Nilai Perusahaan**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	60	0.00032	0.00067	0.0005463	0.00009999
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dengan jumlah pengamatan sebanyak 60 amatan mulai tahun 2015 sampai 2019 dengan data secara bulanan, dapat dijelaskan bahwa nilai perusahaan terendah adalah pada rasio 0.00032 pada

periode 2015 di bulan Januari. Kemudian nilai perusahaan mencapai titik tertinggi pada rasio 0.00067 di tahun 2017 di bulan Januari. Selain itu dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk yaitu pada rasio 0.0005463.

### ***Kepemilikan Manajerial***

Kepemilikan manajerial yang diteliti pada penelitian ini adalah kepemilikan manajerial yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019, Kepemilikan manajerial dihitung dengan menggunakan rumus:

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham yang Dimiliki oleh Manajer}}{\text{Total Saham Perusahaan}}$$

**Tabel 4.3**  
**Kepemilikan Manajerial PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019**  
**(Bulanan)**

Kepemilikan Manajerial					
Bulan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	0,13	0,13	0,11	0,11	0,09
Februari	0,13	0,13	0,11	0,11	0,09
Maret	0,13	0,13	0,11	0,11	0,09
April	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
Mei	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
Juni	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
Juli	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
Agustus	0,13	0,13	0,11	0,11	0,09
September	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
Oktober	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
November	0,13	0,13	0,11	0,10	0,09
Desember	0,13	0,13	0,11	0,11	0,09

Sumber: Data sekunder yang diolah.

Tabel diatas menunjukkan kepemilikan manajerial yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. Disetiap bulan pertahunnya. Tabel diatas dalam bentuk statistic deskriptif sebagai berikut:



**Tabel 4.4**  
**Deskriptive Statistik Kepemilikan Manajerial**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Kepemilikan Manajerial	60	0.092	0.132	0.11343	0.015827
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dengan jumlah pengamatan sebanyak 60 amatan mulai tahun 2015 sampai 2019 dengan data secara bulanan, dapat dijelaskan bahwa kepemilikan manajerial terendah adalah pada rasio 0.092 pada periode 2019 di bulan Januari dan November. Kemudian kepemilikan manajerial mencapai titik tertinggi pada rasio 0.132 di bulan Juli 2015 hingga Desember 2016. Selain itu dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk yaitu pada rasio 0.11343.

***b. Kepemilikan Institusional***

Kepemilikan institusional yang diteliti pada penelitian ini adalah kepemilikan institusional yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk periode 2015-2019, kepemilikan institusional dihitung dengan menggunakan rumus:

$$KI = \underline{\hspace{10em}}$$

**Tabel 4.5**  
**Kepemilikan Institusional PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019**  
**(Bulanan)**

Kepemilikan Institusional					
Bulan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	0,20	0,18	0,18	0,18	0,18
Februari	0,20	0,18	0,18	0,18	0,18
Maret	0,20	0,18	0,18	0,18	0,18
April	0,19	0,18	0,18	0,18	0,18
Mei	0,19	0,18	0,18	0,18	0,18
Juni	0,19	0,18	0,18	0,18	0,18
Juli	0,19	0,18	0,18	0,18	0,18
Agustus	0,19	0,18	0,18	0,18	0,18
September	0,19	0,18	0,18	0,18	0,17
Oktober	0,19	0,18	0,18	0,18	0,17
November	0,19	0,18	0,18	0,18	0,17
Desember	0,18	0,18	0,18	0,18	0,17

Sumber: Data sekunder yang diolah

Tabel diatas menunjukkan kepemilikan institusional yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. disetiap bulan pertahunnya. Tabel diatas dalam bentuk statistic deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Deskriptive Statistik Kepemilikan Institusional**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Kepemilikan Institusional	60	0.173	0.200	0.18210	0.006166
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dengan jumlah pengamatan sebanyak 60 amatan mulai tahun 2015 sampai 2019 dengan data secara bulanan, dapat dijelaskan bahwa kepemilikan institusional terendah adalah pada rasio 0.173 pada periode

2019 di bulan Desember. Kemudian kepemilikan institusional mencapai titik tertinggi pada rasio 0.200 di tahun 2015 di bulan Januari. Selain itu dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk yaitu pada rasio 0.18210.

**c. Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* yang diteliti pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. periode 2015-2019, *Corporate Social Responsibility* ini dihitung dengan menggunakan rumus:

$$CSRI_{IJ} = \frac{CSRI}{Nj}$$

Dimana:

CSRI = *Corporate Social Responsibility Index* Perusahaan.

XIJ = Jumlah skor *item*.

Nj = Jumlah *item* maksimal untuk perusahaan.

**Tabel 4.7**

***Corporate Social Responsibility* PT Kino Indonesia Tbk. Periode 2015-2019 (Bulanan)**

<i>Corporate Social Responsibility</i>					
Bulan	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019
Januari	0,75	0,91	0,53	0,78	0,81
FebruRI	0,75	0,88	0,56	0,78	0,84
Maret	0,78	0,84	0,56	0,78	0,88
April	0,79	0,81	0,59	0,78	0,88
Mei	0,81	0,78	0,63	0,78	0,91
Juni	0,81	0,75	0,63	0,81	0,88
Juli	0,84	0,72	0,66	0,81	0,91
Agustus	0,84	0,69	0,69	0,81	0,84
September	0,84	0,66	0,69	0,81	0,91
Oktober	0,88	0,63	0,72	0,81	0,84
November	0,88	0,59	0,75	0,81	0,88
Desember	0,91	0,56	0,75	0,81	0,63

Sumber: Data sekunder yang diolah.

Tabel diatas menunjukkan perubahan laba yang terjadi di PT Kino Indonesia Tbk. disetiap bulan pertahunnya. Tabel diatas dalam bentuk statistic deskriptif sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Deskriptive Statistik *Corporate Social Responsibility***

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility</i>	60	0.531	0.906	0.77003	0.101922
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dengan jumlah pengamatan sebanyak 60 amatan mulai tahun 2015 sampai 2019 dengan data secara bulanan, dapat dijelaskan bahwa *Corporate social responsibility* terendah adalah pada rasio 0.531 pada periode 2017 di bulan Januari. Kemudian *Corporate social responsibility* mencapai titik tertinggi pada rasio 0.906 di tahun 2019 di bulan Juli. Selain itu dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan di PT Kino Indonesia Tbk yaitu pada rasio 0.77003.

## **B. Uji Asumsi Klasik**

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program computer SPSS For Windows Versi 20,0 untuk mendapatkan estimasi yang terbaik, terlebih dahulu data sekunder tersebut harus dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogro-Sminov*. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai signifikan  $> ,05$  tau 5% maka

data terdistribusi secara normal dan apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau 5% maka data tidak terdistribusi normal.

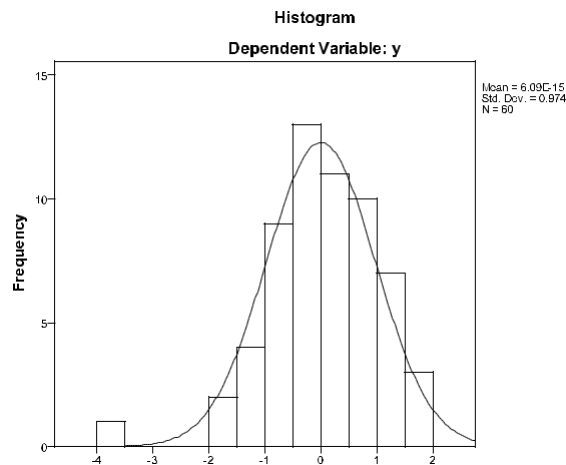
**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.00003627
Most Extreme Differences	Absolute	0.082
	Positive	0.071
	Negative	-0.082
Kolmogorov-Smirnov Z		0.633
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.818*

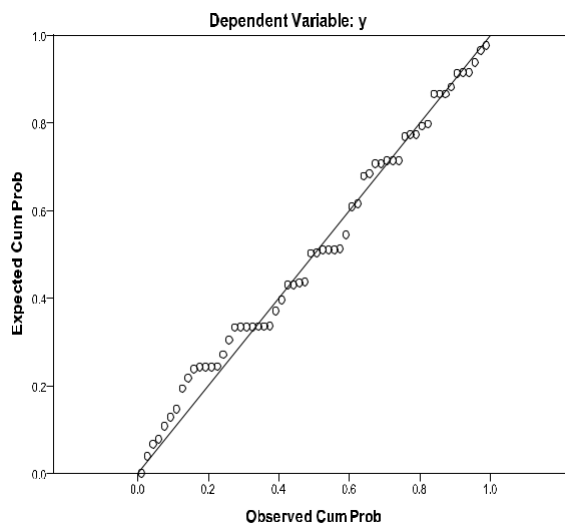
\*Uji Normalitas, Sig.  $> 0.05$  = Normal

Berdasarkan tabel di atas, hasil asymp.Sig. (2-tailed) sebesar 0.818 yang berarti lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini berdistribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram**



**Gambar 4.2**  
**Gambar Uji Probability Plot**



Selain menggunakan *Kolmogro-Sminov*, uji normalitas juga dapat menggunakan Grafik Normal Probability Plot (P-Plot) dan Kurva Histogram. Kurva Histogram menunjukkan bahwa grafik memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal, sedangkan pada Grafik Normal Probability Plot (P-Plot) terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan penyebarannya berada disekitar garis. Sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan penggunaan pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Untuk menguji Autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin Waston (DW), yaitu:

- 1) Jika nilai D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Jika nilai D-W dibawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika niali D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	Durbin-Watson
dime 1 nsio n0	0.446*

\*Uji Autokorelasi,  $-2 < D-W < +2 =$  bebas autokorelasi

Berdasarkan tabel di atas, hasil nilai Durbin Watson sebesar 0.446 yang berarti berada diantara nilai -2 dan +2 dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat autokorelasi dan telah memenuhi asumsi bebas autokorelasi.

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance  $>0,10$  dan VIF  $<10$ , maka tidak terjadi multikolinearitas. Begitu juga sebaliknya apabila nilai tolerance  $<0,10$  dan VIF  $>10$ , maka terjadi multikolinearitas

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kepemilikan Manajerial	0.617*	1.622*
	Kepemilikan Institusional	0.633*	1.580*
	Corporate Sosial Responsibility	0.919*	1.088*

\*Uji Multikolinearitas, tolerance  $>0.10$  atau VIF  $<10$  = bebas multikolinearitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance (T) untuk masing-masing variabel adalah 0.617, 0.633, dan 0.919 yang artinya lebih besar dari 0.10. sedangkan nilai VIF untuk masing-masing variabel adalah 1.622, 1.580, dan 1.088 yang artinya lebih kecil dari 10. Nilai tolerance (T) dan VIF menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi multikolinearitas dan telah memenuhi asumsi bebas multikolinearitas.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi heteroskedastisitas varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas dideteksi dengan uji Gletsjer yaitu dengan melakukan regresi antara nilai residual sebagai variabel dependen dengan variabel independen model regresi yang diajukan, dan untuk menentukan persamaan regresi bebas hetero maka hasil regresi tersebut harus tidak signifikan. Hasil uji Gletsjer menunjukkan bahwa variabel penelitian ini bebas heterokedastisitas dibuktikan dengan tidak terdapatnya variabel bebas yang signifikan pada tingkat 5%.



**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.000	0.000		1.559	0.125
	Kepemilikan Manajerial	0.000	0.000	-0.233	-	0.157*
	Kepemilikan Institusional	0.000	0.001	-0.099	1.436	0.539*
	Corporate Sosial Responsibility	-	0.000	-0.048	-0.618	0.722*
		1.079x10 <sup>5</sup>			-0.358	

\*Uji Heteroskedastisitas, Sig. > 0.05 = bebas heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel di atas, adapt dilihat bahwa nilai Sig. pada masing-masing variabel lebih besar dari 0.05 yang artinya tidak signifikan. Oleh karena itu, model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi bebas heteroskedastisitas.

### C. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), *Corporate Social Responsibility* (CSR), terhadap nilai perusahaan (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$NP = a + b_1KM + b_2KI + b_3CSR + e$$

Dimana:

*a* = Konstanta

KM = Kepemilikan Manajerial

KI = Kepemilikan Institusional

CSR = *Corporate Social Responsibility*

NP = Nilai Perusahaan

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi untuk KM, KI, CSR  
 $e$  = Standar Error

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.003	0.000		17.232	0.000
	Kepemilikan Manajerial	-0.003	0.000	-0.521	-8.437	0.000*
	Kepemilikan Institusional	0.007	0.001	-0.480	-7.879	0.000*
	Corporate Sosial Responsibility	0.005	0.000	-0.340	-6.724	0.000*

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$NP = 0.003 - 0.003\%KM - 0.007\%KI + 0.005\%CSR$$

Interpretasi dari persamaan regresi di atas:

- a) Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif, yaitu sebesar 0.003. Artinya, jika variabel independen yaitu pengaruh kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), *Corporate Social Responsibility* (CSR) mendekati kekeliruan dianggap konstan pada angka 0 (nol), maka variabel nilai perusahaan (NP) adalah sebesar 0.003%.
- b) Nilai koefisien regresi kepemilikan manajerial (KM) bernilai sebesar -0.003%, artinya kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena nilai koefisiennya bernilai negatif. Apabila rasio kepemilikan manajerial mengalami suatu peningkatan, maka rasio nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.003%. Semakin tinggi rasio kepemilikan manajerial, maka semakin rendah rasio nilai perusahaan.
- c) Nilai koefisien regresi kepemilikan institusional (KI) bernilai sebesar 0.007%, artinya kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena nilai koefisiennya bernilai positif. Apabila rasio kepemilikan institusional mengalami suatu peningkatan,

maka rasio nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0.007%. Semakin tinggi rasio kepemilikan institusional, maka semakin tinggi rasio nilai perusahaan.

- d) Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (CSR) bernilai sebesar 0.005%, artinya *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena nilai koefisiennya bernilai positif. Apabila indeks *Corporate Social Responsibility* mengalami suatu peningkatan, maka rasio nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0.005%. Semakin tinggi indeks *Corporate Social Responsibility*, maka semakin tinggi rasio nilai perusahaan.

#### **D. Uji Hipotesis**

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistic dan menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Tujuan dari uji hipotesis adalah untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah menolak atau menerima kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis terdiri dari beberapa uji, yaitu :

##### **1. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual atau parsial dapat menerangkan variasi variabel terikat. Adapun langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji t adalah :

- 1) Jika nilai  $|t|$  hitung  $> t$  tabel dan nilai Sig.  $t < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai  $|t|$  hitung  $< t$  tabel dan nilai Sig.  $t > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.003	0.000		17.232	0.000
Kepemilikan Manajerial	-0.003	0.000	-0.521	-8.437	0.000*
Kepemilikan Institusional	0.007	0.001	-0.480	-7.879	0.000*
Corporate Sosial Responsibility	0.005	0.000	-0.340	-6.724	0.000*

\*Uji t, Sig. < 0.5 = berpengaruh

a. Kepemilikan Manajerial

Untuk mencari t tabel, maka dihitung dengan rumus berikut:

$$Df = n - k - 1$$

Dimana:

n= jumlah data

k=jumlah variabel

sehingga  $t_{\text{tabel}}$  adapt dihitung sebagai berikut:

$$t_{\text{tabel}} = t(2; \dots - 1)$$

$$t_{\text{tabel}} = t(0.025; 60 - 3 - 1)$$

$$t_{\text{tabel}} = t(0.025; 54)$$

$$t_{\text{tabel}} = 2.005$$

Hasil pengujian diperoleh nilai  $|t|$  hitung = 8.437 >  $t_{\text{tabel}} = 2.005$ . Dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , yang berarti bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. **Hal ini berarti  $H_0$  diterima.**

b. Kepemilikan Institusional

Hasil pengujian diperoleh nilai  $|t|$  hitung = 7.879 > t tabel = 2.005. Dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , yang berarti bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. **Hal ini berarti Ha<sub>2</sub> diterima.**

c. *Corporate Sosial Responsibility*

Hasil pengujian diperoleh nilai  $|t|$  hitung = 6.724 > t tabel = 2.005. Dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ , yang berarti bahwa *corporate sosial responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. **Hal ini berarti Ha<sub>3</sub> diterima.**

## 2. Uji simultan (Uji f)

Uji F atau lebih dikenal dengan uji simultan adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Langkah-langkah dalam pengambilan keputusan untuk uji F adalah :

- 1) Jika  $F$  hitung >  $F$  tabel dan nilai Sig.  $F < \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika  $F$  hitung <  $F$  tabel dan nilai Sig.  $F > \alpha = 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.018	3	0.006	60.854	0.000 <sup>a</sup>
	Residual	0.005	56	0.000		
	Total	0.023	59			

F tabel dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$Df_1 = n-k-1, Df_2 = k$$

Dimana:

n= jumlah data

k= jumlah variabel

$$Df_1 = n-k-1$$

$$Df_1 = 60-3-1$$

$$Df_1 = 56, Df_2 = 3$$

Maka F tabel = 2.77

Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa nilai F hitung = 60.854 > F tabel = 2.77, dengan nilai signifikansi 0.000 < 0.05. Dengan demikian, kesimpulannya adalah ada pengaruh signifikan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* secara simultan terhadap nilai perusahaan. **Hal ini berarti Ha4 diterima.**

### 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti

kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji R<sup>2</sup>**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-	1	0.932 <sup>a</sup>	0.868	0.0000372296

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (*AdjustedR Square*) sebesar 0.861 atau 86.1%. Hal ini mengandung arti bahwa variasi variabel kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat menjelaskan sebesar 86.1% variasi variabel nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 13.9% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya.

## **E. Pembahasan**

Dalam sub bab ini akan diuraikan terkait dengan pembahasan mengenai kemampuan kepemilikan manajerial mempengaruhi nilai perusahaan, kemampuan kepemilikan institusional mempengaruhi nilai perusahaan dan kemampuan *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan.

### **1. Kemampuan Kepemilikan Manajerial Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan sesuai parsial membuktikan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} (8.437) > t_{tabel} (2.005)$  dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Adanya pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa meningkatnya kepemilikan manajerial dapat menurunkan nilai perusahaan dan begitu pula sebaliknya.



Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori yang ada yang menyatakan bahwa pengukuran kepemilikan manajerial untuk mengetahui besarnya manajerial yang memiliki saham dalam perusahaan. Jika kepemilikan insider terlalu tinggi maka akan berdampak buruk terhadap perusahaan, karena pemegang saham tidak bisa menghadapi kesulitan control manajemen menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan negatif bagi perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, Prawesti dan Ety Murwaningsih pada tahun 2009 dimana peneliti sebelumnya menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan timbulnya hubungan *non-monotonic* yaitu adanya insentif yang dimiliki manajer dan mereka berusaha untuk melakukan pensejajaran kepentingan dengan *outsider ownership* dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan meningkat. Dan penelitian oleh Wien Ika Permanasari menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan terlihat bahwa PT Kino Indonesia Tbk ini berpengaruh signifikan negatif karena rendahnya saham yang dimiliki oleh manajemen seperti terlihat dari data saham kepemilikan manajerial dari tahun 2015-2019 yang selalu turun disetiap tahun, dengan rincian 0.13 di tahun 2015 lalu tetap di tahun 2016, namun turun di tahun 2017 yaitu 0.11 dan tetap di 2018 namun kembali turun di 2019 hal ini berbanding terbalik dengan nilai perusahaan PT Kino Indonesia Tbk, dimana menurunnya kepemilikan manajerial di PT Kino terlihat dari tahun 2015 nilai perusahaan PT Kino Tbk 0.00032 lalu naik di tahun 2016 menjadi 0.00045 kembali meningkat di tahun 2017 menjadi 0.00067 namun turun di tahun 2018 menjadi 0.00054 dan kembali naik di tahun 2019 menjadi 0.00064. dari penelitian ini menunjukkan kesesuaian kondisi pt kino sendiri yang mana menurunnya kepemilikan manajerial justru menaikkan nilai perusahaan namun, tidak sesuai dengan teori. Hal ini bisa dikaitkan dengan keinginan para manajemen untuk meningkatkan investor.

Dimana dengan menurunnya kepemilikan saham oleh manajemen tentu saham sebagian besar dimiliki oleh investor, dengan demikian para manajemen dalam mempertahankan investor akan selalu meningkatkan nilai perusahaan agar investor tetap tertarik pada perusahaan.

## **2. Kemampuan Kepemilikan Institusional Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara parsial membuktikan bahwa nilai perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan pengujian ini menunjukkan nilai dari kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung} (7.879) > t_{tabel} (2.005)$ . dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Adanya kepemilikan institusional secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif menunjukkan bahwa tingginya kepemilikan institusional dalam perusahaan dapat menjadi sangat penting serta dapat mempengaruhi perilaku *opportunistik* manajer yang dapat mempengaruhi *agency cost* yang diharapkan kan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang ada menyatakan bahwa kepemilikan institusional merupakan rasio yang menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Jika rasio ini tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan yang positif bagi nilai perusahaan.

Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian oleh Demsetz dan Villalonga (2007) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ia menemukan bahwa meskipun kepemilikan institusional tinggi namun tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mempengaruhi nilai

perusahaan dengan signifikan dan searah, yang artinya kenaikan kepemilikan institusional di perusahaan kino akan menaikkan nilai perusahaan PT Kino Indonesia Tbk ini sendiri. Hal ini sesuai dengan meningkatnya kepemilikan institusional maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi. Investor institusi dianggap dapat menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer.

### **3. Kemampuan *Corporate Social Responsibility* Mempengaruhi Nilai Perusahaan.**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara parsial membuktikan bahwa nilai perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan pengujian ini menunjukkan nilai dari *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  (6.724) >  $t_{tabel}$  (2.005). dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . Adanya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa meningkatnya *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan dan begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang ada menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan rasio yang menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Jika *corporate social responsibility* ini tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan yang positif bagi nilai perusahaan sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ety Murwaningsari, Zuhroh dan Putu (2009) dengan hasil penelitian bahwa secara parsial *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan menerapkan *corporate social responsibility* menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga

loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi, meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* mempunyai peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial dilingkungan sekitar. Hal ini juga sesuai dengan kondisi di PT Kino Indonesia Tbk, dimana nilai *corporate social responsibility* yang terus meningkat setiap tahunnya dan diikuti dengan meningkatnya nilai dari PT Kino Indonesia Tbk.

#### **4. Kemampuan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan *Corporate Social Responsibility* Mempengaruhi Nilai Perusahaan.**

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara simultan membuktikan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} (60.854) > F_{tabel} (2.77)$  dengan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$ . berpengaruhnya kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* secara signifikan terhadap nilai perusahaan ini menandakan bahwa meningkatnya kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* akan berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hal ini tidak sesuai dengan teori yang ada bahwa kepemilikan manajerial merupakan pengukuran kepemilikan manajerial untuk mengetahui besarnya manajerial yang memiliki saham dalam perusahaan. Jika kepemilikan insider terlalu tinggi maka akan berdampak buruk terhadap perusahaan, karena pemegang saham tidak bisa menghadapi kesulitan control manajemen menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh negatif bagi perusahaan. Dan hal sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional merupakan rasio yang menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Jika rasio ini tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam

meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan yang positif bagi nilai perusahaan. dan *corporate social responsibility* merupakan rasio yang menunjukkan dan mengukur kemampuan perusahaan dalam menaikkan nilai perusahaan. Jika *corporate social responsibility* ini tinggi maka akan menunjukkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam meningkatkan nilai perusahaan dan menunjukkan nilai perusahaan yang positif bagi nilai perusahaan sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Etty Murwaningsari, Zuhroh dan Putu (2009) dengan hasil bahwa secara simultan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan laba.

Berdasarkan hasil Uji f menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa Adanya pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa meningkatnya kepemilikan manajerial dapat menurunkan nilai perusahaan dan begitu pula sebaliknya terlihat bahwa PT Kino Indonesia Tbk ini berpengaruh signifikan negatif karena rendahnya saham yang dimiliki oleh manajemen seperti terlihat dari data saham kepemilikan manajerial dari tahun 2015-2019 yang selalu turun disetiap tahun, dengan rincian 0.13 di tahun 2015 lalu tetap di tahun 2016, namun turun di tahun 2017 yaitu 0.11 dan tetap di 2018 namun kembali turun di 2019 hal ini berbanding terbalik dengan nilai perusahaan PT Kino Indonesia Tbk, dimana menurunnya kepemilikan manajerial di PT Kino terlihat dari tahun 2015 nilai perusahaan PT Kino Tbk 0.00032 lalu naik di tahun 2016 menjadi 0.00045 kembali meningkat di tahun 2017 menjadi 0.00067 namun turun di tahun 2018 menjadi 0.00054 dan kembali naik di tahun 2019 menjadi 0.00064. dari penelitian ini menunjukkan kesesuaian kondisi pt kino sendiri yang mana menurunnya kepemilikan manajerial justru menaikkan nilai perusahaan namun, tidak sesuai dengan teori. Hal ini bisa dikaitkan dengan keinginan para manajemen untuk meningkatkan investor. Dimana dengan

menurunnya kepemilikan saham oleh manajemen tentu saham sebagian besar dimiliki oleh investor, dengan demikian para manajemen dalam mempertahankan investor akan selalu meningkatkan nilai perusahaan agar investor tetap tertarik pada perusahaan. Kemudian tingginya kepemilikan institusional dalam perusahaan dapat menjadi sangat penting serta dapat mempengaruhi perilaku *opportunist* manajer yang dapat mempengaruhi *agency cost* yang diharapkan kan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mempengaruhi nilai perusahaan dengan signifikan dan searah, yang artinya kenaikan kepemilikan institusional di perusahaan kino akan menaikkan nilai perusahaan PT Kino Indonesia Tbk ini sendiri. Hal ini sesuai dengan meningkatnya kepemilikan institusional maka segala aktivitas perusahaan akan diawasi oleh pihak institusi. Investor institusi dianggap dapat menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan menerapkan *corporate social responsibility* menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi, meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* mempunyai peranan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial dilingkungan sekitar. Hal ini juga sesuai dengan kondisi di PT Kino Indonesia Tbk, dimana nilai *corporate social responsibility* yang terus meningkat setiap tahunnya dan diikuti dengan meningkatnya nilai dari PT Kino Indonesia Tbk.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan antara lain:

1. Secara parsial kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan hasil uji menunjukkan kepemilikan manajerial bernilai negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti kenaikan dari kepemilikan manajerial akan menurunkan nilai perusahaan.
2. Secara parsial kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan institusional berarah positif bagi nilai perusahaan. Yang artinya kenaikan kepemilikan institusional akan menaikkan nilai perusahaan dan begitu juga sebaliknya.
3. Secara parsial *Corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* berarah positif bagi nilai perusahaan. Yang artinya kenaikan *corporate social responsibility* akan menaikkan nilai perusahaan dan begitu juga sebaliknya.
4. Secara simultan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan diatas maka dapat diberikan saran sebagai berikut:

#### 1. Bagi Perusahaan

Perusahaan sebaiknya harus mampu menjaga kemampuannya dalam meningkatkan nilai perusahaannya agar mampu menunjukkan peningkatan nilai perusahaan yang positif bagi perusahaan dan perusahaan mampu meningkatkan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *corporate social responsibility* yang dimiliki perusahaan sehingga meningkatkan nilai perusahaan yang baik bagi perusahaan.

## 2. Bagi Reguler

Item penggunaan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya senantiasa diperbaharui agar bisa sesuai dengan kondisi yang ada dalam masyarakat.

## 3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan investor terhadap perusahaan mana yang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan serta dapat menjadi masukan yang membantu investor pada saat menanamkan modal.

## 4. Bagi Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya seharusnya menggunakan variabel independen yang lebih luas, mengingat banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dibandingkan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Beni. *Metode Penelitian Bandung*:Pustaka Setia,2008.
- Busyra Azheri,*Corporate Social Responsibility' Dari Voluntary menjadi Mandatory*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012.
- Depatremen Agama, “*Al-Qur’an dan terjemahan*” Bogor: SABIQ, 2011.
- Diyah, Pujiati, Widanar, dan Erman.“*Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Interventing.*” *Jurnal Bisnis dan Akuntansi Ventura*, Vol. 12. No.1, 2009.
- Firmansyah dan Faisal.“*Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional,Komposisi Dewan Direksi: Analisis Persamaan Simultan*” *Media Ekonomi dan Bisnis*. Vol. XVI, No 2, Desember, 2005.
- Hadi Nor, ”*Corporate Social Responsibility*” Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Herman Edi, “*Akuntansi Manajerial*”Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Hhttp://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresilinearberganda.html.
- Ikhsan, Arfan. “*Metodologi Penelitian*” Bandung: Citapustaka Media Perintis,2012.
- Ishalahuddin, Rika dan Nurlela. ”*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*”. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. hal: 7. Pontianak, 2008.
- Jensen, M. and Meckling, W., *Theory of the firm: “ managerial behavior,agency costs and ownership stucture”*, *Jurnal of Financial Economics*, vol.3, pp, 1976.
- Margaretha Farah, “*Manajemen Keuangan untuk Manajer Non-Keuangan*”, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Matias Siagian, Agus Suriadi, *Tanggung jawab Sosial Perusahaan CSRpresfektif perkerjaan sosial*, Medan:FISIP USUPRESS,2010.
- Mowen, M. Maryane Hansen,”*Akuntansi Manajerial*”Jakarta: Salemba empat, 2009.
- Naufal, Harmono. “*Manajemen Keuangan*”, Bumi Aksara: Jakarta, 2017.
- Rachman Arif Achmad,”*Pengaruh CSR, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Istitusional terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2008-2010*”. *Artikel Ilmiah*, 2012.

Siallagan, Hamogan, Mas'ud, dan Machfoedz, "Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan", Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang, 2007.

Sonjaya, Yaya. "Analisis Pengaruh Free Cash Flow, Kebijakan Dividen, Kepemilikan Saham Manajerial, dan Kepemilikan Saham Institusional Terhadap Nilai Perusahaan". Jurnal Manajemen dan Akuntansi Vol, 5 (1) September, 2017.

Sudana, Made. "Manajemen Keuangan Perusahaan", Jakarta : Erlangga, 2015.

Solihin, Ismail. *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Erlangga, 2012 .

Suharto, Edi. "Pekerja Sosial di Dunia Industri memperkuat tanggung jawab sosial perusahaan" Bandung: Refika Aditama, 2007.

Sugiono, *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011.

Syafina, Laylan. *Panduan Penelitian Kuantitatif Akuntansi*, Medan: FEBI Pers, 2018.

Tarigan Akmal Azhari "Tafsir ayat ekonomi Islam" Bandung: Cipta pustaka, 2012.

Timotius H Kris, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Andi, 2017.

Pawestri Prasetyaning Harnini, Untung dan Wahyudi, "Implementasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan dan Keuangan sebagai Variabel Intervening" Simposium Nasional Akuntansi IX Padang, 2011.

Putri, Imanda Firmantyas dan Nasir Mohammad. "Analisis Pemasaran Simultan Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institutional, Resiko Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen dalam Perspektif Teori Keagenan". Jurnal: Simposium Nasional Akuntansi, Padang, 23-26 Agustus, 2006.

Wibisono, Yusuf. "Membedah Konsep & Aplikasi CSR" Gresik: Fascho Publishing, 2007.