

**PENGARUH KEPEMILIKAN PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN
CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTARDI BURSA EFEK
INDONESIA PADA PERIODE 2018-2020**

**ERIKA DEWI PAWESTI
E.11.18.037**

Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Ichsan Gorontalo
erikadewipawesti@gmail.com

ABSTRACT

ERIKA DEWI PAWESTI. E1118037. THE EFFECT OF CORPORATE OWNERSHIP AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE ON THE COMPANY VALUE IN MANUFACTURING COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE

This study aims to find and analyze the effect of company ownership (X1) and Corporate Social Responsibility disclosure (X2) on company value (Y) in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2020. It applies a descriptive quantitative causality research method, using secondary data. The population is an annual report of manufacturing companies of the food and beverage subsector industry with a sampling technique using purposive sampling with the number of samples netted, namely 16 companies with 3 years of observation. The results show that corporate ownership and CSR disclosure simultaneously positively and significantly affect the company value with a contribution value (R²) of 28.60%. The remaining 71.40% is affected by other variables unstudied such as profitability and leverage. The extent of the correlation of 53.50% shows the relationship between variables, which is Quite Strong. Partially, Corporate ownership (X1) consisting of institutional ownership and managerial ownership positively and significantly affects the company value at 0.314 and 0.413 units, respectively, CSR disclosure partially, positively, and significantly affects the company value at 49.342 units.

Keywords: corporate ownership, CSR, corporate value

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memakmurkan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan ini dapat diwujudkan dengan memaksimumkan nilai perusahaan dengan asumsi bahwa pemilik perusahaan atau pemegang saham akan makmur jika kekayaannya meningkat.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Fama (2017:26) menyebutkan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Tujuan perusahaan adalah memaksimumkan nilai saham (Ediana, 2019:30). Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan meningkat yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai saham yang tinggi menggambarkan nilai perusahaan yang tinggi. Hal ini dapat dijelaskan secara sederhana sebagai berikut: nilai perusahaan (*value*) adalah hutang (*debt*) ditambah modal sendiri (*equity*). Naiknya modal sendiri

akan meningkatkan harga per lembar saham perusahaan (Rahmadani, 2017:15).

Nilai perusahaan bagi investor dan kreditur sangat penting untuk diketahui (Rizkiastuti, 2016). Nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemilik saham, karena meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat, dan ini adalah tugas dari manajer sebagai agen yang telah diberi kepercayaan oleh para pemilik perusahaan untuk menjalankan perusahaannya (Brigham, 2017:51).

Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap kemampuan suatu entitas bisnis dalam menggunakan dan mengolah segala sumber daya yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki kinerja baik tentunya akan menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi. Keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki memberi kesan baik pada investor sehingga menghasilkan peningkatan nilai perusahaan. Salah satu indikator yang menunjukkan nilai suatu perusahaan adalah dengan melihat pada harga sahamnya, tinggi

rendahnya harga pasar saham suatu entitas bisnis mencerminkan besarnya nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat meningkat apabila manajemen perusahaan dapat menjalin kerjasama yang baik dengan pihak luar perusahaan di dalam membuat keputusan. Pihak luar tersebut adalah *shareholder* dan *stakeholder*. *Agency theory* menjelaskan bahwa konflik yang terjadi diantara kedua belah pihak yaitu manajemen dengan pemilik saham akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan nilai perusahaan dalam mensejahterakan para pemilik.

Nilai perusahaan diukur menggunakan *market to book value ratio*, *market to book value ratio* digunakan untuk mengetahui harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku saham (Sartono, 2016:224). *Market To Book Value Ratio* merupakan rasio penilaian yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar harga saham yang ada pada pasar dibandingkan dengan nilai buku saham. Semakin tinggi rasio ini maka menunjukkan bahwa perusahaan semakin dipercaya sehingga nilai perusahaan semakin tinggi pula.

Antara harga saham, *Price Earning Ratio* dan *Price Book Value* memiliki hubungan yang kuat, dikarenakan *Price Earning Ratio* itu menunjukkan pertumbuhan laba dari perusahaan, *Price Book Value* menunjukkan bahwa nilai pasar saham dan investor akan tertarik terhadap pertumbuhan laba tersebut sehingga pada akhirnya akan memberikan efek terhadap harga saham. (Fahmi. 2018:63).

Price Earning Ratio menunjukkan perbandingan harga saham yang dibeli dengan *earning* yang akan diperoleh dikemudian hari sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa investor yakin terhadap besarnya *earning* yang diberikan perusahaan, yang nantinya akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen di masa datang. Antara harga saham dan *Price Earning Ratio* memiliki hubungan yang kuat, dikarenakan *Price Earning Ratio* itu menunjukkan pertumbuhan laba dari perusahaan, dan investor akan tertarik terhadap pertumbuhan laba tersebut sehingga pada akhirnya akan memberikan efek terhadap harga saham. Pernyataan ini didukung penelitian yang

dilakukan (Fahmi. 2018:63). dan Safitri (2013) yang menyatakan bahwa PER berpengaruh positif terhadap harga saham.

Price Book Value (PBV) merupakan metode penilaian saham yang berdasarkan pada *book value* suatu saham. *Book value* adalah nilai buku yang diperoleh dari harga perolehan aktiva dikurangi dengan akumulasi penyusutan. Selanjutnya, Arifin (2002:89) mendefinisikan nilai buku perlembar saham sebagai rasio untuk membandingkan harga pasar sebuah saham dengan nilai buku (*book value*) sebenarnya. Sementara Syamsudin (2017:75) menjelaskan bahwa pengertian *Price Book Value* adalah rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar mengharagai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV, maka menunjukkan semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut. Untuk perusahaan yang berjalan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (Jogiyanto, 2016:79). Rasio PBV dihitung dengan membagi nilai pasar dari saham dibagi dengan nilai buku

dari ekuitas saat ini. Untuk menentukan posisi saham menggunakan metode *Price Book Value* tidak mencari nilai intrinsik dari saham yang diteliti, melainkan menghitung nilai PBV kemudian mengukur harga saham mahal atau murah dengan *cut off* 1 yang berarti jika nilai PBV diatas 1 menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (*overvalued*), sebaliknya jika nilai PBV dibawah 1 berarti nilai pasar saham lebih kecil dari nilai bukunya (*undervalued*). Penentuan ini berdasarkan pada teori yang diungkapkan Husnan (2015:27) “Untuk Perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan”. Tandelilin (2016:323) juga mengungkapkan hal serupa “Idealnya, harga pasar saham bank jika dibandingkan nilai buku asetnya akan mendekati 1. Saham-saham yang mempunyai rasio harga/nilai buku yang rendah sebaiknya dibeli

untuk memperoleh tingkat *return* yang lebih besar pada tingkat risiko tertentu”.

Pemilik perusahaan umumnya membuat suatu perikatan dengan *agent* yang dianggap lebih berkompeten dalam mengelola aset yang dimiliki dengan asumsi bahwa pihak manajemen lebih memahami kondisi dan medan yang akan dihadapi mampu mengambil tindakan-tindakan yang lebih baik, sehingga dalam hal ini manajer dapat mengambil keputusan strategis yang mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan yang berdampak pada peningkatan nilai perusahaan serta meningkatkan kesejahteraan *principal*. Manajemen sebagai pihak yang menggerakkan roda perusahaan memiliki akses terhadap semua informasi mengenai perusahaan sementara pemilik modal hanya memperoleh informasi berdasarkan laporan yang dibuat manajemen. Ketidak seimbangan informasi ini disebut dengan asimetri informasi, hal ini menjadi celah bagi pihak *agent* untuk melakukan tindakan oportunistik demi kepentingan pribadi dan menyebabkan bertambahnya *agency cost*. Pemegang saham yang

menginginkan peningkatan kesejahteraan lewat modal yang diinvestasikan mengharapkan laba perusahaan yang setinggi-tingginya. Perbedaan kepentingan antara *agent* dan *principal* sering disebut sebagai *agency conflict*.

Permasalahan ini dapat menghambat tercapainya peningkatan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan institusional menjadi salah satu solusi dalam menekan dampak negatif dari konflik keagenan. *Manageral ownership* dapat mensejajarkan kepentingan manajemen dan pemilik perusahaan dengan memberi kesempatan pada *agent* untuk menjadi bagian dari *principal* sebagai pemegang saham. *Institutional ownership* dapat menjalankan fungsi pengawasan terhadap kinerja manajemen, pihak institusi biasanya berinvestasi dengan jumlah yang cukup besar sehingga membuat manajemen meningkatkan kinerjanya untuk mencegah modal investor institusi berpindah pada perusahaan lain.

Selain menerapkan tata kelola perusahaan yang baik, perusahaan juga akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai

perusahaan. Perusahaan akan mencoba menyajikan informasi yang lebih lengkap, misalnya dengan menambahkan tentang aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial perusahaan sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan dengan kinerja lingkungan dan sosial yang baik merupakan sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut yang kemudian berujung pada peningkatan harga saham. Perusahaan akan berlomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor untuk dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau pengungkapan corporate social responsibility merupakan salah satu faktor non keuangan lainnya yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Corporate Social Responsibility

(CSR) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban- kewajiban ekonomi dan legal tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak- pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban kewajiban ekonomi dan legal (Kusumadilaga, 2016:13).

Wati, (2019) mengemukakan bahwa “CSR merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarga serta komunitas dan masyarakat luas pada umumnya dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan stakeholder berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan”. (Wati, 2019) menerangkan “untuk menjaga komitmen perusahaan tersebut, perusahaan harus menjaga hubungan dengan para stakeholder nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholder terutama stakeholder yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional

perusahaan misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain”. Upaya yang digunakan perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan pemegang saham ialah salah satunya pengungkapan informasi sosial dan lingkungan (Wati, 2019).

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempunyai keterkaitan erat dengan *Good Corporate Governance*. Keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam bisnis namun berhubungan satu sama lain. Tanggung jawab sosial berorientasi kepada para *stakeholder*, hal ini sejalan dengan salah satu dari prinsip utama *Good Corporate Governance* yaitu *responsibility* (Etty, 2009). Manajemen dalam menjalankan bisnis perusahaan, seringkali tidak sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan sehingga menjadikan laba tidak berkualitas. Konflik antara manajemen dengan pemilik perusahaan disebut dengan konflik keagenan. Konflik keagenan mengakibatkan adanya sifat *opportunistic* manajemen yang berdampak pada rendahnya kualitas laba. Rendahnya kualitas laba

akan merugikan para pembuat keputusan yaitu para investor dan kreditor, sehingga nilai perusahaan akan berkurang (Vinola, 2017:21).

Tabel 1. Gap Penelitian

Variabel Dependen	Variabel Independen	Nama Pen
Nilai Perusahaan	Kepemilikan Institusional	Hartini (2017)
		Tambalean dkk (2017)
	Kepemilikan Manajerial	Tsabat (2015)
		Setyoko (2017)
		Hartini (2017)
	Pengungkapan CSR	Khairaningrum (2017)
		Mahsina (2020)
		Iwan Setiadi (2020)

Penelitian ini dilakukan di perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. berikut disajikan data Nilai Perusahaan sebagai fenomena penelitian :

Tabel 2. Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman

No	Nama Perusahaan	Tahun	Nilai P	
			Harga per lembar saham	Nilai buku p
				Total Ekuitas
1	ALTO	2018	1200	2.916.901.120.1
		2019	7.450	49.916.8
		2020	1.295	4.208.7
2	CEKA.	2018	1.600	1.442.751.77
		2019	8.900	20.324.3
		2020	4.590	1.114.645.3
3	DLTA	2018	10.450	22.707.1

		2019	1.500	339.236.007.000	perusahaan yang menjadi objek penelitian, 9	891	3,82
		2020	1.143	3.489.233	perusahaan mengalami penurunan nilai PBV dari	2.888	3,32
4	ICBP	2018	695	1.040.576.552.571	1 tahun sebelumnya yaitu perusahaan AISA,	1.726	6,65
		2019	330	480.841.418.401	CEKA, DLTA, ICBP, INDE, MLBI, ULTI, ROTI	2.187	0,01
		2020	640	368.389.286.646	dan SKBM. Sedangkan 3 perusahaan lainnya	937	1,23
5	INDF	2018	388	419.284.788.700	yaitu MYOR, STTP dan ALTO mengalami	2.187	1,86
		2019	16.000	1.064.905	kenaikan atau peningkatan dari periode 1 tahun	2.107	27,06
		2020	1.275	2.820.105.715.429	sebelumnya. Perkembangan PBV yang konsisten	5.062	8,39
6	MLBI	2018	3.190	1.168.512.137.670	kenaikannya pada tabel diatas terjadi pada PT	1.310	3,16
		2019	7.925	43.941.423	Mayor Indonesia (MYOR)	8.780	1,55
		2020	1.100	307.569.774.228	kenaikan setiap tahunnya pada nilai PBV	1.691	7,50
7	MYOR	2018	2.620	8.542.544.481.694	perusahaan tersebut dan data diatas rata-rata	22.359	7,46
		2019	1.350	887.920.113.728	perusahaan pada sub sektor Makanan dan	595	0,02
		2020	1.350	4.774.911.751	Minuman pada periode tahun 2017 sampai 2020	11.751	1,05
8	ROTI	2018	4.360	1.384.772.068.360	memiliki nilai perusahaan yang kurang baik, hal	1.310	4,26
		2019	308	296.151.295.872	ini karena jumlah perusahaan yang mengalami	8.780	1,55
		2020	1.290	903.044.187.067	perusahaan yang mengalami	595	0,86
9	SKBM	2018	3.750	1.646.387.946.952	perusahaan yang mengalami	1.310	3,08
		2019	400	387.126.677.545	perusahaan yang mengalami	2.192	2,30
		2020	1.645	6.265.255.987.001	perusahaan yang mengalami	12.359	1,18
10	SKLT	2018	2.020	7.354.346.366.072	perusahaan yang mengalami	22.359	6,71
		2019	715	1.023.237.460.399	perusahaan yang mengalami	1.726	1,17
		2020	13.675	1.167.530	perusahaan yang mengalami	2.107	40,24
11	STTP	2018	11.750	820.640	perusahaan yang mengalami	2.107	47,54
		2019	1.375	976.647.575.842	perusahaan yang mengalami	595	0,89
		2020	5.500	1.284.163.814	perusahaan yang mengalami	801	9,75
12	ULTI	2018	8.575	18.500.823	perusahaan yang mengalami	5.831	8,61
		2019	5.000	1.012.374.008	perusahaan yang mengalami	801	4,37
		2020	7.625	46.756.724	perusahaan yang mengalami	8.780	1,43

Sumber : idx.co.id

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa data PBV pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman dari tahun 2017 sampai dengan 2020 mengalami perubahan dan fluktuasi. Dari 12

sektor Makanan dan Minuman yang disebabkan oleh faktor psikologis kondisi terkini, karena banyak masyarakat yang menunggu peraturan; seperti pajak progresif tanah, pengetatan

pengawasan perpajakan setelah tax amnesty, serta ketatnya kompetisi yang terjadi di beberapa perusahaan di sub sektor Makanan dan Minuman yang mempengaruhi penjualan. Nilai perusahaan sendiri dapat dihitung dengan menggunakan beberapa metode perhitungan seperti perhitungan struktur modal (Debt to Equity Ratio), rasio profitabilitas (Return On Equity), likuiditas (Current Ratio) dan rasio Aktivitas (Total Assets Turnover).

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya, maka peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul penelitian “Pengaruh Kepemilikan Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Yang Go Publik Di Bursa Efek Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, adapun rumusan masalah dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh Kepemilikan Perusahaan (X1) dan Pengungkapan

Corporate Social Responsibility (X2) secara *simultan* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.

2. Seberapa besar pengaruh Kepemilikan Perusahaan (X1) secara *parsial* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.

3. Seberapa besar pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X2) secara *parsial* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakan penelitian ini adalah untuk memperoleh dan menganalisis pengaruh Kepemilikan Perusahaan (X1) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X2) baik secara *simultan* maupun secara *parsial* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan penelitian, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Besarnya pengaruh Kepemilikan Perusahaan (X1) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X2) secara *simultan* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.
2. Besarnya pengaruh Kepemilikan Perusahaan (X1) secara *parsial* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.
3. Besarnya pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X2) secara *parsial* terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan Manufaktur yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan informasi maupun bahan pertimbangan dari berbagai pihak antara lain :

1. Bagi Teoritis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman belajar dan tambahan pengetahuan maupun wawasan tentang bagaimana ruang lingkup dari pasar modal yang diteliti serta untuk membandingkan teori yang di dapat dari studi kuliah dengan kenyataan yang sebenarnya.

2. Bagi Praktis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan pada sektor makanan dan minuman tentang pentingnya Kepemilikan Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Pengertian Teory Agensi

Hubungan antara agen (manajemen suatu usaha) dan *principal* (pemegang saham). Hubungan antara agen (manajemen) dengan *principal* (*stakeholder*) sangat memungkinkan terjadinya konflik keagenan. Permasalahan

keagenan ditandai dengan adanya perbedaan kepentingan dan informasi yang tidak lengkap (*asymetri information*) antara pihak *principal* dan pihak agen (Jensen dan Smith, 2016:47). *Principal* adalah pemilik perusahaan dan yang dimaksud *agent* adalah manajer perusahaan. sedangkan yang dimaksud sebagai agen adalah manajemen yang berkewajiban mengelola harta pemilik. *Principal* menyediakan fasilitas dan dana untuk kebutuhan operasional perusahaan, sedangkan agen (manajer) sebagai pengelola berkewajiban untuk mengelola perusahaan sebagaimana yang dipercayakan oleh *principal* untuk meningkatkan kemakmuran *principal* melalui peningkatan nilai perusahaan (Jensen dan Meckling, 2015:58).

Hubungan keagenan ini sering kali mengalami konflik kepentingan diantara keduanya. Konflik keagenan mulai timbul saat manajer lebih mementingkan kepentingannya sendiri dari pada kepentingan pemegang saham. Konflik didalam teori *agency* biasanya disebabkan oleh para pengambil keputusan yang tidak ikut serta dalam menanggung risiko sebagai akibat dari

kesalahan pengambil keputusan. Hal tersebut dapat terjadi karena manajer perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak mengenai tata cara mengelola perusahaan serta informasi-informasi penting mengenai perusahaan. Sedangkan pemegang saham tidak memiliki informasi yang lebih banyak dari manajer (Rachmad, 2016).

Hubungan keagenan merupakan kontrak, baik bersifat eksplisit maupun implisit, dimana satu atau lebih orang (yang disebut *principals*) meminta orang lain (yang disebut *agen*) untuk mengambil tindakan atas nama *principals* (Sugiarto, 2016:28). *Principals* adalah pihak yang memberikan perintah kepada agen untuk bertindak atasnama *principal*. Tujuan dari pemisahannya pengelolaan dari kepemilikan perusahaan, yaitu agar pemilik perusahaan memperoleh keuntungan yang semaksimal mungkin dengan biaya yang seefisien mungkin dengan dikelolanya perusahaan oleh tenaga-tenaga professional (Sutedi, 2016:32).

Masalah keagenan muncul saat agen tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Masalah tersebut disebut *agency conflict*. Konflik tersebut dapat terjadi pada saat

proporsi kepemilikan saham perusahaan oleh para manajer kurang dari 100% dari total saham yang beredar. Pada saat itu manajer cenderung mengutamakan kepentingan pribadi dan tidak berdasarkan pada tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan dalam memilih dan mengambil kebijakan akuntansi yang sesuai dengan kepentingan agen, meskipun seringkali kebijakan tersebut bukan yang terbaik bagi prinsipal. Permanasari (2015:43) menerangkan ada tiga asumsi sifat dasar manusia yang dapat digunakan untuk menjelaskan *agency theory*, yaitu:

1. Pada umumnya manusia mementingkan dirinya sendiri,
2. Daya pikir manusia memiliki keterbatasan terkait dengan persepsi masa depan,
3. Manusia selalu berusaha untuk menghindari risiko.

2.1.2 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham,

sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Pengeluaran investasi memberikan sinyal positif dari investasi kepada manajer tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi (Brealey et al, 2017:46).

Nilai perusahaan merupakan gambaran keberadaan (eksistensi) mengenai baik atau buruknya suatu perusahaan dalam mencapai tujuan. Rasio untuk mengukur nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini ialah tobin's Q. Menurut Fiakas (2005) dalam (Utomo, 2019) menyatakan bahwa "Tobin's q merupakan rasio antara nilai pasar dari aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang terhadap nilai penggantian aset".

Rika dan Islahuddin (2018:16), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai pasar perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi

kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer ataupun komisaris.

2.1.3 Indikator Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan pada umumnya dapat diukur dari beberapa aspek, salah satunya adalah ukuran nilai pasar saham yaitu dengan *Price to Book Value Ratio* (PBV). Rasio ini mengukur nilai perusahaan yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham, 2017: 92). Kemudian Weston dan Copelen (2011) Pengukuran nilai perusahaan terdiri dari *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price to Book Value* (PBV).

1. *Price Earning Ratio* (PER), menunjukkan berapa banyak jumlah uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan (Brigham Houston, 2017:110). Kegunaan *price*

earning ratio adalah untuk melihat bagaimana pasar menghargai kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh *earning per share* nya. *Price earning ratio* menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan *earning per share*.

2. *Price to Book Value* (PBV), komponen penting lain yang harus diperhatikan adalah *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan seorang investor dalam menentukan saham mana yang akan dibeli.

Untuk perusahaan - perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan. *Price to book value* yang tinggi akan membuat pasar percaya atas prospek perusahaan kedepan. Hal itu juga yang menjadi

keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham juga tinggi Menurut (Brigham dan Houston, 2017:112), nilai perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}} \times 100\%$$

untuk mengukur nilai buku saham dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Nilai Buku Per Lembar Saham} = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai Perusahaan adalah *Price Book Value (PBV)* karena *Price Book Value* ada beberapa keunggulan yaitu nilai buku merupakan ukuran yang stabil dan sederhana yang dapat dibandingkan dengan harga pasar. Keunggulan kedua adalah *Price Book Value* dapat dibandingkan antar perusahaan sejenis untuk menunjukkan tanda mahal atau murahnya suatu saham. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung

rasio *Price Book Value* ini jugamemberikan pengaruh terhadap harga saham.

2.1.4 Pengertian *Price Book Value* (PBV)

Salah satu indikator saham adalah *Price Book Value* (PBV) yang banyak digunakan oleh investor maupun analis untuk mengetahui nilai wajar saham. Indikator ini dapat dengan membagi harga saham yang ada di pasar saham dengan nilai *book value* dari saham tersebut. Saham yang

asio PBV yang besar bisa dikatakan valuasi yang tinggi (*overvalue*) sedangkan saham yang memiliki PBV di bawah 1 memiliki valuasi yang rendah alias *undervalue*.

Book Value atau nilai buku adalah nilai dari ekuitas dibagi jumlah saham yang ada. Bias dikatakan *book value* adalah nilai ekuitas per saham. Ekuitas itu sendiri didapatkan dari selisih jumlah asset dikurangi liabilitas. Secara teori ini adalah nilai yang akan di dapatkan oleh pemilik saham bila perusahaan dilikuidasikan. Jadi inilah *book value* sangat berarti untuk melihat imbal hasil dari investasi.

Syamsudin (2017:75) menjelaskan bahwa pengertian *Price Book Value* adalah rasio yang

menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi PBV, maka menunjukkan semakin besar kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut. Untuk perusahaan yang berjalan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (Jogiyanto, 2016:79).

Arifin (2015:89) mendefinisikan nilai buku per lembar saham sebagai rasio untuk membandingkan harga pasar sebuah saham dengan nilai buku (*book value*) sebenarnya. Rasio ini dapat memberikan gambaran potensi pergerakan harga suatu saham sehingga dari gambaran tersebut, secara tidak langsung rasio PBV ini juga memberikan pengaruh terhadap harga saham (Tryfino, 2019: 11).

Menurut Tryfino (2019:9) *Price to Book Value* (PBV) adalah perhitungan atau perbandingan antara market value dengan *book value* suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*. Jika pada analisis *book value*, investor hanya mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, pada rasio PBV

investor dapat mengetahui langsung sudah berapa kali *market value* suatu saham dihargai dari *book value*-nya.

Sihombing (2017:95) berpendapat bahwa *Price to Boook Value* (PBV) merupakan suatu nilai yang dapat digunakan untuk membandingkan apakah sebuah saham lebih mahal atau lebih murah dibandingkan dengan saham lainnya. Untuk membandingkannya, kedua perusahaan harus dari satu kelompok usaha yang memiliki sifat bisnis yang sama.

Sawir (2017:22) berpendapat bahwa Rasio *Price to Book Value* menggambarkan nilai pasar keuangan terhadap manajemen dan organisasi dari perusahaan yang sedang berjalan (*going concern*). Suatu perusahaan yang berjalan baik dengan staf manajemen yang kuat dan organisasi yang berfungsi kurangnya sama dengan nilai buku aktiva fisiknya.

Price to Book Value (PBV) adalah rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Tjiptono dan Hendry, 2016:141). Menurut Darmadji dan Fakhrudin (2016:141) dapat

didefinisikan “*Price Book Value* (PBV) merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham dari suatu perusahaan”. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya prospek perusahaan tersebut. Dari beberapa pendapat diatas *Price to Book Value* dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham.

Sebaliknya saham yang memiliki PBV yang tinggi juga bisa tidak mengindikasikan bahwa sahamnya *overvalue* karena bisa saja perusahaan tersebut memiliki prospek dan kinerja yang bagus serta brand yang terkenal. Sehingga dari itu semua membuat harga sahamnya memiliki valuasi yang premium dibandingkan dengan saham yang memiliki PBV yang lebih rendah namun dengan prospek yang lebih rendah juga. Dalam Fahmi (2018:84), rumus untuk menghitung *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book value per share Of Commonstock}}$$

Keterangan :

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Pershare* atau harga pasar per saham

BVS = *Book Value Pershare* atau nilai buku per saham

Untuk menentukan posisi saham menggunakan metode *Price Book Value* tidak mencari nilai intrinsik dari saham yang diteliti, melainkan menghitung nilai PBV kemudian mengukur harga saham mahal atau murah dengan *cut off* 1 yang berarti jika nilai PBV diatas 1 menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya (*overvalued*), sebaliknya jika nilai PBV dibawah 1 berarti nilai pasar saham lebih kecil dari nilai bukunya (*undervalued*). Penentuan ini berdasarkan pada teori yang diungkapkan Husnan (2015:27) “Untuk perusahaan-perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya rasio ini mencapai diatas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai oleh para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan”. Tandelilin (2016:323) juga mengungkapkan hal serupa

“Idealnya, harga pasar saham bank jika dibandingkan nilai buku asetnya akan mendekati saham-saham yang mempunyai rasio harga/nilai buku yang rendah sebaiknya dibeli untuk memperoleh tingkat *return* yang lebih besar pada tingkat risiko tertentu”.

Tabel 2.1
Prosedur Pengambilan Keputusan Investasi
Berdasarkan dengan
Pendekatan *Price Book Value* (PBV)

Keterangan	Kondisi Saham	Keputusan Investasi
PBV > 1	<i>Overvalued</i>	Menjual Saham
PBV = 1	<i>Fairvalued</i>	Menahan Saham
PBV < 1	<i>Undervalued</i>	Membeli Saham

Sumber : Husnan (2015:233)

2.1.5 Pengertian Kepemilikan Perusahaan

Dengan semakin berkembangnya suatu perusahaan, pemilik tidak mungkin melaksanakan semua fungsi yang dibutuhkan dalam pengelolaan suatu perusahaan, karena keterbatasan kemampuan, waktu, dan sebagainya. Dalam kondisi yang demikian perlu menunjuk pihak lain (agen) yang profesional, untuk melaksanakan tugas mengelola kegiatan yang lebih baik.

Made sudana (2016:11) menyatakan struktur kepemilikan merupakan pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Pemilik atau pemegang saham adalah pihak yang menyertakan modal kedalam perusahaan, sedangkan manajer adalah pihak yang ditunjuk pemilik dan diberi kewenangan mengambil keputusan dalam mengelola perusahaan, dengan harapan manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik

Kepemilikan manajerial dan institusional menjadi salah satu solusi dalam menekan dampak negatif dari konflik keagenan. Kepemilikan Manajerial dapat mensejajarkan kepentingan manajemen dan pemilik perusahaan dengan memberi kesempatan pada agent untuk menjadi bagian dari principal sebagai pemegang saham.

2.1.6 Pengertian Kepemilikan Manajerial

Teori keagenan (*agency theory*) memunculkan argumentasi terhadap adanya konflik antara pemilik yaitu pemegang saham dengan para manajer. Konflik tersebut muncul sebagai akibat perbedaan kepentingan diantara kedua belah pihak. Keberadaan manajer

perusahaan mempunyai latar belakang yang berbeda. Pertama pihak yang mewakili pemegang saham institusional, sedangkan kedua, tenaga – tenaga profesional yang diangkat oleh pemegang saham dalam rapat umum pemegang saham, dan pihak yang duduk di jajaran manajemen perusahaan karena turut memiliki saham.

Downes dan Goddman (2000) dalam Sukirni (2016:46), kepemilikan manajerial yaitu : “para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dan pemilik manajer secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan”.

Kepemilikan seorang manajer akan ikut menentukan Kebijakan dan pengambilan keputusan. Manajer dalam hal ini memegang peranan penting karena manajer melaksanakan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan serta pengambilan keputusan. Pengertian manajerial Menurut (Diyah dan Erman, 2017) sebagai berikut bahwa Kepemilikan manajerial adalah proporsi pemegang saham dari manajemen yang secara

aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris).

Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (Diyah dan Erman, 2009). 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.

Kepemilikan manajerial menurut Downes dan Goodman (2000) dalam (Wati, 2019) menyatakan bahwa “kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan”. Oleh karena itu, manajer memegang peranan penting untuk menjalankan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan dan pengambilan

keputusan. Selain itu, menurut Jensen dan Meckling (2016) “struktur kepemilikan manajerial berdasarkan dengan pendekatan keagenan mengasumsikan bahwa struktur kepemilikan manajerial dapat dijadikan suatu alat atau instrumen yang digunakan untuk mengurangi konflik keagenan di antara beberapa klaim terhadap sebuah perusahaan” (dalam (Subagyo, Masruroh, & Bastian, 2018). “Kepemilikan manajerial perusahaan dapat diukur dengan presentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen” (Sujono dan Soebiantoro, 2007 dalam (Subagyo, Masruroh, & Bastian, 2018).

Biasanya manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadi. Sebaliknya pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi tersebut. Dengan adanya kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa kinerja perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan.

Darwis (2016:12) pengertian kepemilikan manajerial adalah “pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris)”. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer yang menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai dari pengambilan keputusan yang salah.

Jensen (2015) menyatakan semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan akan dapat menyatukan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Kepemilikan manajerial memberikan kesempatan manajer terlibat dalam kepemilikan saham sehingga dengan keterlibatan ini kedudukan manajer sejajar dengan pemegang saham. Manajer diperlukan bukan semata sebagai pihak eksternal yang digaji

untuk kepentingan perusahaan tetapi diperlukan sebagai pemegang saham. Sehingga diharapkan adanya keterlibatan manajer pada kepemilikan saham dapat efektif untuk meningkatkan kinerja manajer. Kemudian Imanata dan Satwiko (2011:68) “kepemilikan manajerial adalah merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh pihak manajer atau dengan kata lain manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham”.

Faizal (2011) bahwa pengertian kepemilikan manajerial adalah: tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, diukur oleh proporsi saham yang dimiliki manajer pada akhir tahun yang dinyatakan dalam %. Jadi, dengan kata lain kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham yang dimiliki manajer yang dinyatakan dalam % sehingga manajer sekaligus sebagai pemegang saham.

Kemudian Ni Putu (2012) bahwa kepemilikan manajerial dapat didefinisikan sebagai presentase saham yang dimiliki oleh direktur dan komisaris. Kepemilikan manajerial

merupakan kompensasi yang diberikan perusahaan kepada karyawannya. Secara matematis, nilai kepemilikan manajerial diperoleh dari presentase saham perusahaan yang dimiliki oleh direksi dan komisaris.

Sedangkan Downes dan Goodman (2000) dalam Sukirni (2016) kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Brigham et al (2017), dalam teori keagenan dijelaskan bahwa kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham mungkin bertentangan. Perbedaan kepentingan itulah timbul konflik yang biasanya disebut *agency conflict*.

Untuk menjamin agar para manajer melakukan hal yang terbaik bagi pemegang saham secara maksimal, perusahaan harus menanggung biaya keagenan, berupa :

1. pengeluaran untuk memantau tindakan manajemen,

2. pengeluaran untuk menata struktur organisasi sehingga kemungkinan timbulnya perilaku manajemen yang tidak dikehendaki semakin kecil, dan
3. biaya kesempatan karena hilangnya kesempatan memperoleh laba sebagai akibat dibatasinya kewenangan manajemen sehingga tidak dapat mengambil keputusan secara tepat waktu, yang seharusnya dapat dilakukan jika manajer menjadi pemilik perusahaan atau disebut *managerial ownership*.

Selanjutnya Jensen dan Meckling (2016) dalam Putri (2021) menyatakan bahwa untuk meminimalkan konflik dengan keagenan adalah dengan meningkatkan kepemilikan manajerial dalam perusahaan.

Kemudian Ross et al (1999) dalam Larasati (2011) menyatakan bahwa: “dengan kepemilikan manajerial dalam perusahaan, maka manajemen akan cenderung berusaha meningkatkan kinerja kepentingan untuk kepentingan saham dan kepentingan sendiri”.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial merupakan pemilik saham perusahaan yang berasal dari manajemen yang ikut serta dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian kepemilikan pemegang saham oleh manajer, diharapkan akan berindak sesuai dengan keinginan para principal karena manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja. Besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham.

2.1.7 Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Menurut Sukirni (2016) kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan indikator jumlah presentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dari seluruh jumlah modal saham yang beredar. Kemudian Riduwan dan Sari (2016) pengukuran kepemilikan manajerial dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah Saham dimiliki Manajemen}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100$$

2.1.8 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.

Agency problem bisa dikurangi bila manajer mempunyai kepemilikan saham dalam perusahaan (Jensen dan Meckling dalam Etty, 2016). Kepemilikan saham oleh pihak manajemen akan menyelaraskan kepentingan manajemen dan pemilik perusahaan, sehingga dapat mengurangi konflik keagenan. Kepemilikan manajerial akan mengurangi perilaku manajemen laba. Para manajer akan mendapatkan manfaat langsung dari kepemilikan manajerial yaitu ketepatan dalam pengambilan keputusan karena manajer menyadari bahwa apabila manajer salah dalam pengambilan keputusan, maka akan berdampak pada mereka juga. Tingginya kepemilikan manajerial akan dapat meminimalkan masalah keagenan karena antara kepentingan manajer dan pemegang saham dapat selaras (Wejua, Gary, dan Shiguang, 2011)

Kepemilikan manajerial adalah kondisi yang menunjukkan bahwa manajer memiliki saham dalam perusahaan atau manajer tersebut

sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Rustiarini, 2011). Pihak tersebut adalah mereka yang duduk di dewan komisaris dan dewan direksi perusahaan. Kepemilikan manajerial adalah dimana manajemen memiliki proporsi saham dari perusahaan yang mereka kelola. Dengan adanya sebagian proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen, maka hal tersebut akan menjadikan pihak manajemen bisa merasakan manfaat dari keputusan-keputusan yang diambilnya (Bernandhi, 2013). Begitu pun sebaliknya, risiko-risiko akibat kesalahan pengambilan keputusan juga dapat secara langsung dirasakan dampaknya.

Selanjutnya Jensen dan Meckling mekanisme untuk mengatasi konflik keagenan antara lain dengan meningkatkan kepemilikan *insider* (*insider ownership*), sehingga dapat mensejajarkan kepentingan pemilik dengan manajer. Semakin bertambahnya saham yang dimiliki manajer, melalui kepemilikan manajerial akan memotivasi kinerja manajemen karena mereka merasa memiliki andil dalam perusahaan baik sebagai pengambil keputusan maupun dalam

tanggung jawab atas setiap keputusan yang diambil. Sehingga pada akhirnya kinerja manajemen akan semakin baik dan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan Adri, dkk (2014).

2.1.9 Pengertian Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan lain (Tarjo, 2016). Kepemilikan institusional memiliki arti penting dalam memonitor manajemen karena dengan adanya kepemilikan oleh institusional akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. *Monitoring* tersebut tentunya akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, pengaruh kepemilikan institusional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal.

Kepemilikan institusional dalam struktur kepemilikan memiliki peran monitoring management, kepemilikan institusional merupakan pihak yang paling berpengaruh dalam

pengambilan keputusan karena sifatnya sebagai pemilik saham mayoritas, selain itu kepemilikan institusional merupakan pihak yang memberikan kontrol terhadap manajemen dalam kebijakan keuangan perusahaan.

Selanjutnya Jensen dan Meckling (2000) dalam Permanasari (2015) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki peranan yang sangat penting dalam meminimalisasi konflik keagenan yang terjadi antara manajer dan pemegang saham. Keberadaan investor institusional dianggap mampu menjadi mekanisme monitoring yang efektif dalam setiap keputusan yang diambil oleh manajer. Hal ini disebabkan investor institusional terlibat dalam pengambilan yang strategis sehingga mudah percaya terhadap tindakan manipulasi laba.

Kemudian Tarjo (2016) dalam Sukirni (2016) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga seperti perusahaan, asuransi, perusahaan investasi dan kepemilikan institusi lain. Selanjutnya Wahyudi dan Pawestri (2006), Sulistiani (2013) menyatakan bahwa

kepemilikan institusional adalah proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pemilik institusi dan blockholders pada akhir tahun. Yang dimaksud institusi adalah perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi, maupun lembaga lain yang bentuknya seperti perusahaan. Sedangkan yang dimaksud blockholders adalah kepemilikan individu atas nama perorangan di atas 5% yang tidak termasuk dalam kepemilikan manajerial. Pemegang saham blockholders dimasukkan dalam kepemilikan institusional karena pemegang saham blockholders dengan kepemilikan saham di atas 5% memiliki tingkat keaktifan lebih tinggi dibandingkan pemegang saham institusional dengan kepemilikan saham di bawah 5%.

Institusional merupakan sebuah lembaga yang memiliki kepentingan besar terhadap investasi yang dilakukan termasuk investasi saham. Sehingga biasanya institusi menyerahkan tanggung jawab pada divisi tertentu untuk mengelola investasi perusahaan tersebut. Karena institusi memantau secara profesional perkembangan investasinya maka tingkat

pengendalian terhadap tindakan manajemen sangat tinggi sehingga potensi kecurangan ditekan. Investor institusi dapat dibedakan menjadi dua yaitu investor aktif dan investor pasif.

Investor aktif ingin terlibat dalam pengambilan keputusan manajerial, sedangkan investor pasif tidak terlalu ingin terlibat dalam pengambilan keputusan manajerial. Keberadaan institusi inilah yang mampu menjadi alat monitoring efektif bagi perusahaan.

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pihak institusi lain yaitu kepemilikan oleh perusahaan atau lembaga lain. Kepemilikan saham oleh pihak - pihak yang terbentuk institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain. Kepemilikan institusional merupakan suatu alat yang dapat digunakan untuk mengurangi agency conflict.

Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif. Dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi maka akan menimbulkan usaha

pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku oportunistik yang dilakukan oleh pihak manajer serta dapat meminimalisir tingkat penyelewengan – penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan.

Nabela (2016:2) definisi kepemilikan institusional adalah merupakan proporsi saham yang dimiliki institusi pada akhir tahun yang diukur dengan presentase.

Menurut Nuraini (2017) kepemilikan institusional adalah presentase saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, dana pensiun, atau perusahaan lain). Dengan kata lain, kepemilikan institusional merupakan proporsi saham yang dimiliki pihak institusi seperti perusahaan asuransi, dana pensiun atau perusahaan lain yang diukur dengan presentase yang dihitung pada akhir tahun.

Dalam hubungannya dengan fungsi monitoring, investor institusional diyakini memiliki kemampuan untuk memonitoring tindakan manajemen lebih baik dibandingkan investor

individual. Kepemilikan institusional mewakili suatu sumber kekuasaan (source of power) yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap keberadaan manajemen.

Kepemilikan institusional menurut Darwis (2016) bahwa pemegang saham dari pihak institusi seperti bank, lembaga asuransi, perusahaan investasi dan institusi pemerintah lainnya. Kemudian Kristianto (2010) dalam Putu (2013) bahwa Kepemilikan institusional merupakan Proporsi pemegang saham yang dimiliki oleh pemilik institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan lain kecuali anak perusahaan dan institusi lain yang memiliki hubungan istimewa (perusahaan afiliasi dan perusahaan asosiasi) atas laporan yang dibuat menurut data di Jakarta Stock Exchange serta kepemilikan saham oleh pihak blockholders yaitu saham yang dimiliki perseroan diatas 5% selama tiga tahun berturut - turut tetapi tidak termasuk dalam golongan kepemilikan insider.

Dari pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa, kepemilikan institusional merupakan

kepemilikan hak suara yang dimiliki institusional yang terdiri dari pemilik institusi dan blockholders.

2.1.10 Pengukuran Kepemilikan Institusional

Menurut Sukirni (2016) kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan indikator jumlah presentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi dari seluruh jumlah modal saham yang beredar. Menurut Riduwan dan Sari (2013) sebagai berikut:

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah Saham Institusi}}{\text{Jumlah saham beredar}} \times 100\%$$

2.1.11 Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.

Kepemilikan institusional mempunyai arti penting dalam memonitor manajemen dalam mengelola perusahaan. Menurut Sofyaningsih dan Pancawati (2011) meningkatkan kepemilikan institusional menjadikan fungsi pengawasan akan berjalan secara efektif dan menjadikan manajemen semakin berhati-hati dalam memperoleh dan mengelola pinjaman (hutang), karena jumlah hutang yang semakin meningkat akan

menimbulkan *financial distress*. Oleh karena itu, dengan adanya hal tersebut maka dapat meningkatkan nilai perusahaan karena mencegah pemborosan oleh manajemen.

Balsam et al. dalam Vinola (2017) menemukan hubungan yang negative antara *discretionary accrual* yang tidak diekspektasi dengan imbalan hasil di sekitar tanggal pengumuman karena investor institusional mempunyai akses atas sumber informasi yang lebih tepat waktu dan relevan sehingga dapat mengetahui keberadaan pengelolaan laba lebih cepat dan lebih mudah dibandingkan investor individual.

Adanya kepemilikan institusional artinya bahwa manajemen akan mendapat pengawasan dalam operasional perusahaan sehingga pengambilan keputusan perusahaan pun akan lebih efektif dan efisien. Hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dimaksudkan untuk mempertahankan kredibilitas dari laporan keuangan dan perlindungan terhadap perilaku seperti manajemen laba. Pemantauan yang efektif

oleh kepemilikan institusional akan menghubungkan antara kompensasi dengan kinerja. Apabila kompensasi tidak dikaitkan dengan ukuran kinerja seperti laba, maka akan mengurangi manajemen laba (Jiambavo et al., (2015).

Institusi memantau secara profesional perkembangan investasinya sehingga tingkat pengendalian terhadap tindakan manajemen sangat tinggi yang pada akhirnya potensi kecurangan dapat ditekan (Etty, 2009). Jiambavo et al. (2015) menyatakan bahwa kepemilikan institusional ingin mempertahankan kredibilitas dari laporan keuangan perusahaan dan perlindungan terhadap perilaku seperti manajemen laba. Pemantauan yang efektif oleh kepemilikan institusional akan mengurangi kompensasi terkait dengan kinerja. Apabila kompensasi tidak dikaitkan dengan ukuran kinerja seperti laba, maka akan mengurangi manajemen laba.

2.1.12 Pengertian *Corporate Social Responsibility*.

Wati, (2019) mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarga serta komunitas dan masyarakat luas pada umumnya dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan stakeholder berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan”. (Wati, 2019) menerangkan “untuk menjaga komitmen perusahaan tersebut, perusahaan harus menjaga hubungan dengan para stakeholder nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan stakeholder terutama stakeholder yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain”. Upaya yang digunakan perusahaan dalam mempertahankan hubungan dengan pemegang saham ialah salah satunya pengungkapan informasi sosial dan lingkungan (Wati, 2019).

Proses perhitungan untuk pengungkapan Corporate Social Responsibility yang di ukur yaitu dengan cara memeriksa laporan Corporate Social Responsibility suatu perusahaan.yang terdapat.pada laporan.tahunan. Menurut Global Reporting Initiative dalam (Aulia, 2017) menyatakan tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility pada laporan tahunan perusahaan yang dinyatakan dalam Corporate Social Responsibility Index (CSRI) yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan yang disyaratkan oleh GRI. Dasar sustainability reporting”yang terdiri dari 3 fokus yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial merupakan standar dari GRI yang dijadikan sebagai kategori indikator pengungkapan Corporate Social Responsibility sejumlah 79 item.

Bowen dalam Suwanto (2017), mendefinisikan Corporate Social Responsibility sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Menurut The World

Business Council for Sustainable Development dalam Totok Suwanto (2017), Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

2.1.13 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Pengungkapan secara sederhana dapat diartikan sebagai penyampaian informasi yang ditunjukkan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility disclosure) adalah supaya perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan corporate social responsibility dapat diungkapkan perusahaan

dalam bentuk media laporan tahunan (Annual Report) perusahaan yang berisi laporan corporate social responsibility selama kurun waktu satu tahun berjalan (septiana & Fitria, 2014).

Pengungkapan dilakukan guna untuk mempengaruhi pihak investor dalam pengambilan keputusan investasi. Berkaitan dengan keputusan investasi investor tidak hanya memerlukan informasi keuangan saja melainkan juga berkaitan dengan informasi non-keuangan yang dilakukan oleh perusahaan.

2.1.14 Pengukuran *Corporate Social Responsibility*.

Pengukuran atas *corporate social responsibility* dilakukan dengan cara melakukan pengungkapan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Menurut Rusdin (2016) mengacu pada penelitian Hanifa *et.al*, (2005), pengukuran variabel CSRI menggunakan *content analysis* yang mengukur *variety* dari CSRI. Metode *content analysis* adalah salah satu metode pengukuran CSRI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian

sebelumnya. *Content analysis* merupakan metode yang mengubah informasi kualitatif menjadi informasi kuantitatif sehingga dapat diolah dalam perhitungan statistik. Lindenmann (2013) mendefinisikan *content analysis* sebagai berikut: *A means for taking messages that are conveyed as part of the communication process, coding and classifying them as precisely.*

Patmawati (2017) pengukuran *Corporate Social Responsibility* menggunakan *CSR Index* (CSRI). Item-item pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian mengacu pada indikator pengungkapan tanggung jawab sosial yang digunakan berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) versi G4. Patmawati (2017) dan Rusdin (2016) pendekatan untuk menghitung CSRI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam *instrument* penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. (Haniffa *et al*, 2005 dalam

Patmawati, 2017). Berikut rumus untuk mendapatkan nilai CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan :

CSDI :corporate social responsibility disclosure index Perusahaan j

Xj : jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

Nj : jumlah item pengungkapan CSR

Dengan demikian, $0 < CSRDI < 1$

Dari pengungkapan yang dilakukan perusahaan mengenai CSR, makadapat dilihat sejauh mana perusahaan tersebut menjalankan CSR dan bagaimana pengungkapannya, apakah tergolong pada Corporate Philanthropy, Corporate Responsibility atau Corporate Policy

Pengungkapan CSR menggunakan pedoman ISO 26000, dengan demikian akan memudahkan perusahaan dalam menetapkan kriteria pengungkapan CSR. Berdasarkan penjabaran indikator ISO 26000 terdapat 37 item *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Pedoman ISO 26000 mengukur intensitas CSR

yang dapat dilihat di *annual report*.

Pengukuran ISO 26000 menggunakan variabel *dummy*, dimana jika perusahaan mengungkapkan item pengungkapan CSR dalam laporan tahunan maka diberi skor 1 (satu), namun jika perusahaan tidak mengungkapkan item pengungkapan CSR dalam laporan tahunan maka diberi skor 0 (nol). Rumus pengukurannya yaitu: (Kusumawardani, 2017)

$$CSRDI = \frac{\text{Jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{\text{Jumlah item informasi CSR menurut ISO 2600}}$$

2.1.15 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya, dan akan menjadi beban yang mengakibatkan pendapatan perusahaan berkurang sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. 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 peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial di lingkungan sekitar (Rimba, 2016).

Ni Wayan (2015) menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini memberikan arti bahwa para investor di Indonesia telah mempertimbangkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga kebutuhan mengenai informasi tanggung jawab sosial merupakan salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. *Corporate Governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *Good Corporate Governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan

Corporate Social Responsibility merupakan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk mengimplementasikan dan mengungkapkan aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan.

2.1.16 Penelitian Terdahulu

Khairaningrum Mulyanti, Mutia Nurfadhillah, 2021. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bei Untuk Tahun 2017-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan CSR berpengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian secara simultan bahwa kepemilikan manajerial dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Putri Adelia, 2021. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Likuiditas, *Growth Opportunity* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang

Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Pada Tahun 2016 – 2019. Hasil pengujian memperlihatkan bahwa Kepemilikan Manajerial secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Kepemilikan Institutional secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Likuiditas secara parsial tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, *Growth Opportunity* secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan, dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan. Pengujian secara simultan . Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institutional, Likuiditas, *Growth Opportunity*, dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Friko Allan Kevin Tambalean, 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial dan institusional terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional diukur dengan persentase kepemilikan saham manajemen dan institusi dalam perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan Price to Book Value ratio.

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 60 perusahaan pada tahun 2016 dan 2017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Suparlan, 2019. Analisis Pengaruh Kepemilikan Institutional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Proporsi Dewan Komisaris Independen Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien regresi variabel Kepemilikan institusional sebesar 0.615. Nilai *t* hitung sebesar 0.819 dengan tingkat signifikansi $0.419 > 0,05$. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

perusahaan dengan nilai koefisien regresi variabel Kepemilikan manajerial sebesar 1.68. Nilai t hitung sebesar 3.125 dengan tingkat signifikansi $0,004 < 0,05$

Rifka Ilmaniyah, 2020. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepemilikan publik berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun secara serempak kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan kepemilikan publik berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Yosef Aristo Besin Leon, 2019 Analisis Perhitungan Variabel-Variabel Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Yang Menggunakan Metode Rasio Tobin's Q (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Food And Beverage Yang Terdaftar Di (BEI). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Desita Riyanta Mitra Karina, 2020. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

2.2 Kerangka Pemikiran

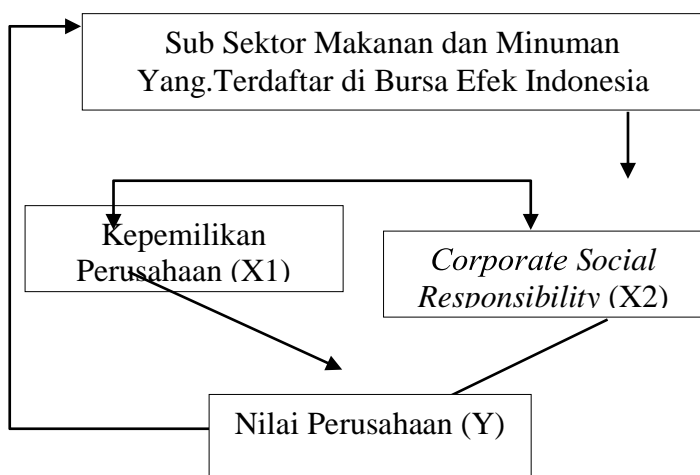
Nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemilik saham, karena meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat, dan ini adalah tugas dari manajer sebagai agen yang telah diberi kepercayaan oleh para pemilik perusahaan untuk menjalankan perusahaannya.

Struktur kepemilikan merupakan pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Pemilik atau pemegang saham adalah pihak yang menyertakan modal kedalam perusahaan, sedangkan manajer adalah pihak yang

ditunjuk pemilik dan diberi kewenangan mengambil keputusan dalam mengelola perusahaan, dengan harapan manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik

CSR merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarga serta komunitas dan masyarakat luas pada umumnya dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan stakeholder berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan.

Dari penjelasan tersebut maka dibuat gambar kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah dan kerangka pemikiran diatas maka hipotesis yang diajukan penulis yaitu :

4. Kepemilikan Perusahaan (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (X2) secara *simultan* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.
5. Kepemilikan Perusahaan (X1) secara *parsial* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.
6. *Corporate Social Responsibility* (X2) secara *parsiali* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan kerangka pemikiran seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka yang menjadi objek penelitian ini adalah Kepemilikan Perusahaan (X1) dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X2), dan Nilai Perusahaan (Y), lokasi penelitian pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Go Publik* Di Bursa Efek Indonesia, periode penelitian tahun 2018 sampai dengan tahun 2020.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian Yang Digunakan

Dalam melakukan penelitian ini penulis memilih jenis penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan kata-kata atau kalimat dan gambar serta angka-angka dengan memakai sampel dan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok.

Menurut Surachman dalam Mustafa (2003:19) bahwa penelitian deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang sistematis,

factual dan akurat serta obyektif tentang hubungan antara variabel dan mengenai fakta-fakta dan sifat populasi kemudian dengan cara menggambarkan dan menganalisis bukti fakta atau data-data yang ada untuk kemudahan diinterpretasikan selanjutnya diperoleh konklusif yang kuat.

Untuk mendukung penelitian ini penulis mengumpulkan data-data laporan keuangan dari website yang tersedia pada www.idx.go.id. Hal ini untuk memudahkan penulis dalam penentuan jumlah sampel yang akan diambil dalam menganalisis data

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Didalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel bebas (*dependen variabel*) dan suatu variabel tidak bebas (*independen variabel*) penelitian yaitu :

1. *Independen Variabel* (X)

- a. Kepemilikan merupakan pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan yang diukur dengan kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial.
- b. Pengungkapan CSR merupakan penyampaian informasi yang ditunjukkan

bagi pihak-pihak yang berkepentingan, pengukurannya berpedoman pada ISO 26000.

2. Variabel Dependen (Y)

Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap kemampuan suatu entitas bisnis dalam menggunakan dan mengolah segala sumber daya yang dimiliki. Perusahaan yang memiliki kinerja baik tentunya akan menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi. Yang diukur dengan *Price Earning Ratio* (PER) dan *Price Book Value* (PBV).

variabel-variabel penelitian dapat digambarkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 3.1 :
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Tbk.	Skala
<i>Kepemilikan Perusahaan</i> (X1)	1. Kepemilikan Institusional	7. Mayora Indah Tbk.	Rasio
	2. Kepemilikan Manajerial	8. Nippon Indosat Corpindo	
<i>Pengungkapan CSR</i> (X2)	1. ISO 26000	9. Sekar Bumi Tbk.	Rasio
		10. Sekar Laut Tbk.	
Nilai Perusahaan (Y)	1. <i>Price Earning Ratio</i>	11. Siantar Top Tbk.	Rasio
	2. <i>Price Book Value</i>		

Sumber : Fahmi (2013:289), Rahardjo (2007:35)

3.2.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Usman dalam Ardianto (2015) “Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, dari karakteristik tertentu

mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas”. Kemudian Sampel yaitu sebagian untuk diambil dari keseluruhan objek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Penelitian ini populasi dan sampel yang diambil adalah laporan keuangan Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Go Publik Di Bursa Efek Indonesia, periode 2018-2020

Tabel 3.2 Jumlah Populasi dan Sampel
Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman di
BEI

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	Tri Banyan Tirta Tbk.	ALTO
2	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	CEKA
3	Delta Djakarta Tbk.	DLTA
4	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	ICBP
5	Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF
6	Multi Bintang Indonesia Tbk.	MLBI
7	Mayora Indah Tbk.	MYOR
8	Nippon Indosat Corpindo	ROTI
9	Sekar Bumi Tbk.	SKBM
10	Sekar Laut Tbk.	SKLT
11	Siantar Top Tbk.	STTP
12	Ultrajaya Milk Industry Tbk.	ULTJ

Sumber : Bursa Efek Indonesia, idx.co.id

3.2.4 Sumber dan Cara Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder :

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data. Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari para responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran angket/kuisisioner.

Data sekunder berupa data dan informasi penunjang penelitian, didapat dan diolah dari sumber intern yakni Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Go* Publik di Bursa Efek Indonesia, maupun dari sumber ekstern lain yang relevan dan diperoleh melalui literatur, jurnal, serta publikasi hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan topik bahasan penelitian.

Untuk memperoleh kedua data tersebut yang diperlukan dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara :

3.2.4.1 Penelitian Lapangan

Untuk memperoleh data primer yang merupakan data yang langsung diperoleh dari Sub

Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, digunakan metode penelitian lapangan (Field Research) dengan teknik pengumpulan data, berupa laporan keuangan Sub Sektor Makanan dan Minuman melalui Webside Publik di Bursa Efek Indonesia (idx.co.id).

3.2.4.2 Penelitian Kepustakaan

Penelitian Kepustakaan diperlukan untuk mendapatkan data skunder untuk melengkapi data primer yang ada. Data skunder diperoleh dari literatur, jurnal dan buku.

3.2.5 Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu metode yang dilakukan dengan melakukan klarifikasi dan kategorisasi bahan-bahan tertulis berhubungan dengan masalah penelitian yang mempelajari dokumen-dokumen atau data yang diperlukan, dilanjutkan dengan pencatatan dan perhitungan. Data dokumentasi tersebut berupa laporan keuangan dari 6 (enam) perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang *Go* Publik di Bursa

Efek Indonesia yang terdiri atas laporan neraca, laporan rugi laba perusahaan.

3.2.6 Pengujian Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik di gunakan untuk mengetahui apakah hasil analisis regresi linier berganda yang di gunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini terbebas dari

1. Uji Normalitas

Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial). Dengan kata lain, uji normalitas adalah uji untuk mengetahui apakah data empirik yang didapatkan dari lapangan itu sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dalam kasus ini, distribusi normal. Dengan kata lain, apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas yaitu adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu

- a. Dengan melihat nilai inflation factor (VIF) pada model regresi,
- b. Dengan membandingkan nilai koefisien determinasi individual dengan nilai determinasi secara serentak.
- c. Dengan melihat nilai eigenvalue dan condition index. Pada pembahasan ini akan dilakukan uji multikolinearitas dengan melihat nilai inflation factor(VIF) pada model regresi dan membandingkan nilai koefisien determinasi individual dengan nilai determinasi secara serentak. Menurut Santoso (2001), pada umumnya jika VIF lebih besar dari 5, maka variabel tersebut mempunyai persoalan multikolinearitas dengan variabel bebas lainnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yaitu adanya

ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Ada beberapa metode pengujian yang bisa digunakan diantaranya yaitu Uji Park, Uji Glesjer, Melihat pola grafik regresi, dan uji koefisien korelasi Spearman.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya autokorelasi dalam model regresi. Metode pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang

- berarti tidak ada autokorelasi.
- Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti. Nilai dU dan dL dapat diperoleh dari tabel statistik Durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan. Sebagai contoh kasus kita mengambil contoh kasus pada uji normalitas pada pembahasan sebelumnya. Pada contoh kasus tersebut setelah dilakukan uji.
- normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas maka selanjutnya akan dilakukan pengujian autokorelasi.

3.2.7. Uji Regresi Berganda

Seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen dihitung dengan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

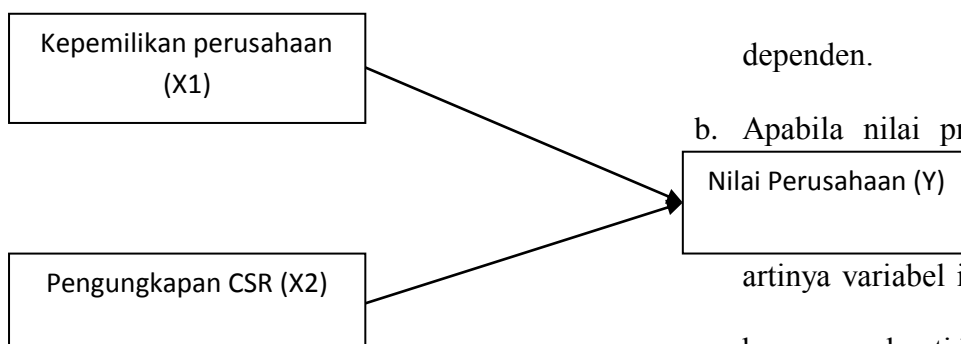
a = Konstanta

$b_1 - b_2$ = koefisien regresi berganda

X_1 = Kepemilikan Perusahaan

X_2 = Pengungkapan CSR

e = error term



Gambar 3.1 Pengaruh X ke Y

variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Kriteria pengujian t adalah sebagai berikut :

a. Apabila nilai probabilitas signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima yang artinya variabel independen secara *parsial* berpengaruh *signifikan* terhadap variabel dependen.

b. Apabila nilai probabilitas signifikansi > 0,05 maka hipotesis tidak diterima yang artinya variabel independen secara *parsial* berpengaruh tidak *signifikan* terhadap variabel dependen.

3.2.8 Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan uji signifikansi parameter individual (uji parsial t), signifikansi simultan (Uji F), uji determinasi, dan analisis regresi berganda.

1. Uji Parsial (Uji – t)

Menurut Ghazali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual apakah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

2. Uji Simultan (Uji – F)

Menurut Ghazali (2016) uji statistik F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen

dengan melihat nilai signifikansi F. Tingkat pengujian F adalah sebagai berikut :

a. Apabila nilai probabilitas signifikansi < 0,05 maka hipotesis diterima yang artinya variabel

independen secara *parsial* berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Apabila nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis tidak diterima yang artinya variabel independen secara *parsial* berpengaruh tidak terhadap variabel dependen.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. R^2 menyatakan koefisien determinasi atau seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Tingkat ketepatan regresi dinyatakan dalam koefisien determinasi majemuk (R^2) yang nilainya antara 0 sampai dengan 1. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel independen. Sedangkan untuk nilai r^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. r^2 menyatakan koefisien determinasi atau seberapa

besar pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:87).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Sektor industri yang bergerak dibidang barang dan konsumsi menjadi sektor yang paling banyak berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi indonesia. Sektor ini sangat dibutuhkan karena berkaitan dengan kebutuhan pokok masyarakat indonesia. Sektor industri barang konsumsi dibagi menjadi lima bagian sub sektor yaitu : a). Sub sektor makanan dan minuman, b). Sub sektor rokok, c). Sub sektor farmasi, d). Sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga, dan e). Sub sektor peralatan rumah tangga. Dalam penelitian ini yang digunakan adalah pada sub sektor makanan dan minuman.

Perusahaan industri makanan dan minuman adalah perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi produk-produk konsumsi yang selanjutnya akan dijual kepada konsumen. Berikut ini daftar nama-nama perusahaan yang termasuk

pada industri makanan dan minuman sebagaimana pada tabel berikut ini :

Tabel 4.1

Daftar Perusahaan Industri Sub Sektor Makanan dan Minuman BEI

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
2	Tri Banyan Tirta Tbk.	ALTO
3	Campina Ice Cream Industry Tbk.	CAMP
4	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.	CEKA
5	Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
6	Wahana Interfood Nusantara Tbk	COCO
7	Delta Djakarta Tbk.	DLTA
8	Diamond Food indonesia Tbk	DMND
9	Sentra Food indonesia Tbk	FOOD
10	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
11	Buyung Poetra Sembada Tbk	HOKO
12	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	ICBP
13	Era Mandiri Cemerlang Tbk	IKAN
14	Mulia Boga Raya Tbk	KEJU
15	Indofood Sukses Makmur Tbk.	INDF
16	Multi Bintang Indonesia Tbk.	MLBI
17	Mayora Indah Tbk.	MYOR
18	Pratama Abadi Nusa Industri Tbk	PANI
19	Prima Cakrawala Abadi Tbk	PCAR
20	Prashida Aneka Niaga Tbk	PSDN
21	Palma Serasih Tbk	PSGO
22	Nippon Indosari Corpindo Tbk.	ROTI
23	Sekar Bumi Tbk.	SKBM
24	Sekar Laut Tbk.	SKLT

25	Siantar Top Tbk.	STTP
26	Ultrajaya Milk Industry Tbk.	ULTJ

4.2 Deskriptif Data Objek Penelitian

4.2.1 Deskriptif Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang sektor industri barang konsumsi sub sektor industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 sampai dengan periode 2020 yang berjumlah 26 Perusahaan. Penarikan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yaitu a). perusahaan tidak menderita kerugian selama periode pengamatan; b). Memiliki data laporan keuangan yang lengkap.

Dari 26 jumlah perusahaan, Terdapat 19 data laporan keuangan tahunan yang dijadikan sampel, dan terdapat laporan keuangan yang memiliki data outlier 3 perusahaan sehingga total sampel yang digunakan adalah 16 perusahaan. Hasil dari proses penentuan sampel dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini.

Tabel 4.1 Perhitungan Jumlah Sampel

Penelitian

No	Keterangan	Jumlah
1.	Populasi laporan keuangan tahunan 26 x 3 Tahun	78
2.	Data laporan keuangan yang tidak lengkap 7 x 3 Tahun	21
3	Data yang outlier 3 x 3 Tahun	9
	Jumlah sampel yang digunakan	48

Sumber : Data olahan laporan keuangan bulanan PT Bank

Syariah Mandiri Tbk.

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel

Penelitian

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskripsi dari seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel tersebut adalah variabel Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajer, Pengungkapan CSR, dan Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil olahan data statistik dengan menggunakan SPSS 18 maka dapat ditampilkan hasil analisis deskriptif dari seluruh variabel penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.1

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KI	48	12,23	94,26	58,8761	25,09589
KM	48	,00	84,96	17,5894	23,18816
CSR	48	,11	,41	,2286	,08407
PER	48	,48	52,17	22,5329	13,18423

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
KI	48	12,23	94,26	58,87
KM	48	,00	84,96	17,58
CSR	48	,11	,41	,22
PER	48	,48	52,17	22,53
Valid N (listwise)	48			

Sumber : Data sekunder yang dioleh dengan SPSS

Catatan :

KI = Kepemilikan Institusional

KM = Kepemilikan Manajer

CSR = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

PER = *Price Earning Ratio*

4.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan oleh institusi yang dapat digunakan untuk melakukan pengontrolan terhadap kinerja para manajemen dalam suatu perusahaan. Kepemilikan institusi diukur dengan menggunakan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh institusi terhadap seluruh jumlah saham yang dimiliki oleh perusahaan.

analisis statistik deskriptif kepemilikan institusional sebagaimana ditunjukkan pada tabel bahwa dari 48 sampel data

laporan keuangan maka nilai terendah dari kepemilikan institusional sebesar 12,23%. Sedangkan nilai tertinggi yaitu mencapai angka 94,26% dengan nilai rata-rata kepemilikan saham institusional sebesar 58,87% sedangkan sisanya dimiliki oleh masyarakat dan pihak manajer.

4.2.2.2 Analisis Deskriptif Variabel

Kepemilikan Manajer

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham perusahaan oleh pihak pengelola perusahaan yaitu pihak manajer. Kepemilikan manajerial diukur dengan menggunakan persentase jumlah saham yang dimiliki oleh manajer terhadap seluruh jumlah saham yang dimiliki oleh perusahaan atau saham yang beredar

Hasil analisis statistik deskriptif kepemilikan manajerial sebagaimana ditunjukkan pada tabel bahwa dari 48 sampel data laporan keuangan maka nilai terendah dari kepemilikan manajerial sebesar 0,00%. Sedangkan nilai tertinggi yaitu mencapai angka 84,96% dengan nilai rata-rata kepemilikan saham manajerial sebesar 17,58% sedangkan sisanya dimiliki oleh masyarakat dan pihak institusional.

4.2.2.3 Analisis Deskriptif Variabel

Pengungkapan CSR

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) bertujuan untuk melihat sejauh mana ketaatan perusahaan terhadap masalah sosial, dan lingkungan dalam suatu periode akuntansi. Pengungkapan ini juga berguna untuk memengaruhi pihak investor dalam pengambilan keputusan investasi. pengukuran CSR menggunakan cara konten analisis. Metode ini akan mengubah informasi kualitatif menjadi informasi kuantitatif sehingga dapat diolah secara statistik.

Hasil analisis statistik deskriptif CSR sebagaimana ditunjukkan pada tabel bahwa dari 48 sampel data laporan keuangan maka nilai terendah dari pengungkapan CSR sebesar 0,11 atau (11%). Sedangkan nilai tertinggi yaitu mencapai angka 0,41 atau 41% dengan nilai rata-rata CSR sebesar 0,22 atau 22%.

4.2.2.4 Analisis Deskriptif Variabel Price

Earning Ratio (PER)

Pengukuran PER berguna untuk melihat sejauh mana pasar modal menilai kinerja

perusahaan yang tercermin dalam earning persharenya. PER menunjukkan hubungan antara pasar saham biasa dengan earning pershare. Atau dengan kata lain rasio yang digunakan untuk menilai mahal atau murahnya saham berdasarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba.

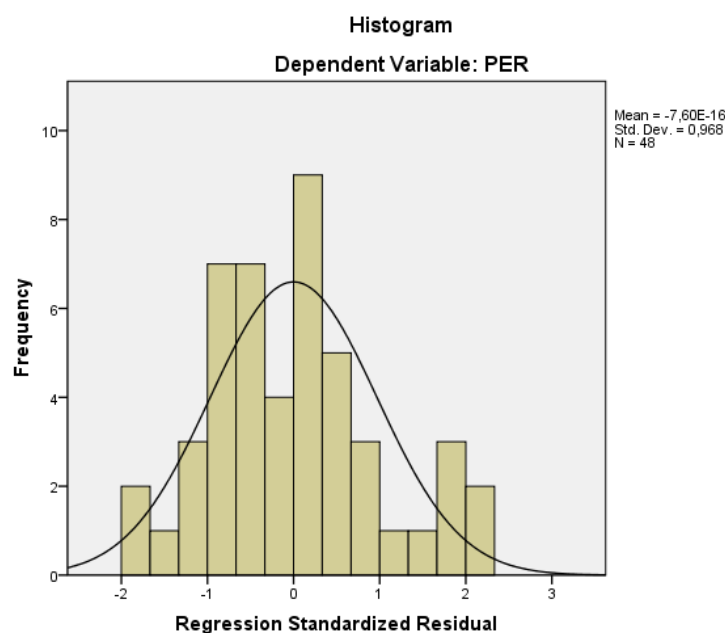
Hasil analisis statistik deskriptif PER sebagaimana ditunjukkan pada tabel bahwa dari 48 sampel data laporan keuangan maka nilai terendah dari PER sebesar 0,48 kali. Sedangkan nilai tertinggi yaitu mencapai angka 52,17 kali dengan nilai rata-rata PER sebesar 22,53.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh model regresi yang memberikan hasil regresi yang baik yaitu *Best Linier Unbiased Estimate* (BLUE). Model regresi dikatakan *BLUE* apabila memenuhi syarat pengujian asumsi dasar klasik dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) diantaranya adalah data terdistribusi secara normal, tidak terdapat autokorelasi, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas. Berikut ini penjelasan mengenai uji asumsi klasik tersebut sebagai berikut;

4.3.1 Uji normalitas

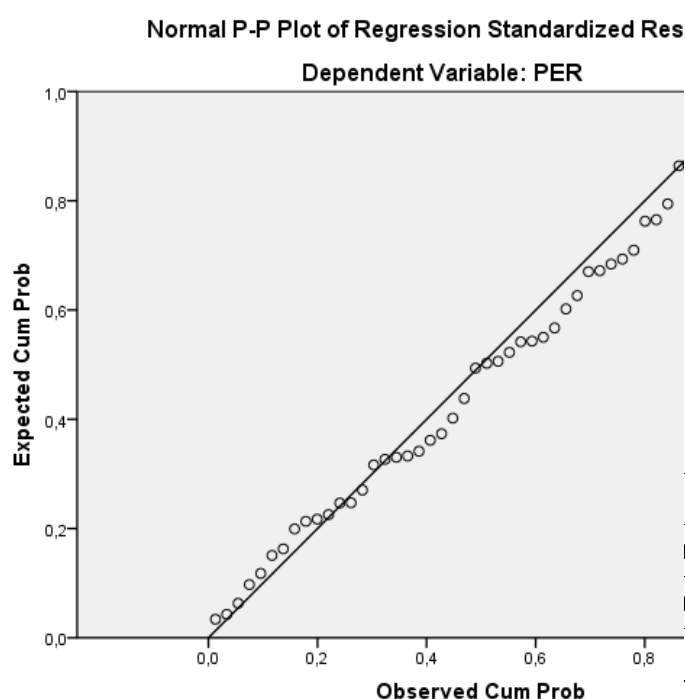
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Berdasarkan normalitas data dengan analisis grafik histogram sebagaimana yang ditunjukkan pada gambar 4.3 menunjukkan pola gambar dari grafik tersebut yang tidak terlalu menceng kekanan atau menceng kekiri yang menunjukkan pola distribusi data adalah normal.



Gambar 4.3. Hasil pengujian asumsi normalitas
Grafik histogram

Uji normalitas data ini dapat dibuktikan dengan uji *normal probability plot residual*

sebagaimana tampak pada gambar 4.4 Gambar tersebut menunjukkan bahwa data telah terdistribusi secara normal di mana terlihat garis observasi mendekati dan mengikuti arah garis diagonalnya.



Gambar 4.4 Hasil pengujian asumsi normalitas grafik normal P-P Plot Residual

4.3.2 Uji multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi

antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas, dapat dilihat dari nilai *tolerance*, dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Multikolonieritas dapat dilihat dengan membandingkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Multikolonieritas terjadi apabila nilai *tolerance* < 0.10 dan nilai VIF > 10. Hasil pengujian multikolinearitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Pengujian Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
n Institusional (KI)	.430	2,3
n Manajerial (KM)	.402	2,4
ocial Responsibility (CSR)	.886	1,1

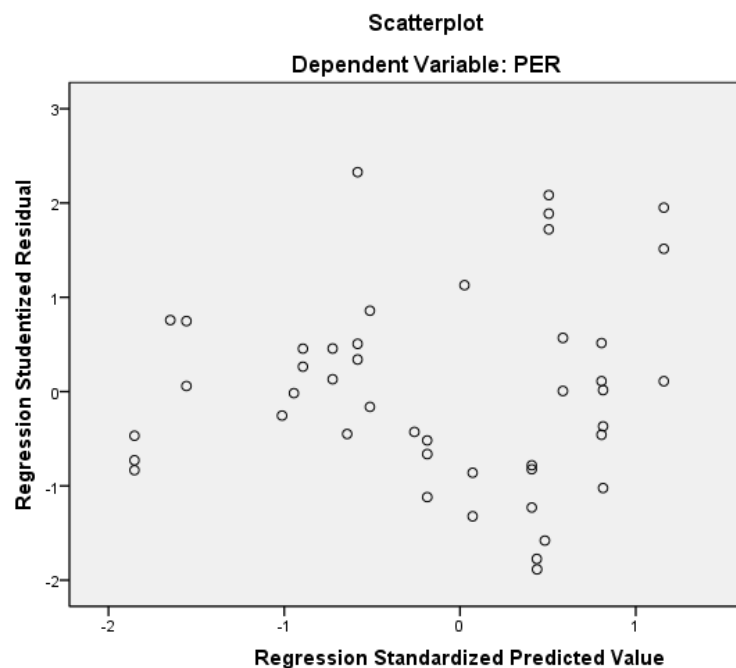
Hasil pengujian multikolinieritas menunjukkan bahwa persamaan regresi telah lolos uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* tidak ada yang di bawah 0.10 dan nilai VIF tidak ada yang di atas 10.

4.3.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu

pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan cara, yaitu dengan melihat grafik *plot* untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas.

Hasil uji asumsi homoskedastisitas dengan uji grafik dapat dilihat pada grafik *scatterplots* yang menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (homoskedastisitas), hal ini nampak di mana titik-titik observasi tersebar secara acak di sekitar titik nol pada sumbu Y.



Gambar 4.5 Hasil pengujian *scatterplots*

4.4 Regresi Berganda

Setelah model dalam penelitian ini dinyatakan lolos uji asumsi klasik, maka langkah selanjutnya adalah melakukan regresi untuk menguji semua hipotesis penelitian. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda karena menggunakan lebih dari satu variabel X yaitu variabel Kepemilikan Institusional (X1), Kepemilikan Manajerial (X2), Pengungkapan

Corporate Social Responsibility (X3, dan variabel (Y) Price Earning Ratio (PER).

4.5 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

4.5.1 Analisis Data

Penelitian ini bertujuan mengetahui Pengaruh Kepemilikan Perusahaan dan Pengungkapan CSR secara simultan dan parsial terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia periode 2018 dan 2020. Data penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS 17 dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda

4.5.2 Pengujian Hipotesis

4.5.2.1 Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen memengaruhi variabel dependen secara signifikan. Pengujian ini menggunakan uji F, yaitu dengan membandingkan antara nilai signifikansi pada tabel *anova* dengan nilai signifikansi yang digunakan yaitu pada level $\alpha = 0.05$ (5%).

Tabel 4.9 Pengujian Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^b				
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares
1	Regression	2334,081	3	778,027
	Residual	5835,644	44	132,628
	Total	8169,725	47	

a. Predictors: (Constant), CSR, KI, KM

b. Dependent Variable: PER

Sumber : Data Olahan SPSS 17

Tabel di atas menunjukkan hasil perhitungan statistik pada tabel anova dengan nilai sig sebesar 0.002 (0,2%) masih lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai sig yang ditetapkan yaitu 0,05 (5%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen Kepemilikan Institusional (X1), Kepemilikan Manajerial (X2), Pengungkapan CSR (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan (Y) karena nilai sig pada tabel anova < dari nilai alpha 5%. Dengan demikian, model yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4.5.2.2 Koefisien Determinasi.

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil pengujian tersebut disajikan pada tabel *model summary* berikut ini;

Tabel 4.10 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,535 ^a	,286	,237	11,154	1,555

a. Predictors: (Constant), CSR, KI, KM

b. Dependent Variable: PER

Sumber : Data Olahan SPSS 17

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat dilihat bahwa nilai *R square* adalah sebesar 0,286 atau 28,60%. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi variabel independen kepemilikan perusahaan dan CSR yang dapat disumbangkan untuk perubahan variasi variabel terikat nilai perusahaan adalah sebesar 0,286 atau 28,60% dan sisanya sebesar 0,714 atau 71,40% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model. Sedangkan nilai korelasinya (R) besarnya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen adalah

sebesar 0,535 atau 53,50% dan termasuk dalam kategori cukup kuat.

Tabel 4.11 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,40 – 0,59	Cukup kuat
0,20 – 0,39	Rendah
0,00 – 0,19	Sangat rendah

4.5.2.3 Uji Signifikansi parsial (Uji T)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial memengaruhi variabel dependen secara signifikan. Untuk pengujian secara parsial ini digunakan uji-t. Hasil perhitungan statistik pada pengujian parsial ditunjukkan pada tabel berikut ini.

Tabel 4.12 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
	B	Std. Error	Beta	
1 (Constant)	-14,489	9,459		-1,532
KI	,314	,102	,597	3,073
KM	,413	,105	,789	3,928
CSR	49,342	21,233	,315	2,324

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Partial	Correlation
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-14,489	9,459		-1,532	,133		
KI	,314	,102	,597	3,073	,004	,430	2,327
KM	,413	,105	,789	3,928	,000	,402	2,488
CSR	49,342	21,233	,315	2,324	,025	,886	1,129

a. Dependent Variable: PER

Sumber : Data Olahan SPSS 17

Nilai KI pada tabel *coefficients* menunjukkan nilai sig sebesar 0,004 (0,4%) yang berarti $<$ dari nilai α 0.05 (5%), hal ini menunjukkan bahwa variabel Kepemilikan Institusional (X1) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y), sedangkan nilai koefisien beta menunjukkan arah positif sebesar 0.314. Mengacu pada hipotesis yang diajukan di mana Kepemilikan Institusional (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini “Diterima”.

Nilai KM pada tabel *coefficients* menunjukkan nilai sig sebesar 0,000 (0,0%) yang berarti $<$ dari nilai α 0.05 (5%), hal ini

menunjukkan bahwa variabel Kepemilikan

Manajerial (X2) berpengaruh signifikan terhadap

Nilai Perusahaan (Y), sedangkan nilai koefisien

beta menunjukkan arah positif sebesar 0.413

Mengacu pada hipotesis yang diajukan di mana

Kepemilikan Manajerial (X2) berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y)

maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini

“Diterima”.

Nilai CSR pada tabel *coefficients*

menunjukkan nilai sig sebesar 0,025 (2,5%) yang

berarti $<$ dari nilai α 0.05 (5%), hal ini

menunjukkan bahwa variabel *Corporate Sosial*

Responsibility (X3) berpengaruh signifikan

terhadap Nilai Perusahaan (Y), sedangkan nilai

koefisien beta menunjukkan arah positif sebesar

49,342 Mengacu pada hipotesis yang diajukan di

mana *Corporate Sosial Responsibility* (X3)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai

Perusahaan (Y) maka hipotesis yang diajukan

dalam penelitian ini “Diterima”. Hasil pengujian

hipotesis tersebut dapat dijelaskan pada tabel

berikut ini :

Tabel. 4.5

Hasil Pengujian Hipotesis

Pengaruh antar Variabel	Total pengaruh	Sig	Alpha	Keputusan	Hipotesis
X1,X2,X3 terhadap Y	0,286	0,002	0,05*	Signifikan	Diterima
X1 terhadap Y	0,314	0,004	0,05*	Signifikan	Diterima
X2 terhadap Y	0,413	0,000	0,05*	Signifikan	Diterima
X3 terhadap Y	49,342	0,025	0,05*	Signifikan	Diterima

Catatan : * apabila nilai sig < dari nilai alpha (0,05) maka signifikan

Sumber : Data Olahan dengan SPSS 17.

Berdasarkan analisis data, pengujian hipotesis dan besarnya pengaruh variabel Kepemilikan Institusi (X1), Kepemilikan Manajerial (X2) dan *Corporate Social Responsibility* (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y) maka dapat dijelaskan dalam persamaan analisis regresi linear berganda berikut ini:

$$Y = 14,489 + 0,314(X1) + 0,413(X2) + 49,342(X3) + 0,714(e)$$

$$\text{dengan } R^2 = 0,286$$

Dengan persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1). Nilai konstanta sebesar 14,489 satuan artinya apabila variabel bebas diasumsikan bernilai nol, maka variabel dependen Nilai Perusahaan (Y) sebesar 14,489 satuan jika variabel lain dianggap konstan.

2). Koefisien regresi variabel Kepemilikan

Institusional (X1) bernilai positif sebesar 0,314 satuan. Hasil ini menunjukkan apabila variabel Kepemilikan Institusional (X1) meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan variabel Nilai Perusahaan (Y) sebesar 0,314 satuan. Variabel Kepemilikan Institusional memiliki nilai signifikan sebesar 0,004 (0,4%) < dari nilai α 5%. Hasil ini yang menunjukkan bahwa Kepemilikan Institusional (X1) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) dengan arah koefisien positif.

- 2). Koefisien regresi variabel Kepemilikan Manajerial (X2) bernilai positif sebesar 0,413 satuan. Hasil ini menunjukkan apabila variabel Kepemilikan Manajerial (X2) meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan variabel Nilai Perusahaan (Y) sebesar 0,413 satuan. Variabel Kepemilikan Manajerial memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 (0%) < dari nilai α 5%. Hasil ini yang menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial

(X2) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) dengan arah koefisien positif.

- 2). Koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X3) bernilai positif sebesar 49,342 satuan. Hasil ini menunjukkan apabila variabel *Corporate Social Responsibility* (X3) meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkatkan variabel Nilai Perusahaan (Y) sebesar 49,342 satuan. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikan sebesar $0,025 (2,5\%) < \text{dari nilai } \alpha 5\%$. Hasil ini yang menunjukkan bahwa Kepemilikan Institusional (X3) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y) dengan arah koefisien positif.
- 3). Nilai R^2 sebesar 0,286 atau (28,60%) menunjukkan besarnya pengaruh variasi variabel Kepemilikan Perusahaan dan CSR terhadap Nilai Perusahaan sedangkan sisanya sebesar 0,714 atau 71,40% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

4.6 Pembahasan hasil penelitian

4.6.1 Kepemilikan Perusahaan Dan

Pengungkapan CSR Berpengaruh Positif

dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa kontribusi (R^2) variabel Kepemilikan Perusahaan dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar 28,60% dan sisanya sebesar 71,40% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti tingkat profitabilitas dan leverage. Hasil pengukuran nilai korelasi (R) sebesar 53,50% dan termasuk dalam kategori cukup kuat dan menunjukkan bahwa kenaikan nilai kepemilikan perusahaan dan pengungkapan CSR akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020

Kepemilikan perusahaan yang meliputi kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial serta pengungkapan CSR secara bersama-sama dapat memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan dengan arah koefisien positif. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kepemilikan

perusahaan dan pengungkapan CSR secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman periode 2018-2020 dapat diterima.

Semakin tinggi kepemilikan saham oleh pihak institusi ataupun pihak manajerial akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Permasari, 2010 mengemukakan bahwa kepemilikan saham institusional mengandung arti yang sangat penting bagi perusahaan yaitu dalam hal melakukan monitoring kepada manajer. Sedangkan Suastini, et all mengemukakan bahwa kepemilikan manajerial akan membuat manajer secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan dan juga mendapat kesempatan untuk memiliki sahamnya sehingga mereka akan bekerja secara sungguh sungguh. Demikian pula dengan pengungkapan CSR akan menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen akan berdampak pada peningkatan jumlah penjualan dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan yaitu meningkatnya harga saham perusahaan (Rimba,

2016). Pada dasarnya setiap perusahaan bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaannya. Perusahaan dengan nilai yang tinggi maka akan menggambarkan tingkat kesejahteraan dari para pemiliknya atau para investor.

4.6.2 Kepemilikan Institusional Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis kedua yang menyatakan “kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan” diterima.

Berdasarkan hasil pengujian analisis statistik deskriptif menunjukkan secara rata-rata kepemilikan institusional sebesar 58,87% dengan nilai maksimum sebesar 94,26% dan nilai minimum 12,23%. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan, bahwa kepemilikan saham oleh institusi yang ada di perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman pada dasarnya sudah sangat tinggi porsi

kepemilikannya. Kepemilikan saham institusi yang tinggi akan semakin meningkatkan fungsi pengawasan pihak institusi kepada para manajer agar semakin meningkatkan kinerjanya yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Tingginya nilai perusahaan yang diukur dengan Price Earning Ratio (PER) pada perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman dari data penelitian sebanyak 26 perusahaan yang diteliti terdapat 19 perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun pengamatan 2018 sampai dengan tahun 2020. Yang kita ketahui bersama bahwa pada tahun 2019 dan 2020 terjadi wabah covid 19 yang melanda dunia dan sangat berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi sehingga banyak perusahaan yang mengalami kerugian pada tahun tersebut.

PER menggambarkan psikologis pasar yaitu berupa ekspektasi serta persepsi pasar terhadap suatu saham. Tinggi rendahnya nilai PER akan ditentukan dengan membandingkan dengan PER saham lain. Perusahaan yang merugi tidak

memiliki PER atau negatif. Berdasarkan hasil statistik deskriptif menunjukkan secara rata-rata PER perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman adalah 22,53 kali. Jika nilai PER yang ideal adalah 20 sampai dengan 25 kali lipat maka secara rata-rata nilai perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman sudah baik.

Kepemilikan saham yang tinggi oleh pihak institusi perusahaan akan semakin meningkatkan fungsi pengawasan oleh pihak institusi kepada pihak manajer menjadi lebih efektif. Pengawasan tersebut akan membuat manajer semakin berhati-hati dalam memperoleh dan mengelola pinjaman. Dengan adanya pengawasan ini maka diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tarjo, (2008) menjelaskan bahwa kepemilikan institusional berperan untuk meminimalisasi masalah keagenan yang terjadi antara investor dan manajer. Kepemilikan saham institusi yang tinggi akan menjadi mekanisme pengawasan yang efektif terhadap keputusan yang ditentukan oleh manajemen. Hal ini dikarenakan pemegang saham institusi menjadi bagian utama dalam penentuan

suatu keputusan sehingga tidak mudah percaya pada upaya manipulasi laba yang akan menurunkan nilai perusahaan.

Penelitian Zahro Himatuz, Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dimana kepemilikan saham yang tinggi oleh pihak institusi akan menambah tingkat pengendalian terhadap perusahaan sehingga pemilik perusahaan mampu mengontrol tindakan manajemen supaya bertindak sejalan dengan kepentingan dan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian dari Lawani Iksan dkk, (2023) juga menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian ini bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman, pengukuran nilai perusahaan menggunakan pengukuran *Price Book Value* (PBV).

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Khairaningrum dan Mutia, (2021) yang mengemukakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif pada

perusahaan BUMN di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Putri Adelia, 2021 mengemukakan hal yang sama bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien negatif pada perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019.

4.6.3 Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis ketiga yang menyatakan “kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan ”diterima”.

Berdasarkan hasil pengujian analisis statistik deskriptif menunjukkan secara rata-rata kepemilikan manajerial sebesar 17,58% dengan nilai maksimum sebesar 84,96% dan nilai minimum 0,00%. Berdasarkan hasil tersebut dapat

disimpulkan, bahwa kepemilikan saham oleh manajer yang ada di perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman pada dasarnya masih tergolong rendah porsi kepemilikannya dari jumlah saham yang beredar. Kepemilikan saham manajerial yang tinggi akan semakin meningkatkan kinerja pihak manajer dalam mengelola perusahaan yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Kepemilikan saham yang rendah oleh manajer memungkinkan manajer untuk bersikap oportunistik dalam mengelola perusahaan. Hal tersebut diakibatkan karena keinginan yang kuat untuk mendapatkan bonus dan insentif yang lebih tinggi dari pihak pemilik perusahaan. Sikap manajer yang oportunistik tersebut tercermin dalam penyusunan laporan keuangan seperti manipulasi laporan keuangan dan manajemen laba. Dengan sikap manajer tersebut pemilik perusahaan melihat dalam laporan keuangan seolah-olah kinerja yang ditunjukkan oleh manajer sudah baik sehingga bersedia untuk memberikan bonus dan insentif sebagaimana yang diharapkan

oleh manajer. Pada dasarnya sikap yang seperti ini lambat laun akan menghancurkan perusahaan itu sendiri sehingga akan menurunkan nilai perusahaan dimata para konsemen dan calon investor lainnya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan pandangan yang dikemukakan oleh Jensen dan Mecling (1976), jika kepemilikan saham oleh manajer dalam perusahaan tinggi maka mereka akan bertindak hati-hati dalam membuat keputusan dan berusaha mencegah perilaku oportunistik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian dari Lawani Iksan dkk, (2023) menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian ini bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman, pengukuran nilai perusahaan menggunakan pengukuran *Price Book Value* (PBV).

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Khairaningrum dan Mutia, (2021) yang mengemukakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan dengan arah koefisien positif pada perusahaan BUMN di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Putri Adelia, 2021 mengemukakan hal yang sama bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien negatif pada perusahaan sub sektor industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019.

4.6.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis keempat yang menyatakan “pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan” diterima”.

Berdasarkan hasil pengujian analisis statistik deskriptif menunjukkan secara rata-rata pengungkapan CSR sebesar 0,22 atau 22% dengan nilai maksimum sebesar 0,41 atau 41% dan nilai minimum 0,11 atau 11%. Berdasarkan hasil

tersebut dapat disimpulkan, bahwa pengungkapan CSR yang ada di perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman pada dasarnya masih tergolong rendah dari sisi pengungkapannya. Dari total populasi sebanyak 26 perusahaan yang bergerak pada industri makanan dan minuman semuanya telah melakukan pengungkapan CSR, namun demikian luas pengungkapannya masih sangat terbatas pada hal pokok misalnya pemberian bantuan sosial dan penanganan limbah hasil produksi. Selain itu pula besarnya alokasi dana CSR yang disalurkan masih sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah laba yang diperoleh oleh perusahaan tersebut.

Pengungkapan CSR sangat penting dilakukan oleh perusahaan sebagai wujud tanggungjawab moral terhadap alam, masyarakat, karyawan, produk dan lingkungan sekitarnya karena perusahaan telah banyak mengambil manfaat dan keuntungan dari mereka. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR akan semakin meningkatkan kredibilitas perusahaan dimata masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Hal

senada diungkapkan Puspitasari dan Ermayanti, 2019 bahwa pelaksanaan CSR akan menjadikan nama perusahaan semakin baik sehingga konsumen akan semakin loyal membeli produk perusahaan tersebut dan tentunya jumlah penjualan juga akan meningkat sehingga tingkat profitabilitas dan nilai perusahaan juga akan tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi tujuan para pemilik perusahaan karena akan menambah tingkat kemakmurannya.

Penelitian dari Nur Rahmah (2018) menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian ini bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor industri barang dan konsumsi periode 2012-2016. Pengungkapan CSR akan menimbulkan efek yang positif berupa dukungan masyarakat yang tinggi. Dukungan ini akan membuat reputasi perusahaan meningkat dan tentunya jumlah penjualan juga akan meningkat, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Khairaningrum dan Mutia, (2021) yang

mengemukakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun arah koefisiennya negatif pada perusahaan BUMN di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Yosef Aristo (2019) mengemukakan hal yang sama bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur food and baverage dengan menggunakan pengukuran Tobins Q untuk mengukur nilai perusahaan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemilikan perusahaan dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri makanan dan minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018 sampai dengan tahun 2020. Hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Kepemilikan perusahaan dan SCR secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,002 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05)

dengan R^2 sebesar 28,60% dan sisanya sebesar 71,40% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Dengan demikian hipotesis pertama yang dinyatakan dalam penelitian ini dapat diterima.

2. Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,004 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dengan nilai koefisien beta positif sebesar 0,314 satuan. Dengan demikian hipotesis kedua yang dinyatakan dalam penelitian ini dapat diterima.
3. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,000 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dengan nilai koefisien beta positif sebesar 0,413 satuan. Dengan demikian hipotesis ketiga yang dinyatakan dalam penelitian ini dapat diterima.
4. Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig 0,025 (lebih kecil dari nilai alpha 0,05) dengan nilai koefisien beta positif

sebesar 49,342 satuan. Dengan demikian hipotesis empat yang dinyatakan dalam penelitian ini dapat diterima.

5.2 Saran

1. Perlunya meningkatkan proporsi jumlah kepemilikan saham oleh manajer sehingga akan mendorong manajer bekerja maksimal untuk meningkatkan nilai perusahaan.
2. Perlunya meningkatkan jumlah pengungkapan CSR pada perusahaan industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia terutama berkaitan dengan hak asasi manusia dan praktek tenaga kerja dan pekerjaan yang layak.
3. Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel lain untuk meningkatkan nilai R^2 dan nilai korelasi seperti variabel profitabilitas, leverage dll.

DAFTAR PUSTAKA

- Auliyah, Ronny dan Agus Salim, 2017. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR dan GCG sebagai variabel moderating. E-jurnal riset manajemen Universitas Islam Malang.
- Arifin, Z aenal, 2015, “ Hubungan Antara Corporate Governance dan Variabel Pengurang Masalah Agensi”, Jurnal Studi Bisnis Vol.1 No.10 hal.39-55.
- Agus Sartono., 2016., Manajemen Keuangan Teori dan Apikasi, Edisi Keempat, BPFE Yogyakarta.
- Brealey, et. al. (2017). Dasar-dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: Erlangga.
- Brigham and Houston. 2017. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Salemba Empat. Jakarta
- Darmadji, Tjiptono dan M. Fakhruddin, Hendy. 2016. Pasar Modal Di Indonesia. Jakarta : Salemba Empat (PT Salemba Empat Patria)
- Darwis, Herman. 2016. *Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan*. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.13, No 13. September 2016. Hal 41-430.
- Desita Riyanta Mitra Karina, 2020. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi.
- Diyah, Pujiati, dan Widanar, Erman. 2017. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura, Vol. 12. No.1 h. 71-86.
- Ediana , I. D. M. (2019). Implementasi *Corporate Governance* Pada *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)*, 9(1), 92-100.
- Etty Murwaningsari. (2009). Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities dan Corporate Financial Performance Dalam Satu Kontinum. Universitas Trisakti.
- Faizal. 2011. Analisis *Agency Cost*, Struktur Kepemilikan dan Mekanisme *Corporate Governance*. Simposium Nasional Akuntansi VI
- Fama, E. F., & French, K. R. (2017). Taxes, Financing Decisions, and Firm Value. *The Journal of Finance*. 53(3), 819–843
- Fahmi, Irham. 2018. Pengantar Manajemen Keuangan Cetakan Keempat
- Friko Allan Kevin Tambalean, 2018. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan manajerial dan institusional terhadap nilai perusahaan.
- Husnan, Suad, dan Enny Pudjiastuti. 2015. Dasar-dasar Manajemen Keuangan Edisi Ke Tujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Hasty, A D. Vinola, H. (2017). Pengaruh struktur kepemilikan, leverage, profitabilitas dan Kebijakan dividen terhadap Manajemen laba dengan Kualitas audit sebagai variabel moderasi. Universitas Trisakti Indonesia
- Imanata, Dea., Satwiko, Rutji. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepemilikan Managerial. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 13 (1), 67-80. Diperoleh tanggal 18 September 2013

- Jensen, M., C. dan Meckling, W., H. 2016. Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3 pp. 305-360.
- Jensen, Michael C. Dan William H. Meckling, 2015. "Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure," *Journal of Financial Economics*, 3, h. 82-137.
- Jiambalvo, J., dan J. Pratt. (2015). Task Complexity and Leadership Effectiveness in CPA Firms. *The Accounting Review*, vol. LVII, no.4
- Jogiyanto, "Teori Portofolio dan Analisis Investasi", 7th ed. Yogyakarta: BPFE, 2016
- Kusumadilaga, Rimba 2016, pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, *skripsi*, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Larasati, Eva. (2011). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional dan Kebijakan Dividen terhadap Kebijakan Hutang Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16 (2), 103-107. Diperoleh tanggal 15 Mei 2013
- Khairaningrum Mulyanti, Mutia Nurfadhillah, 2021. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Bumh Yang Terdaftar Di Bei Untuk Tahun 2017-2019.
- Nabela, Yoandhika. 2016. Pengaruh kepemilikan institusional, kebijakan deviden dan profitabilitas terhadap kebijakan hutang pada perusahaan properti dan real estatedi BEI. *Jurnal management*.
- Ni Putu Wida, Ni Putu dan Suartana. 2013. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Volume 9*. Bali : Universitas Udayana.
- Ni Wayan. 2015. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Semarang: Universitas negeri Semarang.
- Nuraini. 2017. Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Jakarta: PT Dian Rakyat.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Menejerial sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Permanasari, Wien Ika. 2015. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi Akuntansi FE UNDIP*, Semarang.
- Putri Adelia, 2021. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Likuiditas, *Growth Opportunity* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2016 – 2019
- Patmawati. 2017. Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Pekbis Jurnal*. Volume 2 Nomor 1. Noviawan, Ridho Alief d.
- Putu. 2013. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan

Kepemilikan Manajerial Terhadap Kinerja Perusahaan Serta Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2007-2011).

Rahmadani, F. D., & Rahayu, S. M. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52 (1), 173-182.

Rachmad,, 2016, “ Pengaruh Kepemilikan Saham Manajerial dan Institusional pada Struktur Modal Perusahaan”, Vol.1 No.02 hal.181-197.

Ruan, Wenjuan, Gary Tian dan Shiguang Ma. 2011. Managerial Ownership, Capital Structure and Firm Value : Evidence From China's Civilian- Run Firms. *Australian Business and Finance Journal* Volume 5 Issue 3 Article 6 : 73-92

Sari, Novita Liana. 2016. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Yang Terdaftar Di BEI 2010-2014.

Salvatore, Dominick. 2014. *Internasional Economics*. Jakarta: Salemba Empat

Sawir, Agnes, 2017. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan Perusahaan*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Subagyo, Masruroh, N. A., & Bastian, I. (2018). *Akuntansi Manajemen Berbasis Desain*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Sudana. (2016). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktik* Jakarta : Erlangga.

Sulistiani, Marchia. 2013. Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, *Dividend Payout*

Ratio, Cash Holding Dan Kualitas Audit terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2007- 2011)

Suparlan, 2019. Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Proporsi Dewan Komisaris Independen Sebagai Variabel *Moderating* (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018).

Sukirmi, Dwi. 2016. Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, dan Kebijakan Hutang Analisis terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Analysis Journal*. Universitas Negeri Semarang. ISSN 2252-6765. Semarang.

Sugiarto, 2016. Pengaruh Struktur Kepemilikan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Intervening. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, Vol. 3 No. I Januari 2016

Sutedi, 2016. Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial dan Publik, Ukuran Perusahaan, EBIT/Sales dan Total *Debt/Total Assets* Terhadap Nilai Perusahaan yang Telah Go Publik dan Tercatat di BEJ. *Tesis: Program Magister Manajemen STIE STIKUBANK* Semarang.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Surahman et. all. 2016. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sihombing 2017. Manajemen Keuangan.
Bandung: Pustaka.

Sofyaningsih, Sri dan Pancawati Hardiningsih.
2011. Struktur Kepemilikan,
Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan
Nilai Perusahaan. *Dinamika
Keuangan dan Perbankan*. ISSN: 1979-
4878. Vol. 3, No.1

Syamsuddin, 2017, *Manajemen Keuangan
Perusahaan*, PT. Raja Grafindo, Jakarta.

Suwanto, 2017, Pengaruh pengungkapan
Corporate Social Responsibility terhadap
nilai perusahaan pada perusahaan
manufaktur yang terdaftar di BEI,
skripsi, Malang

Tarjo. 2016. Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan
Institusional dan Leverage Terhadap Laba,
Nilai Pemegang Saham Serta *Cost of
Equity Capital*; Simposium Nasional
Akuntansi XI, Pontianak.

Tandellin, Eduardus. (2016). Portofolio dan
Investasi : Teori dan Aplikasi. Edisi 1.
Yogyakarta: Kanisius.

Tsabat, Atsil. 2015. Pengaruh Tax Avoidance,
Kepemilikan Institusional, Kepemilikan
Manajerial, Komisaris Independen,
Komite Audit, dan Auditor Eksternal
Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi.
Bandung: Fakultas Ekonomi Universitas
Pasundan

Tryfino. (2019). Cara Cerdas Berinvestasi Saham,
Edisi 1, Transmedia Pustaka,
Jakarta

Utomo. 2019. Konflik keagenan: Hubungan
simultan kepemilikan manajerial,
kebijakan hutang, dan kebijakan dividen.
Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol.19,
No.1, Januari 2019, 67-75.

Yosef Aristo Besin Leon, 2019. Analisis
Perhitungan Variabel-Variabel
Pengungkapan *Corporate Social
Responsibility* Dan Pengaruhnya Terhadap
Nilai Perusahaan Yang Menggunakan
Metode Rasio Tobin's Q (Studi Pada
Perusahaan Manufaktur *Food And
Beverage* Yang Terdaftar Di (BEI)

Wati, D. N. (2019). Model Corporate Social
Responsibility (CSR). Jawa Timur:
Penerbit Myria Publisher.

Weston dan Copeland. (2011). Manajemen
Keuangan Jilid 2. Jakarta : Binarupa
Aksara Publisher.