

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility merupakan suatu konsep atau program yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Keberlangsungan dapat dicapai dengan lahirnya suatu konsep yang dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.1.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Masyarakat pada umumnya memiliki harapan tertentu pada perusahaan pertambangan terkait dengan tanggung jawabnya atas lingkungan sosial yaitu dengan melakukan pembenahan sistem operasi perusahaan yang tadinya tidak menghiraukan kepedulian dan tanggung jawab sosial menjadi sistem operasi yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab sosial yang kuat. Masyarakat berharap perusahaan memiliki kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan pertambangan memiliki kewajiban sosial untuk memenuhi harapan tersebut, mengingat perusahaan pertambangan hadir ditengah masyarakat dan mengelola sumber daya alam yang ada disekitarnya (Setiawan, 2013)

Menurut Darwin (2004) dalam Kusumadilaga (2010), mengartikan bahwa: *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* menjelaskan bahwa :

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Dari berbagai macam definisi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa tanggungjawab sosial perusahaan adalah suatu bentuk perwujudan komitmen

perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat.

Corporate Social Responsibility merupakan suatu konsep terintegrasi yang menggabungkan aspek bisnis dan sosial dengan selaras agar perusahaan dapat membantu tercapainya kesejahteraan *stakeholders*, serta dapat mencapai profit maksimum sehingga dapat meningkatkan harga saham (Resturiyani, 2012). Konsep *Corporate Social Responsibility* diartikan bahwa perusahaan dengan sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasi dan interaksi mereka dengan *stakeholders*. Sehingga secara tidak langsung konsep ini dapat membangun citra positif bagi perusahaan.

2.1.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hendriksen dan Widjajant (1991:203) dalam Agustine (2014) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Inisiatif* (GRI). Dalam *GRI Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standard *disclosures*. Tiga dimensi tersebut kemudian diperluas menjadi enam dimensi, yaitu ekonomi, sosial, lingkungan, praktek tenaga kerja, masyarakat, dan tanggungjawab produk, dimana didalamnya terdapat penjelasan sejumlah 78 *item*.

Konsep CSR akhir-akhir ini telah berkembang dengan cepat dalam lingkungan bisnis perusahaan baik ditingkat global maupun dalam negeri, sehingga memaksa *stakeholder* perusahaan melakukan praktik CSR. CSR juga sering dianggap sebagai bagian dari strategi bisnis perusahaan yang berkaitan dengan kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Artinya CSR bukan lagi dilihat sebagai biaya (*cost*), melainkan laba (*profit*) di masa mendatang. Praktik CSR di Indonesia sangat tepat dilakukan mengingat kondisi perekonomian yang masih tergolong rendah. Oleh karena itu, perlu kolaborasi yang integratif antara pemerintah, masyarakat dan para pelaku bisnis sendiri untuk meningkatkan

kepedulian sosial yang tinggi untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baik dan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk mengukur pengungkapan CSR berdasarkan Indikator-indikator menurut Sembiring (2005) yang terdiri dari 78 *item* sebagai berikut :

1. Lingkungan

- 1) Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
- 2) Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
- 3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
- 4) Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
- 5) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
- 6) Penggunaan material daur ulang
- 7) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan.
- 8) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
- 9) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
- 10) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
- 11) Pengelolaan limbah.
- 12) Riset mengenai pengelolaan limbah.
- 13) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan.
- 14) Perlindungan lingkungan hidup.

2. Energi

- 1) Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
- 2) Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
- 3) Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
- 4) Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
- 5) Peningkatan efisiensi energi dan produk.
- 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk.
- 7) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja

- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
- 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
- 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
- 4) Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
- 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
- 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
- 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja.
- 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja.

4. Lain-lain Tentang Tenaga Kerja

- 1) Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat.

- 2) Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita / orang cacat dalam tingkat managerial.
 - 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan.
 - 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
 - 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
 - 6) Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan.
 - 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
 - 8) Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan.
 - 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan.
 - 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi.
 - 11) Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun.
 - 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan.
 - 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan.
 - 14) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada.
 - 15) Mengungkapkan disposisi staff dimana staff ditempatkan.
 - 16) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
 - 17) Mengungkapkan statistik tenaga kerja, misalnya penjualan per tenaga kerja.
 - 18) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
 - 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
 - 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan keputusan dan motivasi kerja.
 - 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan.
 - 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah.
 - 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh.
 - 25) Melaporkan gangguan dan aksitenaga kerja.
 - 26) Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan.
 - 27) Peningkatan kondisi kerja secara umum.
 - 28) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja.
 - 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja.
5. Produk
- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
 - 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk.
 - 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk.
 - 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan.
 - 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen.
 - 6) Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan;
 - 7) Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;
 - 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan;

- 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan;
 - 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000).
6. Keterlibatan Masyarakat
- 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni;
 - 2) Tenaga kerja paruh waktu (*part-time employment*) dari mahasiswa/pelajar;
 - 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
 - 4) Membantu riset medis;
 - 5) Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni;
 - 6) Membiayai program beasiswa;
 - 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
 - 8) Mensponsori kampanye nasional;
 - 9) Mendukung pengembangan industri lokal.
7. Umum
- 1) Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat;
 - 2) Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas.

Perhitungan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut (Amilia dan Retrinasari, 2007 dalam Ramadhani, 2012) :

- a. Dengan menggunakan variabel dummy, yaitu:
 - Score 0* : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
 - Score 1* : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- b. Perhitungan indeks tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan rasio total skor yang diperoleh dengan skor maksimal yang diperoleh. Indeks diformulasikan sebagai berikut:

$$\text{Indeks} = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

- n : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan.
- k : jumlah skor maksimal (78 *item*)

2.2 Kepemilikan Asing

Kepemilikan asing adalah presentase kepemilikan saham perusahaan oleh investor asing. Kepemilikan asing dianggap sebagai pihak yang memiliki kepedulian yang tinggi terhadap program *Corporate Social responsibility* (CSR). Menurut Undang-undang No. 25 Tahun 2007 pada pasal 1 angka 6 kepemilikan

asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia. Perusahaan multinasional atau dengan kepemilikan asing utamanya melihat keuntungan legitimasi berasal dari para *stakeholder*-nya, dimana secara tipikal berdasarkan atas *home market* (pasar tempat beroperasi) yang dapat memberikan eksistensi yang tinggi dalam jangka panjang (Sissandhy, 2014)

Kepemilikan asing di Indonesia dibagi menjadi dua macam yaitu kepemilikan saham (*trade*) dan penambahan anak cabang (*ownership*). Ada beberapa alasan mengapa perusahaan yang memiliki kepemilikan asing harus memberikan pengungkapan yang lebih dibandingkan dengan yang tidak memiliki kepemilikan saham asing (Sissandhy, 2014) sebagai berikut :

1. Perusahaan asing mendapatkan pelatihan yang lebih baik dalam bidang akuntansi dari perusahaan induk di luar negeri.
2. Perusahaan tersebut mungkin punya sistem informasi yang lebih efisien untuk memenuhi kebutuhan internal dan kebutuhan perusahaan induk.
3. Kemungkinan permintaan yang lebih besar pada perusahaan berbasis asing dari pelanggan, pemasok, dan masyarakat umum.

Struktur kepemilikan asing dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh asing, dapat dirumuskan :

$$\text{Kepemilikan Asing} = \frac{\text{Jumlah Kepemiikan saham oleh pihak asing}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Total saham asing yang dimaksud adalah jumlah presentase saham yang dimiliki oleh pihak asing pada akhir tahun. Sedangkan total saham yang beredar, dihitung dengan menjumlahkan seluruh saham yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut pada akhir tahun.

2.3 Nilai Perusahaan

2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai

perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

“Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan”(Nurlela dan Islahuddin, 2008). Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Menurut Agustina (2013), Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda. Menurut Suharli (2002) dalam Sissandhy (2014) Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah :

- 1) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba;
- 2) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas;
- 3) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen;
- 4) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva;
- 5) pendekatan harga saham;
- 6) pendekatan *economic value added*.

Menurut Sartono (2001:487), “nilai perusahaan yaitu nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan itu”. Sedangkan menurut Fakhruddin dan Hadianto (2001) dalam Banaluddin dan Dewata (2012), “nilai perusahaan adalah persepsi investor dari perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham”. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperdagangkan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan, jika harga saham meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Pendekatan nilai pasar adalah pendekatan yang paling umum digunakan dalam menilai perusahaan, yang menyediakan penilaian akhir dan mungkin yang paling komprehensif tentang status pasar perusahaan dan merangkum pandangan investor tentang perusahaan secara keseluruhan,

manajemen, rentabilitas, likuiditas, dan prospek masa depan perusahaan (Christiawan dan Tarigan, 2007). Harga pasar adalah harga jual saham sebagai Konsekuensi dari daya tawar antara penjual dan pembeli sehingga nilai pasar menunjukkan fluktuasi harga saham. Jika harga pasar dikalikan dengan jumlah saham yang diterbitkan (Saham yang beredar) akan mendapatkan nilai pasar. Nilai pasar kemudian disebut kapitalisasi pasar yang mencerminkan nilai saat ini (Black, 2001 dalam Banaluddin dan Evada, 2012). Menurut Sharpe et al., (1995), dalam Banaluddin dan Evada, (2012), “kapitalisasi pasar adalah nilai pasar dari perusahaan yang dihitung dari harga pasar saham saat ini (harga penutupan) dikalikan dengan jumlah saham yang beredar”. Dengan asumsi bahwa harga saham yang digunakan adalah harga penutupan atau harga terakhir dan harga tidak akan berubah sampai bursa saham kembali dan harga terakhir merupakan nilai bagi investor, sedangkan jumlah saham luar biasa berarti jumlah saham yang diterbitkan dan benar-benar milik publik. Kapitalisasi pasar diperoleh dari rumus disajikan oleh (Chen & Steiner, 1999 dalam Banaluddin dan Evada, 2012) :

$$\text{Kapitalisasi Pasar} = \text{Ln} (\text{harga saham} \times \text{jumlah saham beredar})$$

2.3.2 Konsep Nilai Perusahaan

Beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan (Christiawan dan Tarigan, 2007) adalah:

1. Nilai Nominal, adalah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
3. Nilai Intrinsik, merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekadar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
4. Nilai Buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.
5. Nilai Likuidasi, adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewa jiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para

pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

2.4 Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan dilampirkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, yang ditampilkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Penelitian	Variabel	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Banaluddin dan Evada (2012)	Independen: Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial Dependen : Nilai Perusahaan	Hasil kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Variabel independen yang digunakan kepemilikan asing dan variabel dependen yang digunakan nilai perusahaan.	Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2004-2008.
2	Rosiana, dkk (2013)	Independen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen: Nilai perusahaan	Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012 dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.	Variabel independen yang digunakan Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dan variabel dependen yang digunakan nilai perusahaan.	Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012.
3	Sissandhy (2014)	Independen: Kepemilikan Asing dan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh yang	Variabel independen yang digunakan	Populasi yang digunakan dalam

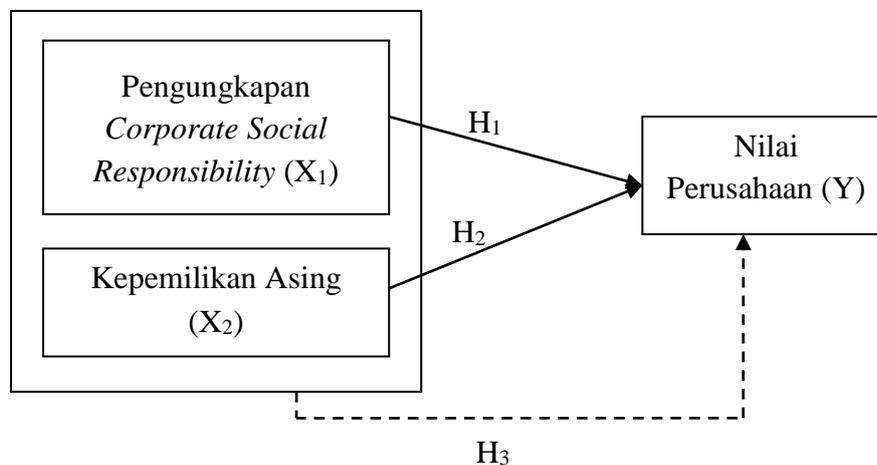
		Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen: Nilai Perusahaan	signifikan terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan asing juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap CSR. CSR bukan merupakan intervening dari hubungan kepemilikan asing terhadap nilai perusahaan.	Pengungkapan <i>corporate social responsibility,</i> kepemilikan asing dan variabel dependen yang digunakan nilai perusahaan.	penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2009-2012.
--	--	--	--	--	--

Sumber : Data yang Diolah

2.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.5.1 Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2009), “Kerangka Pemikiran merupakan konsep yang menggambarkan hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang teridentifikasi sebagai masalah yang diteliti”. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, variabel independen disimbolkan dengan (X) dan variabel dependen disimbolkan dengan (Y). Pengungkapan *corporate social responsibility*, dan kepemilikan asing merupakan variabel independen, sedangkan nilai perusahaan merupakan variabel dependen. Berikut ini adalah kerangka yang digunakan dalam penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.5.2 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian, dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan pada bagian sebelumnya maka penulis mengajukan hipotesa sebagai berikut :

2.5.2.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) mempunyai peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggungjawab sosial di lingkungan sekitar (Kusumadilaga, 2010). Rustiarini (2009) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Sama juga halnya dengan Nurlala dan Islahuddin (2008) yang mendapatkan hasil penelitian bahwa

Corporate Social Responsibility (CSR) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian di atas memberikan arti bahwa dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan perusahaan akan menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen akan berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan keuntungan perusahaan juga akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

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

2.5.2.2 Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan

Salvatore, (2003) dalam Sissandhy, (2014), menyatakan bahwa sebuah portofolio yang mengandung saham-saham domestik dan asing menawarkan resiko yang lebih rendah dan tingkat pengembalian yang lebih tinggi bagi investornya dibanding portofolio yang hanya mengandung saham-saham domestik. Hal tersebut bisa menjadi pertimbangan bagi pemegang saham. Dengan begitu terdapat asumsi dampak nilai perusahaan akan meningkat. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.2.3 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Asing Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Adnantara (2013), dapat diketahui bahwa secara langsung tidak ada struktur kepemilikan saham yang berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun secara tidak langsung, CSR mampu memediasi hubungan antara struktur kepemilikan institusional, kepemilikan asing dan kepemilikan publik terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan asing pada perusahaan-perusahaan di Indonesia dianggap dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui adanya program CSR. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.