

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dapat diartikan sebagai penegasan terhadap batasan-batasan karya tulis ilmiah. Umumnya inti dari tinjauan pustaka termuat dalam kata kunci yang ada di bagian abstrak. Untuk itu, penulisan dan penyusunan karya tulis ilmiah harus memiliki studi kepustakaan.

2.1.1 *Corporate Social Responsibility*

Menurut lingkaran studi CSR Indonesia dalam Rachman et al (2011: 15), CSR adalah upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Philip Kotler dalam Rachman et al (2011: 16), CSR adalah *A commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource* .

Berdasarkan apa yang diungkapkan Philip Kotler tersebut, CSR merupakan sesuatu yang perlu dilakukan, seandainya tidak akan berakibat tidak baik pada perusahaan itu sendiri. Di sini terlihat bahwa CSR dilaksanakan masih sebagai hal

yang perlu bukan suatu kewajiban atau suatu peraturan yang diharuskan. Sedangkan di Indonesia saat ini, pelaksanaan CSR merupakan suatu hal yang wajib dilaksanakan. Hal tersebut diatur dalam UU Perseroan.

Menurut *Business of Social Responsibility* dalam Rachman et al (2011: 16) , CSR adalah *operating a business in manner that meet or exceeds the ethical, legal, commercial, and public expectation.*

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* dalam Rachman et al (2011: 16) CSR adalah *Business commitment to contribute to sustainable economic development, working with employees, their families, the local community and society at large to improve their quality of life.*

Rachman et al (2011: 17) Pengertian CSR berdasarkan ISO 26000 menyatakan bahwa CSR adalah *Responsibility of an organization or the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organizations and practiced in its relationships.*

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya perlu memiliki prioritas dan strategi. Eksistensi perusahaan dan pencapaian laba jangka panjang merupakan prioritas perusahaan. Perusahaan dalam mencapai prioritas tersebut memerlukan strategi. Kemampuan menghasilkan laba jangka panjang hanya akan terealisasi apabila keberadaan perusahaan dapat berguna dan didukung oleh stakeholder.

Rachman et al (2011: 15–16) Dukungan stakeholder akan terwujud jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan bukan hanya dapat diminimalisir, tetapi justru dapat memberikan dampak positif yang besar bagi stakeholder

Menurut Rachman et al (2011: 39) Tujuh isu utama ISO 26000 dalam merencanakan CSR sebagai berikut : Tata kelola organisasi (kepatuhan pada hukum, akuntabilitas, transparansi, kode etik, pengenalan profit, dan minat stakeholder)

1. Hak asasi manusia (hak sipil dan politik, hak sosial, ekonomi, budaya, dan kelompok rentan, serta hak dasar dalam kepala).
2. Aktivitas tenaga kerja (pekerja dan hubungan antar pekerja, kondisi kerja dan perlindungan sosial, dialog sosial, kesehatan dan keamanan kerja, serta sumber daya manusia).
3. Lingkungan (preventif polusi, konsumsi berkelanjutan, adaptasi dan mitigasi perubahan iklim, serta proteksi dan restorasi lingkungan alam).
4. Aktivitas operasi yang fair (anti korupsi dan anti suap, pelibatan tanggung jawab politik, kompetisi yang fair, promosi tanggung jawab sosial melalui rantai pasok, serta perhatian pada HAKI).
5. Isu konsumen (marketing yang fair, praktik perjanjian, perlindungan keamanan dan kesehatan konsumsi, provisi dan pengembangan produk dan jasa yang memberi manfaat sosial dan lingkungan, layanan

konsumen, akses pada produk dan servis utama, konsumsi berkelanjutan, serta pendidikan dan kepedulian).

6. Kontribusi pada komunitas dan masyarakat (melibatkan komunitas, kontribusi pada pengembangan ekonomi, dan kontribusi pada pengembangan sosial).

Tingkat pengungkapan *CSR* pada laporan tahunan perusahaan yang dinyatakan dalam *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan yang disyaratkan oleh GRI standar yang berjumlah 91 item pengungkapan yang meliputi tema : *economic, environment, labour practices, human rights, society,* dan *product responsibility* Rumus penghitungan *Index* Luas Penungkapan *CSR* (CSRI) sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan :

$CSRI_j$ = *Corporate social responsibility index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

N = Jumlah keseluruhan item , n = 91

Weber (1988) dalam Humairoh (2018) Pengukuran indeks pengungkapan *CSR* menggunakan metode analisis isi (*content analysis*) yaitu suatu metode pengkodifikasian teks dengan ciri – ciri yang sama ditulis dalam berbagai kelompok

atau kategori berdasar pada kinerja yang ditentukan. Nilai 1 jika item I diungkapkan, nilai 0 jika item I tidak diungkapkan, dengan demikian $0 \leq CSRI_j \leq 1$.

2.1.1.1 Aspek Tiga Dimensi CSR

John Elkington (1988) merumuskan lingkup tanggung jawab perusahaan dalam model *triple bottom line* yaitu *people, planet, and profit*. Pembangunan yang berkelanjutan yang erat kaitannya dengan CSR harus mencakup 3 hal kebijakan, yaitu pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan.

Menurut (Belal et al (2008: 6), tujuan dari CSR adalah untuk menjadikan aktivitas bisnis perusahaan dan budaya perusahaan berkelanjutan dalam tiga aspek yakni :

1. Aspek ekonomi

Aspek ekonomi dari CSR meliputi pemahaman mengenai dampak – dampak ekonomi dari kegiatan bisnis perusahaan. Bagaimanapun, tanggung jawab ekonomi bukan hanya masalah perusahaan yang bertanggungjawab secara finansial, pencatatan jumlah tenaga kerja dan hutang dalam laporan akhir tanggung jawab sosial perusahaan. Dimensi ekonomi dari agenda *sustainability* harus lebih memperhatikan dampak langsung dan tidak langsung yang disebabkan oleh kegiatan operasi perusahaan terhadap lingkungan tempat perusahaan beroperasi dan para *stakeholder*.

2. Aspek sosial

Dewasa ini telah banyak perusahaan yang meningkatkan perhatiannya secara aktif terhadap aspek sosial. Memberikan perhatian terhadap aspek sosial berarti bertanggung jawab terhadap dampak sosial akibat dari kegiatan operasi perusahaan secara langsung mau pun tidak langsung. Aspek ini mencakup karyawan yang bekerja pada perusahaan, komunitas dimana tempat perusahaan atau kegiatan operasi perusahaan berada, konsumen dan keseluruhan pihak yang termasuk dalam *stakeholder*.

3. Aspek lingkungan dan ekologi

Terdapat berbagai macam dampak yang terjadi pada lingkungan akibat dari aktivitas operasional perusahaan. Pada umumnya, dampak yang terjadi terhadap lingkungan cenderung dampak yang *negatif* seperti eksploitasi sumber daya alam yang terlalu berlebihan atas sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui, polusi, degenarasi *biodeversitas*, perubahan iklim, rusaknya kawasan perhutanan, dsb.

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

Peningkatan *environmental performance* juga berdampak baik terhadap perusahaan itu sendiri. Penggunaan material yang tidak terlalu berlebihan dan perampingan

dalam proses produksi untuk menghindari pencemaran yang berlebihan memungkinkan terciptanya biaya produksi dan operasional yang lebih rendah secara signifikan. Selain itu perusahaan yang peduli terhadap lingkungan lebih disukai oleh konsumen.

2.1.1.2 Sustainability Reporting

Pertanggung jawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. ACCA (2013: 6–9) *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi.

Suharto (2008: 12) Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori *reformis* dan *progresif*

1. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran CSR :
 - a) Perusahaan minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
 - b) Perusahaan ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR – nya rendah.

- c) Perusahaan humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran *CSR* relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut dengan dermawan atau baik hati.
 - d) Perusahaan reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran *CSR* yang tinggi. Perusahaan ini memandang *CSR* bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju.
2. Berdasarkan tujuan *CSR* : apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat :
- a) Perusahaan pasif. Perusahaan yang menerapkan *CSR* tanpa tujuan jelas bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan *CSR* sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
 - b) Perusahaan impresif. *CSR* lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan “tebar pesona” daripada “tebar karya”.
 - c) Perusahaan agresif. *CSR* lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.
 - d) Perusahaan progresif. Perusahaan menerapkan *CSR* untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan *CSR* dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu – sama lain bagi kemajuan perusahaan.

2.1.2 Kepemilikan Manajerial

Warsono et al (2009: 10–11) Salah satu asumsi utama dari teori keagenan bahwa tujuan principal dan tujuan agen yang berbeda dapat memunculkan konflik karena manajer perusahaan cenderung untuk mengejar tujuan pribadinya sendiri, misalnya berusaha untuk memperoleh bonus setinggi mungkin. *Eisenhardt* (1989) dalam Kusumawati & Rosady (2019) menyatakan bahwa teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu : (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan bertindak opportunistic.

Menurut teori ini, manajer yang hanya mengejar kepentingannya sendiri hanya akan berfokus pada proyek dan investasi perusahaan yang dapat menghasilkan laba yang besar dalam jangka pendek daripada memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham dengan berinvestasi pada proyek – proyek yang menguntungkan dalam jangka panjang, Pengukuran kepemilikan manajerial menggunakan rumus :

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\% \text{Proporsi Kepemilikan saham oleh manajer.direktur}}{\text{jumlah saham beredar}}$$

2.1.2.1 Kepemilikan Manajerial Sebagai Pengaruh Peningkatan Perilaku *Opportunistic*

Jensen & Meckling (1976: 28) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial dapat menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan yang timbul diantara kedua pihak tersebut sehingga kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan menurun. Adanya kepemilikan dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan.

Shleifer (2003: 737) menyatakan bahwa kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. *Jensen & Meckling* (1976: 46) menyatakan ketika kepemilikan saham oleh manajemen rendah maka ada kecenderungan akan terjadinya perilaku *opportunistic* manajer yang akan meningkat juga. Dengan adanya kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dapat meminimalisir perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara agen dan prinsipal diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham.

2.1.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang

dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2006: 107) profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio – rasio keuangan. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dari investasi.

Profitabilitas juga berfungsi sebagai alat prediksi keberlangsungan usaha suatu perusahaan di masa yang akan datang. Oleh sebab itu setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan terjamin kelangsungan hidupnya.

2.1.3.1 Rasio Profitabilitas sebagai Pengukur Kinerja Keuangan

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

keuangan perusahaan dideskripsikan dalam laporan laba – rugi yang merupakan bagian dari laporan keuangan perusahaan dimana laporan tersebut selanjutnya dapat digunakan untuk pembuatan keputusan ekonomi.

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

Kasmir (2014: 197) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan :

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

2.1.3.2 Jenis – jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014: 115) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. *Profit margin (profit margin on sales)*
2. *Return on Assets (ROA)*

3. *Return on equity (ROE)*
4. Laba per lembar saham (*Earning Per Share*).
5. Rasio Pertumbuhan.

Dari kutipan tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Profit Margin(Profit Margin on Sales)*

Kasmir (2014: 136) *Profit Margin on Sale* atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Earning After Interest and tax}}{\text{sales}}$$

2. *Return on Investment (ROI)*

Kasmir (2014: 136) Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama Return on Investment (ROI) atau Return on Total Assets, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Profit Margin on Sales} = \frac{\text{Earning After Interest and tax}}{\text{Total Assets}}$$

3. *Return on Equity (ROE)*

Kasmir (2014: 137) Hasil pengembalian ekuitas atau Return on Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin on Sales} = \frac{\textit{Earning After Interest and tax}}{\textit{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*)

Kasmir (2014: 137) Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin on Sales} = \frac{\textit{Earning After Interest and tax}}{\textit{Equity}}$$

Profitabilitas adalah *Return on Assets (ROA)* yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan selama periode penelitian. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai pengukur profitabilitas perusahaan.

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Earning Before Interest an tax}}{\text{total aktiva}}$$

ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktiva yang dimiliki untuk memperoleh laba. Semakin besar nilai ROA menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang bagus dalam menghasilkan laba bersih untuk pengembalian total aktiva yang dimiliki sehingga berpengaruh terhadap harga saham yang akan naik. Kasmir (2014: 136) Perusahaan yang diprediksi mempunyai prospek baik di masa mendatang, nilai sahamnya akan menjadi tinggi. Artinya, setiap 0,1 atau 1% rasio ROA yang dihasilkan menunjukkan 1% total laba bersih sebagai tingkat pengembalian dari penggunaan asset perusahaan. Semakin besar nilai rasio ROA, maka semakin besar dana yang dapat dikembalikan dari total asset perusahaan menjadi laba. Semakin besar laba bersih yang diperoleh perusahaan semakin baik kinerja perusahaan tersebut

Wallace et al (1994) dan Inchausti (1997) dalam Zanny & Kartawijaya (2016) Manager pada perusahaan yang profitable memiliki dorongan atau insentif yang lebih untuk mengungkapkan informasi untuk mendukung keberlanjutan posisi mereka dan juga kompensasi yang diperoleh. Singhvai dan Desai, (1971) dan Roberts (1992) dalam Zanny & Kartawijaya (2016) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan.

2.1.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham

dan sebagainya. Widiastari & Yasa (2018) Ukuran Perusahaan dapat dilihat dari banyaknya jumlah aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perolehan laba. Semakin besar suatu ukuran perusahaan, biasanya akan mempunyai kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah-masalah bisnis serta kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba tinggi karena didukung oleh aset yang besar sehingga kendala perusahaan dapat teratasi.

Klasifikasi usaha menurut UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah:

1. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang – Undang ini.
2. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang – Undang ini.
3. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih

besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Skinner (1994) dalam Humairoh (2018) menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki insentif yang lebih besar untuk mengungkapkan semuanya untuk meminimalisir kemungkinan adanya biaya litigasi. Jensen & Meckling (1976: 120) Perusahaan yang lebih besar biasanya lebih mengungkapkan untuk menghindari serangan politik, permintaan untuk melakukan pertanggung jawaban social, peraturan yang lebih besar, ancaman nasionalisme atau pemisahan entitas atau industri.

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah seberapa besar aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan di sini diukur dengan menggunakan proksi total asset yang ada dalam perusahaan. Rumus yang digunakan untuk menilai ukuran perusahaan sebagai berikut :

$$\text{Size} = \log (\text{nilai buku total asset})$$

2.1.4.1 Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur pendanaan perusahaan

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur pendanaan perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada semakin besar ukuran perusahaan kebutuhan akan dana juga semakin besar. Salah satu pendanaan yang tersedia yakni pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal dapat diperoleh melalui penerbitan saham, penerbitan obligasi dan hutang, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan

pendanaan tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas implementasi *corporate governance* dalam menjalankan perusahaan. Durnev & Kim (2005: 27) menemukan bahwa perusahaan yang memiliki kesempatan investasi yang tinggi, kebutuhan pendanaan hak – hak terhadap aliran kas perusahaan menerapkan praktik *corporate governance* yang berkualitas tinggi. Perusahaan besar cenderung menarik perhatian dan sorotan dari publik, sehingga akan mendorong perusahaan tersebut untuk menerapkan struktur *corporate governance* yang lebih baik.

Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total aktiva, penjualan atau modal dalam perusahaan tersebut. salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan. Indriani (2005) dalam Meidiyustiani (2016) Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil.

2.1.5 Nilai Perusahaan

Nurlela (2008) Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

Gapensi (1996) dalam M. Rahayu & Sari, (2018) Suatu perusahaan dikatakan memiliki nilai yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan pemilik atau para pemegang saham.

Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Tobin's Q ini dikembangkan oleh Professor Tobin. Menurut Weston, (2008: 243) Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi. Menurut Smithers (2009: 37) Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas. Jika rasio Tobin's Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Apabila Tobin's Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidak akan menarik bagi investor. Jadi Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber – sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

2.1.5.1 Nilai Perusahaan dengan Rasio Tobin's Q

Fiakas (2005: 18) Tobin's Q adalah pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari asset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang

beredar dan hutang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan.

Apabila perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai dasar sebelumnya, maka akan memiliki biaya untuk meningkatkan kembali, dan laba kemungkinan akan didapatkan. Fiakas (2005: 18) Berdasarkan pemikiran Tobin, bahwa insentif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya.

Secara matematis Tobin's Q dapat dihitung dengan formulasi rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{EMV+D}{EBV+D}$$

Dimana :

Q = Nilai Perusahaan.

EMV = Nilai pasar ekuitas (*Equity Market Value*), yang diperoleh dari hasil perkalian harga saham penutupan (*closing price*) akhir tahun dengan jumlah saham yang beredar pada akhir tahun.

EBV = Nilai buku dari ekuitas (*Equity Book Value*), yang diperoleh dari selisih total aset perusahaan dengan total kewajiban.

D = Nilai buku dari total utang.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sumber referensi oleh peneliti adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti/ Tahun	Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil	Sumber
1	2	3	4	5	6
Suratno, n.d. (2004)	Pengaruh <i>Environmental Performance</i> terhadap <i>Environmental Disclosure dan Economic Performance</i> .	Persamaan menggunakan <i>environmental performance</i> mengungkap informasi lingkungan perusahaan dan <i>economic performance</i> untuk mencerminkan nilai perusahaan	nya penelitian ini menguji bagaimana pengaruh <i>environmental disclosure</i> yang ditunjukkan dalam <i>sustainability report</i> terhadap <i>economic performance</i> yang dicerminkan oleh nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.	a) <i>environmental performance</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>environmental disclosure</i> . b) <i>environmental performance</i> berpengaruh secara positif signifikan terhadap <i>economic performance</i> .	<i>Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang (2006) 23-26</i>
Saputro & Hermanto (2018)	Mekanisme <i>Corporate Governance</i> , Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan.	Variabel independen yang di teliti memiliki kesamaan yaitu Kipemilikan Manajerial, variabel depedennya yaitu nilai perusahaan	pada penelitian ini menguji bagaimana pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang listing di Bursa Efek Indonesia	mekanisme <i>corporate governance</i> secara statistik berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Mekanisme <i>corporate governance</i> terdiri dari: a) kepemilikan manjerial secara <i>negatif</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, b) dewan komisaris secara <i>positif</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)
Endiana (2019)	Implementasi <i>Corporate Governance</i> Pada <i>Corporate Social</i>	Variabel independen yang di teliti memiliki kesamaan yaitu Kipemilikan Manajerial dan <i>Corporate Social Responsibility</i> variabel	CG berkedudukan sebagai variabel moderating, penelitian ini komponen CG, kepemilikan manajerial dijadikan variabel independen dan	pengungkapan CSR dan <i>corporate governance</i> berpengaruh pada nilai perusahaan.	<i>Corporate Reputation Review (2019)</i>

1	2	3	4	5	6
	<i>Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	depedennya yaitu nilai perusahaan	profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.		
Putri & Budiyanto (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Prosentase Kepemilikan Manajemen</i> sebagai Variabel <i>Moderating</i> .	Variabel independen yang di teliti memiliki kesamaan yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> variabel depedennya yaitu nilai perusahaan	variabel <i>moderating</i> yang digunakan adalah profitabilitas dan ukuran perusahaan. Terdapat penambahan satu variabel independen dalam penelitian ini yakni kepemilikan manajerial.	varaibel <i>CSR</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen (2018)
Pertiwi & Hermanto (2017)	Pengaruh struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.	Variabel depeden yang di teliti memiliki kesamaan yaitu Nilai Perusahaan.	penelitian ini kepemilikan manajerial yang diteliti adalah kepemilikan manajerial pada perusahaan pertambangan. Selain itu adanya variabel independen <i>CSR</i> serta variabel moderasi profitabilitas dan ukuran perusahaan.	kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (2018)
Wahyuni (2018)	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel <i>moderating</i>	Variabel independen yang di teliti memiliki kesamaan yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> variabel depedennya yaitu nilai perusahaan dengan variabel moderasi profitabilitas	penelitian ini ditambahkan satu variabel independen yakni GCG dan satu variabel moderating yakni ukuran perusahaan, serta terdapat perbedaan dalam objek penelitian.	variabel <i>CSR</i> berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil lainnya menunjukkan bahwa variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan <i>CSR</i> dan nilai perusahaan.	AJAR (2020)

2.2 Kerangka Pemikiran

Semakin berkembangnya perusahaan, kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Ellington merumuskan lingkup tanggung jawab perusahaan dalam model *triple bottom line* yaitu *people, planet* dan profit.

Untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan, dalam operasinya perusahaan harus memperhatikan pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan. Oleh sebab itu, muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis dengan pengembangan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penerapan *CSR* tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan. Erni (2007) dalam Joseph et al (2016) Dengan menerapkan *CSR*, diharapkan perusahaan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang. Kiroyan (2006) dalam Julia (2016) Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *CSR* akan mendapatkan respon positif dari para pelaku pasar.

Rachman et al (2011: p. 15) *CSR* adalah upaya sungguh – sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak *negatif* dan memaksimalkan dampak *positif* operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang melaksanakan *CSR* akan mendapatkan respon *positif* dari para pelaku pasar, Mengutip dari hasil penelitian Putri & Budiyanto (2018) menunjukkan bahwa *CSR* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab *social* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan Putri & Budiyanto (2018) Perusahaan dengan *environmental performance* yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Begitu pula sebaliknya, perusahaan dengan *environmental performance* yang buruk, menimbulkan keraguan bagi investor sehingga direspon

dengan negative melalui penurunan harga saham. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Suratno, n.d. (2004) yang menunjukkan bahwa *environmental performance* berpengaruh secara *positif* dan signifikan terhadap *economic performance*.

Pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan dapat menimbulkan konflik keagenan. Konflik ini terjadi akibat dari perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen untuk memaksimalkan kepentingannya masing – masing. Perbedaan kepentingan ini dapat memicu manajer untuk berperilaku curang dan tidak etis sehingga merugikan pemegang saham. Kepemilikan saham oleh manajemen dapat menjadi solusi dari permasalahan tersebut sehingga dapat mensejajarkan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham.

Menurut Sartono (2010: 487) Kepemilikan manajerial merupakan jumlah saham yang dimiliki oleh manajemen dari seluruh modal saham dalam perusahaan. Kepemilikan manajerial diasumsikan sebagai mekanisme pengendalian internal dan berfungsi sebagai monitoring positif untuk mengurangi konflik keagenan. Jensen & Meckling, (1976: 27) Pemegang saham tidak menyukai kepentingan pribadi dari manajer karena apa yang dilakukan manajer tersebut akan menambah biaya bagi perusahaan sehingga menyebabkan penurunan keuntungan perusahaan dan berpengaruh terhadap harga saham sehingga menurunkan nilai perusahaan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Manajer yang sekaligus pemegang saham akan melakukan tindakan yang meningkatkan nilai perusahaan, karena apabila nilai perusahaan meningkat maka kesejahteraannya sebagai pemegang saham juga turut meningkat. Menurut Jensen & Meckling (1976: 28) menyatakan bahwa semakin besar kepemilikan saham oleh manajemen maka semakin kuat kecenderungan manajemen untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya sehingga mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat- alat analisis keuangan. Dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, dapat digunakan suatu ukuran atau tolak ukur tertentu. Biasanya ukuran yang digunakan adalah rasio. Tujuan akhir yang ingin dicapai perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

(Brigham & Houston, 2006: 70) Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menciptakan laba dalam suatu perioda tertentu. Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba akan dapat menarik minat investor untuk berinvestasi ke dalam perusahaan tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila tingkat profitabilitas perusahaan tersebut rendah akan menyebabkan investor enggan berinvestasi lebih pada perusahaan tersebut. Profitabilitas juga penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa depan atau tidak.

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi. Semakin baik kinerja perusahaan dalam 3 aspek tersebut maka nilai perusahaan pun akan meningkat. Peningkatan nilai perusahaan ini dikarenakan investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang ramah lingkungan. Perlu diketahui, isu mengenai lingkungan sudah menjadi perhatian bagi konsumen. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne, (1996) dalam Putri & Budiyanto (2018) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Beberapa penelitian mendukung adanya hubungan yang *positif* antara profitabilitas perusahaan dan tingkat pengungkapan Singhvi dan Desai, (1971) dalam (Atyfh, 2019)

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik investor untuk menanamkan dananya guna ekspansi bisnis, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan investor menarik dananya. Bagi perusahaan sendiri, profitabilitas digunakan sebagai alat evaluasi atas efektifitas pengelolaan kegiatan operasional perusahaan.

Kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba adalah salah satu indikator dalam menilai nilai perusahaan. Laba perusahaan selain merupakan indikator suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan (Rahayu, 2010). ketika

profitabilitas tinggi akan mempengaruhi besarnya kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi laba maka nilai perusahaan akan naik, sehingga manajer yang memiliki kepemilikan saham akan berupaya melaksanakan tugasnya dengan sebaik – baiknya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Naiknya nilai perusahaan pada akhirnya juga akan meningkatkan kesejahteraannya sebagai pemegang saham.

Perusahaan dengan skala usaha yang besar cenderung akan mengungkapkan informasi kinerja perusahaan tidak terbatas pada laporan keuangan akan tetapi juga mengungkapkan laporan sosialnya untuk menghindari biaya yang akan timbul apabila tidak dilaporkannya atau tidak dilakukannya kegiatan pertanggung jawaban sosial. Menurut Jensen dan Meckling (1976: 68) menyatakan perusahaan yang lebih besar biasanya lebih mengungkapkan untuk menghindari serangan politik, permintaan untuk melakukan pertanggung jawaban sosial, peraturan yang lebih besar ancaman nasionalisme atau pemisahan entitas atau industry.

Menurut Siregar et al (2005) mengemukakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi saham semakin banyak. Sembiring (2005) dan Nofandrilla(2008) dalam (Dimara & Hadiprajitno, 2017) juga mengemukakan terdapat pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Akan tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh Rofiqkoh & Priyadi (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap struktur pendanaan perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada semakin besar ukuran kebutuhan akan dana juga semakin besar. Durnev & Kim (2005: 27) Pendanaan eksternal adalah salah satu pendanaan yang tersedia. Pendanaan eksternal dapat diperoleh melalui penerbitan saham, penerbitan obligasi dan hutang sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan pendanaan tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas *implementasi corporate governance* dalam menjalankan perusahaan. perusahaan yang memiliki kesempatan investasi yang tinggi, kebutuhan pendanaan hak – hak terhadap aliran kas perusahaan menerapkan praktik CG yang berkualitas tinggi. Perusahaan besar cenderung menarik perhatian dan sorotan dari publik sehingga akan mendorong perusahaan tersebut untuk menerapkan struktur CG yang lebih baik.

Dapat di simpulkan Profitabilitas digunakan sebagai variabel mederasi dikarenakan secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan berbanding lurus dengan semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan serta Dengan adanya kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan, ketika profitabilitas tinggi akan mempengaruhi besarnya kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen. Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi laba maka nilai perusahaan akan naik, sehingga manajer yang memiliki kepemilikan saham akan berupaya melaksanakan tugasnya dengan sebaik – baiknya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Naiknya nilai

perusahaan pada akhirnya juga akan meningkatkan kesejahteraannya sebagai pemegang saham. Ukuran perusahaan sendiri berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi sosial. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengelurakan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil Putri & Budiyanto (2018). Perusahaan dengan aset yang makin lama makin besar memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap para pemegang sahamnya namun juga dengan stakeholder yang lain, seperti masyarakat sekitar dan pemerintah. Oleh sebab itu demi menjaga hubungan baik dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, perusahaan akan lebih memperhatikan dampak usahanya terhadap sosial dan lingkungan. Selain itu perusahaan besar cenderung menarik perhatian dan sorotan dari publik sehingga akan mendorong perusahaan tersebut untuk menerapkan struktur *corporate governance* yang baik agar pendanaan dari pihak eksternal tetap stabil. perusahaan yang memiliki kesempatan investasi yang tinggi, kebutuhan pendanaan hak – hak terhadap aliran kas perusahaan menerapkan praktik CG yang berkualitas tinggi. Perusahaan besar cenderung menarik perhatian dan sorotan dari publik sehingga akan mendorong perusahaan tersebut untuk menerapkan struktur CG yang lebih baik. Kepemilikan manajemen merupakan salah satu dari elemen CG. Dengan adanya kepemilikan manajemen maka tidak ada tindakan manajer yang merugikan para pemegang saham.

Berdasarkan uraian tersebut Perusahaan dengan aset yang makin lama makin besar memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap para pemegang

sahamnya namun juga dengan *stakeholder* yang lain, seperti masyarakat sekitar dan pemerintah. Oleh sebab itu demi menjaga hubungan baik dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan, perusahaan akan lebih memperhatikan dampak usahanya terhadap sosial dan lingkungan. Selain itu perusahaan besar cenderung menarik perhatian dan sorotan dari publik sehingga akan mendorong perusahaan tersebut untuk menerapkan struktur *corporate governance* yang baik agar pendanaan dari pihak eksternal tetap stabil, maka dapat ditarik simpulan bahwa Nilai Perusahaan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Kepemilikan Manajerial dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Moderasi.

2.3 Hipotesis Penelitian

Dari kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis yang diajukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

H1 : CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sub sektor minyak dan gas bumi di Bursa Efek Indonesia.

H2 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pertambangan sub sektor minyak dan gas bumi di Bursa Efek Indonesia.

H3 : CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan sub sektor minyak dan gas bumi dengan profitabilitas sebagai variabel moderating di Bursa Efek Indonesia.

H4 : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan sub sektor minyak dan gas bumi dengan profitabilitas sebagai variabel moderating di Bursa Efek Indonesia.

H5 : CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan sub sektor minyak dan gas bumi dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating di Bursa Efek Indonesia.

H6 : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pertambangan sub sektor minyak dan gas bumi dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating di Bursa Efek Indonesia.