

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kepemilikan Institusional (*Institutional Ownership*)

2.1.1.1 Pengertian Kepemilikan Institusional (*Institutional Ownership*)

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 satu 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.

kepemilikan intitusional (*institutional ownership*) menurut Marcus, Kane dan Bodie (2011:10) adalah :

“kondisi dimana institusi memiliki saham dalam suatu perusahaan. Institusi tersebut dapat berupa institusi pemerintah, institusi swasta, domestik maupun asing”.

Sedangkan menurut Susanti (2015:7) kepemilikan institusional adalah:

“Salah satu mekanisme *good corporate governance* yang dapat mengurangi masalah teori keagenan antara perusahaan dan manajer. Sehingga tidak menimbulkan *agency cost* yang dapat menyebabkan kondisi kesulitan keuangan perusahaan”.

Menurut Nuraina (2012: 116) Kepemilikan Institusional adalah :

“Presentase saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga perusahaan asuransi, dana pensiunan, atau perusahaan lain”

Berdasarkan definisi Marcus, Kane dan Bodie (2011:10), Kusanti (2015:7), Nuraina (2012: 116) maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham oleh institusi seperti LSM, perusahaan swasta, perusahaan efek, dana pensiun, perusahaan asuransi, bank dan perusahaan-perusahaan investasi yang dapat mengurangi masalah teori keagenan antara perusahaan dan manajer. Keberadaan investor institusional dapat menunjukkan mekanisme *corporate governance* yang kuat yang dapat digunakan untuk memonitor manajemen perusahaan.

Struktur kepemilikan merupakan bentuk komitmen dari pemegang saham untuk medelegasikan pengendalian dengan tingkat tertentu kepada para manajer. Istilah Struktur kepemilikan digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel - variabel yang penting dalam struktur modal tidak hanya ditentukan oleh hutang dan ekuitas saja tetapi juga ditentukan oleh presentase kepemilikan saham oleh manajemen dan institusi.

2.1.1.2 Ukuran Struktur Kepemilikan Institusional

Adanya kepemilikan oleh investor institusional yang didefinisikan sebagai investor yang berasal dari sektor keuangan seperti perusahaan asuransi, perusahaan investasi, perbankan, dana pensiun dan kepemilikan institusi lain yang akan mendorong peningkatan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen perusahaan.

Menurut **Faizal (2011:68)** tingkat kepemilikan saham institusional dalam perusahaan diukur oleh proporsi saham yang dimiliki institusional pada akhir tahun yang dinyatakan dalam persen (%)

Rumus Institutional Ownership Ratio ini (Kanya, 2014:229) adalah:

$$\text{KPI} = \frac{\text{Number of stocks possessed by Institution}}{\text{Number of Stock out Standing}}$$

Keterangan: KPI = Kepemilikan Institusional

Menurut Marcus, Kane dan Bodie (2011:11) struktur kepemilikan institusional dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Jumlah saham institusional}}{\text{Total saham beredar}} \times 100\%$$

Rumus diatas berfungsi untuk mengetahui presentase kepemilikan institusional dengan membandingkan antara jumlah saham kepemilikan institusional dengan jumlah saham yang beredar. Peraturan Bapepam VIII G.7 Tahun 2012 Tentang Penyajian dan Pengungkapan Keuangan Emiten atau Perusahaan Publik terkait hak pihak institusional untuk memperoleh saham hingga lebih dari 5% dari saham yang ditawarkan.

Pada penelitian ini penulis melakukan proksi pengukuran kepemilikan institusional dengan rumus yang di kemukakan oleh Marcus, Kane dan Bodie (2011:11) dikarenakan menggambarkan secara rinci dan detail serta merepresentasikan nilai yang sesungguhnya dari kepemilikan institusional.

2.1.2 Agency Cost

2.1.2.1 Pengertian *agency cost*

Agency cost timbul akibat konsekuensi dari adanya *agency problem* yang terjadi di perusahaan. Perbedaan tujuan manajer sebagai agen dan pemegang saham sebagai prinsipal seringkali menjadi awal mula terjadinya *agency problem* yang berakibat pada *agency cost* yang dikeluarkan itu sendiri.

Menurut Lin (2006) :

“konsep ekonomi mengenai biaya pemilik (principal) baik organisasi, perseorangan atau sekelompok orang, ketika pemilik (principal) memilih atau menyewa seorang "agen" untuk bertindak atas namanya. Kedua belah

pihak memiliki kepentingan yang berbeda dan agen memiliki informasi lebih banyak , maka pemilik (principal) tidak bisa secara langsung memastikan bahwa agenny a selalu bertindak dalam kepentingan yang terbaik bagi pemilik (principal). ”

Menurut Sinaga (2009) :

“Pihak prinsipal dapat membatasi perbedaan kepentingannya dengan memberikan insentif yang layak kepada agen dan harus bersedia mengeluarkan biaya pengawasan atau *monitoring cost* untuk mencegah penyimpangan (*hazard*) dari agen. Hal tersebut dinamakan dengan biaya keagenan atau *agenc cost*”

Menurut Stephen A.Ross, dkk dalam Irham Fahmi (2010:92):

“Biaya keagenan langsung dapat memiliki dua bentuk. Jenis yang pertama adalah suatu pengeluaran perusahaan yang menguntungkan manajemen namun merugikan pemegang saham. Jenis biaya keagenan langsung yang kedua adalah suatu beban yang timbul akibat adanya kebutuhan untuk mengawasi tindakan-tindakan manajemen”.

Menurut Jensen, M. C. (1986) dalam A Rashid (2015):

“agency cost is the interaction of company's growth opportunities with its free cash flows.”

Yang artinya :

“agency cost adalah interaksi antara growth opportuniy perusahaan dengan free cash flow-nya.”

Berdasarkan kutipan-kutipan pengertian *agency cost* di atas, *agency cost* adalah pemberian insentif atau biaya pengawasan yang harus dikeluarkan *principal* kepada agen untuk mencegah penyimpangan, yang juga berarti penggunaan aliran kas untuk bonus atau pengeluaran-pengeluaran yang tidak perlu yang dilakukan oleh manajer atas *free cash flow*.

2.1.2.2 Metode Pengukuran *Agency Cost*

Agency cost diukur berdasarkan *Discretionary expense* terhadap penjualan bersih, yang merupakan proksi dari *agency cost* (Lin, 2006). *Discretionary expense* adalah beban yang dikeluarkan berdasarkan kebijaksanaan seorang manajer. Beban ini meliputi beban operasi, beban non operasi, beban bunga, serta gaji dan upah (Lin, 2006). *agency cost* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Agency\ cost = \frac{Discretionary\ expense}{Penjualan\ bersih}$$

Adapun menurut Ang *et al* (2000) *agency cost* dapat dirumuskan dengan menggunakan jumlah operasi, umum dan administrasi (OGA), rumus yang digunakan untuk OGA adalah:

$$OGA = \frac{Jumlah\ beban\ operasi,\ umum\ dan\ administrasi}{Total\ penjualan}$$

Menurut Jensen, Michael C., & Meckling, William H. (1976) *Agency cost* dapat diproksikan dengan *Managerial ownership* dikarenakan *agency cost* merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengurangi konflik keagenan antara pemegang saham dengan para manajer, rumus yang digunakan untuk *Managerial ownership* adalah :

$$\text{Managerial ownership} = \frac{\text{saham yang dimiliki oleh direksi dan komisaris}}{\text{saham yang beredar}}$$

Agency cost dapat diproksi kan dengan rasio hutang apabila terjadi peningkatan hutang yang akan menurunkan skala konflik antara pihak pemegang saham dan manajemen. Apabila perusahaan memerlukan kredit, maka harus siap untuk dievaluasi dan dimonitor oleh pihak eksternal dan akan mengurangi konflik antara pemegang saham dengan manajemen. Proksi ini disebut sebagai DEBT yang dapat dirumuskan dengan:

$$DEBT = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Agency cost dapat juga dilakukan pengukurannya dengan menggunakan aliran kas bebas. Sesuai dengan teori keagenan, apabila perusahaan mempunyai aliran arus kas bebas, manajer perusahaan mendapat tekanan dari pemegang saham untuk membagikannya dalam bentuk deviden. Hal ini dilakukan untuk mencegah pihak manajemen menggunakan aliran kas bebas untuk melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan tujuan perusahaan dan cenderung merugikan para pemegang saham. Oleh karena itu pihak manajemen membagikan aliran kas bebas agar dapat menekan biaya agensi atau *agency cost* (Pradessya) dalam Sinaga. (2009:47). Adapun aliran kas bebas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Aliran arus kas bebas} = \frac{\text{net operating after tax} - \text{investasi bersih pada modal oprasi}}{\text{Total aktiva}}$$

Dari beberapa pernyataan pengukuran *Agency cost* diatas dapat kita simpulkan bahwa *Discretionary expense* dapat dikatakan sebagai proksi yang tepat guna menghitung *Agency cost*, dikarenakan *Discretionary expense* menggambarkan keseluruhan beban uang didalam teorinya, *agency cost* melibatkan keseluruhan beban yang terjadi didalam perusahaan selama satu periode baik itu beban oprasi dan beban non oprasi atau beban-beban lainnya. Lin (2006) mengatakan bahwa :

“ *agency cost* adalah biaya atau pemberian insentif yang layak kepada manajer serta biaya pengawasan dan juga penggunaan kas untuk bonus atau pengeluaran yang tidak perlu yang digunakan manajer atas aliran kas bebas.”

Oleh karena itu, pernyataan yang dikemukakan oleh Lin (2006) semua sudah termasuk didalam perhitungan *Discretionary expense*.

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Definisi Profitabilitas Menurut Munawir (2014:33), definisi profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rentabilitas atau profitability adalah menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rentabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivitya secara produktif, dengan demikian rentabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.”

Menurut Agus Sartono (2014:122), profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dengan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri.”

Selain itu menurut Hery (2016:152) profitabilitas adalah:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laba rugi dan neraca”.

Berdasarkan definisi diatas dapat diketahui bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba selama periode tertentu dengan modal atau aktiva atau likuiditas yang dimiliki oleh perusahaan.

2.1.3.2 Pengertian Rasio Profitabilitas

Salah satu cara memperoleh informasi yang bermanfaat dari laporan keuangan perusahaan adalah dengan melakukan analisis rasio keuangan, salah satunya adalah rasio profitabilitas.

Menurut I Made Sudana (2011:22) definisi rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan.”

Menurut James C. Van Horne dan John M. Wachowicz, Jr. (2012:180) yang dialihbahasakan oleh Quratul'ain Mubarakah pengertian rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas adalah rasio yang menghubungkan laba dengan penjualan dan investasi.”

Sedangkan menurut Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston (2010:146) yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yuliyanto adalah sebagai berikut:

“Rasio profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen asset, dan hutang ada hasil operasi.”

Menurut Fahmi (2015:135) pengertian rasio profitabilitas adalah sebagai berikut:

“Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.”

Berdasarkan definisi dari berbagai sumber di atas dapat diketahui bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang dapat menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan dapat digunakan oleh perusahaan dalam menilai tingkat pengembalian investasi dan penjualan berdasarkan dari jumlah laba yang diperoleh perusahaan.

2.1.3.3 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015:197), tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas adalah sebagai berikut: Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;

2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;

Adapun manfaat yang diperoleh dari rasio profitabilitas adalah untuk:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;

2.1.3.4 Pengukuran Profitabilitas

Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara. Menurut I Made Sudana (2011:22), berikut adalah cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan. Cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. *Return On Assets (ROA)*
- b. *Return On Equity (ROE)*
- c. *Profit Margin Ratio*
- d. *Basic Earning Power*
- e. *Earning Per Share (EPS)*

Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa dihasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut: *Return on Assets (ROA) = Earning After Taxes Total Assets*

2. *Return on Equity (ROE)*

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut: *Return on Equity (ROE) = Earning After Taxes Total Equity*

3. *Profit Margin Ratio*

Profit margin ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit margin ratio* dibedakan menjadi:

- a. *Net Profit Margin*, Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. NPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:
$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Taxes Sales}}{\text{Sales}}$$
- b. *Operating Profit Margin*, Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba. OPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:
$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes Sales}}{\text{Sales}}$$
- c. *Gross Profit Margin*, Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi. GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:
$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Gross Profit Sales}}{\text{Sales}}$$

4. *Basic Earning Power*, Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Earning Before Interest and Taxes}}{\text{Total Assets}}$$

5. *Earning per Share (EPS)* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. *Earning per Share (EPS)* dapat dijadikan sebagai indikator tingkat nilai perusahaan. *Earning per Share (EPS)* juga merupakan salah satu cara untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. Hasil yang lain menyatakan bahwa informasi terpenting bagi investor dan analisis sekuritas adalah laba per lembar saham (Jogiyanto, 2003:24). Dengan kata lain bila perusahaan ingin meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, maka harus memusatkan perhatiannya pada laba per lembar saham (*EPS*), sehingga jika *EPS* suatu perusahaan tidak memenuhi harapan para pemegang sahamnya, maka keadaan ini akan berdampak pada harga saham dan deviden yang rendah. Penjelasan di atas dapat diketahui bahwa hubungan antara laba per lembar saham dengan harga saham sangat erat.

Lukman Syamsudin (2013:66) mengemukakan, *Earning per Share*

(EPS) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Earning Per Share (EPS)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Jumlah Saham Yang Beredar}}$$

Membeli saham berarti membeli prospek perusahaan, yang tercermin pada laba per saham. Jika laba per saham lebih tinggi, maka prospek perusahaan lebih baik, sementara jika laba per saham lebih rendah berarti kurang baik, dan laba per saham negatif berarti tidak baik. (Mohamad Samsul, 2016:167).

Salah satu metode pengukuran profitabilitas yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah *Earning per shares* (EPS). Dengan alasan bahwa rasio ini mengukur keberhasilan dalam mencapai keuntungan bagi para pemilik saham dalam perusahaan. Hasil yang lain menyatakan bahwa informasi terpenting bagi investor dan analisis sekuritas adalah laba per lembar saham (Jogiyanto, 2003:24). Dengan kata lain bila perusahaan ingin meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, maka harus memusatkan perhatiannya pada laba per lembar saham (EPS), sehingga jika EPS suatu perusahaan tidak memenuhi harapan para pemegang sahamnya, maka keadaan ini akan berdampak pada harga saham dan deviden yang rendah.

2.1.4 Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial)

2.1.4.1 Pengertian Corporate Social Responsibility

CSR sebagai sebuah konsep yang semakin populer belakangan ini, belum memiliki definisi yang tunggal, yang dapat diterapkan dalam sebuah perusahaan,

namun ada beberapa definisi yang dapat di jadikan acuan dalam pengungkapan CSR.

Menurut Edi Suharto (2010,4):

“Tanggung Jawab Sosial perusahaan adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistic, melembaga, dan berkelanjutan.”

Menurut Bambang Rudito dan Melia Famiola (2013,12):

Tanggung Jawab Sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) pada dasarnya adalah sebuah kebutuhan bagi corporate untuk dapat berinteraksi dengan komunitas lokal sebagai bentuk masyarakat secara keseluruhan.

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan professional. (Suharto, 2008 dalam Edi Suharto, 2010:5) Draft ISO 26000 (2008) dalam Edi Suharto (2010,10):

“CSR adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.”

Menurut Budi Untung (2008:11) *Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Berdasarkan pengertian dari beberapa teori diatas menyimpulkan bahwa tanggung jawab social adalah perusahaan tidak hanya melakukan aktivitas yang dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri, tetapi suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada (Hadi, 2011).

2.1.4.2 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Crowther David (2008) dalam Nor Hadi (2014:59) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) sebagai berikut :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya dimasa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan.
2. *Accountability*, upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktifitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas perusahaan dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan. menunjukkan bahwa tingkat keluasaan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggungjawab perusahaan menentukan legitimasi stakeholders eksternal, serta meningkatkan transaksi dalam perusahaan.

3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transaksi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal.”

2.1.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*

Menurut Princes of Wales Foundation dalam Hendrik Budi Untung (2008:11) ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi *Corporate Social Responsibility*, yaitu :

1. Menyangkut *human capital* atau pemberdayaan manusia.
2. *Environments* yang berbicara tentang lingkungan.
3. *Good Corporate Governance* yaitu mekanisme bagaimana sumber daya perusahaan dialokasikan menurut aturan hak dan kuasa.
4. *Social cohesion*, artinya dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial.
5. *Economic strength* atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian di bidang ekonomi.

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan publik, apabila dilihat dari investor *global* yang memiliki idealisme tertentu, dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility*, saham perusahaan dapat lebih bernilai. Investor akan rela membayar mahal karena kita membicarakan tentang *sustainability* dan *acceptability*. Sebab itu terkait dengan risiko bagi investor. Investor

menyumbangkan *social responsibility* dalam bentuk premium nilai saham. Itu sebabnya ada pembahasan tentang *corporate social responsibility* pada *annual report*, karena investor ingin bersosial dengan membayar saham perusahaan secara premium. Kalau perusahaan anda tergolong *high-risk* investor akan menghindar. Jadi, dari uraian tersebut tampak bahwa faktor yang mempengaruhi implementasi *corporate social responsibility* adalah komitmen pemimpin perusahaan, ukuran dan kematangan perusahaan serta regulasi dan sistem perpajakan yang diatur pemerintah.

2.1.4.4 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan

Hendriksen (2010) dalam Ni Nyoman Yintayani (2011) mendefinisikan pengungkapan:

“sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Bentuk pengungkapan pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Bentuk pengungkapan pada dasarnya bersifat wajib (mandatory) dan sukarela (voluntary)”.

Perusahaan melakukan pengungkapan baik informasi keuangan maupun non keuangan agar dapat meningkatkan nilai perusahaan. Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan perusahaan adalah informasi tentang tanggung jawab social perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*”.

Setiap pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan,

sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK)

No.1 (Revisi 2009) paragraf kedua belas:

“Entitas dapat pula menyajikan, terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (value added statement), khususnya bagi industri dimana faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut di luar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.”

Ketentuan mengenai kegiatan tanggung jawab sosial di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang menyatakan bahwa setiap perseroan atau penanaman modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan tanggung jawab sosial perusahaan juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya. Dengan demikian tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela. (Wahyudi dan Azheri, 2008 dalam Ni Nyoman Yintayani, 2011).

Pelaporan atau pengungkapan biaya tanggung jawab sosial dapat dilakukan perusahaan dengan cara menyajikannya ke dalam laporan keuangan tahunan. Hal tersebut dimaksudkan agar otoritas, pemegang saham (investor),

kreditor, dan stakeholder lainnya dapat mengetahui secara pasti tentang komitmen dan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan. Pengungkapan informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. (Sembiring, 2005).

2.1.4.5 Bentuk-Bentuk *Corporate Social Responsibility* Perusahaan

Menurut Bambang Rudito dan Meila Famiola (2013:108-110) bentuk tanggung jawab sosial perusahaan dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu: *Public Relations*, Strategi Defensif, dan Keinginan yang tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi perusahaan.

Public Relations merupakan usaha untuk menanamkan persepsi positif kepada masyarakat tentang kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Biasanya berbentuk kampanye yang tidak terkait sama sekali dengan produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Bentuk ini lebih ditekankan pada penanaman persepsi tentang perusahaan dengan perusahaan membuat suatu kegiatan sosial tertentu dan khusus sehingga tertanam dalam image masyarakat bahwa perusahaan tersebut banyak melakukan kegiatan sosial sampai anggota masyarakat tidak mengetahui produk apa yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan. Atau sebaliknya masyarakat mengetahui produk yang dihasilkan oleh perusahaan, akan tetapi tertanam dibenak masyarakat bahwa perusahaan yang bersangkutan selalu menyisihkan sebagian keuntungannya untuk kegiatan sosial.

Strategi Defensif merupakan usaha yang dilakukan oleh perusahaan guna menangkis anggapan negative masyarakat luas yang sudah tertanam terhadap kegiatan perusahaan terhadap karyawannya, dan biasanya untuk melawan serangan negative yang pada umumnya berbicara tentang aktivitas dari perusahaan yang bersangkutan yang negative terhadap suatu hal. Usaha tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan adalah untuk mengubah anggapan yang berkembang sebelumnya dengan menggantinya dengan yang baru sebagai suatu anggapan baru yang bersifat positif.

Keinginan yang tulus untuk melakukan kegiatan yang baik yang benar-benar berasal dari visi perusahaan yaitu dengan melakukan program untuk kebutuhan masyarakat atau komunitas sekitar perusahaan atau kegiatan perusahaan yang berbeda dari hasil perusahaan itu sendiri. Kegiatan perusahaan dalam konteks ini adalah sama sekali tidak mengambil suatu keuntungan secara materil tetapi berusaha untuk menanamkan kesan baik terhadap komunitas. Biasanya bentuk keinginan tulus suatu perusahaan dalam kegiatan tanggung jawab sosial nya adalah berkaitan erat dengan kebudayaan perusahaan yang berlaku (*Corporate Culture*). Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dari perusahaan yang bersangkutan didorong oleh kebudayaan yang berlaku di perusahaan, sehingga secara otomatis dalam kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan yang bersangkutan sudah tersirat etika dari perusahaan tersebut.

2.1.4.6 Global Reporting Initiative (GRI)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen pengukuran CSR *Disclosure* berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah organisasi nonprofit yang memiliki *concern* terhadap *sustainability development*. Sampai saat ini belum ada standar baku yang mengatur tentang pengungkapan CSR. Sehingga sejumlah institusi menciptakan item laporan yang bisa berlaku universal untuk semua perusahaan. Pada umumnya perusahaan menggunakan konsep dari GRI (*Global Reporting Initiative*) sebagai acuan dalam penyusunan pelaporan CSR.

Konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI adalah konsep *sustainability report* yang muncul sebagai akibat dari konsep *sustainability development*. Dalam *sustainability report* digunakan metode *triple bottom line*, yang tidak hanya melaporkan sesuatu yang diukur dari sudut pandang ekonomi saja tetapi juga dari sudut pandang sosial dan lingkungan.

GRI Guidelines Versi 3 menyebutkan bahwa, perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standar disclosure. Kategori CSR menggunakan standar dari GRI berisi 6 indikator yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Dalam indikator tersebut terdapat kategori yang berjumlah 79 indikator (ekonomi 9 kategori, lingkungan 30 kategori, tenaga kerja 14 kategori, hak asasi manusia 9 kategori, sosial 8 kategori, dan produk 9 kategori) jenis kategori. Indikator GRI ini dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Rincian untuk indikator pengungkapan sosial dapat dilihat sebagai berikut.

1. Aspek: Kinerja Ekonomi

- a Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
- b Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
- c Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
- d Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.

2. Aspek : Kehadiran Pasar

- a. Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
- b. Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
- c. Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.

3. Aspek: Dampak Ekonomi Tidak Langsung

- a. Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura, atau pro bono.
- b. Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.

4. Aspek: Material

- a. Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume.
- b. Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang.

5. Aspek: Energi

- a. Penggunaan Energi Langsung dari Sumberdaya Energi Primer.
- b. Pemakaian Energi Tidak Langsung berdasarkan Sumber
- c. Penghematan Energi melalui Konservasi dan Peningkatan Efisiensi.
- d. Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
- e. Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai.

6. Aspek: Air

- a. Total pengambilan air per sumber.
- b. Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air.
- c. Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang.

7. Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati).

- a. Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang diproteksi (dilindungi?) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi.
- b. Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi).
- c. Perlindungan dan Pemulihan Habitat.
- d. Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
- e. Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Species) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi.

8. Aspek: Emisi, Efluen dan Limbah

- a. Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati.
- b. Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya diperinci berdasarkan berat.
- c. Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya.
- d. Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozonedepleting substances/ODS) diperinci berdasarkan berat.
- e. NO_x, SO_x dan emisi udara signifikan lainnya yang diperinci berdasarkan jenis dan berat.
- f. Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan.
- g. Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode pembuangan.
- h. Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan.
- i. Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional.
- j. Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan

dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor.

9. Aspek: Produk dan Jasa

- a. Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut.
- b. Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori.

10. Aspek: Kepatuhan

- a. Nilai Moneter Denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan.

11. Aspek: Pengangkutan/Transportasi

- a. Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan.

12. Aspek: Menyeluruh

- a. Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan .

13. Aspek: Pekerjaan

- a. Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan, dan wilayah.
- b. Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah.
- c. Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya.

14. Aspek: Tenaga kerja / Hubungan Manajemen

- a. Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut.
- b. Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut.

15. Aspek: Kesehatan dan Keselamatan Jabatan

- a. Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan.

- b. Tingkat kecelakaan fisik, penyakit karena jabatan, hari-hari yang hilang, dan ketidakhadiran, dan jumlah kematian karena pekerjaan menurut wilayah.
- c. Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya.
- d. Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan.

16. Aspek: Pelatihan dan Pendidikan

- a. Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan.
- b. Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur akhir karier.
- c. Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur.

17. Aspek: Keberagaman dan Kesempatan Setara

- a. Komposisi badan pengelola/pengusaha dan perincian karya-karyawan tiap kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain.
- b. Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan.

18. Aspek : Praktek Investasi dan Pengadaan

- a. Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia.
- b. Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM.
- c. Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan.

19. Aspek: Nondiskriminasi

- a. Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan

20. Aspek: Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul

- a. Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.

21. Aspek: Pekerja Anak

- a. Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diidentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut.

22. Aspek: Kerja Paksa dan Kerja Wajib

- a. Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib.

23. Aspek: Praktek/Tindakan Pengamanan

- a. Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi.

24. Aspek: Hak Penduduk Asli

- a. Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil.

25. Aspek: Komunitas

- a. Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri.

26. Aspek: Korupsi

- a. Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi.
- b. Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi.
- c. Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi.

27. Aspek: Kebijakan Publik

- a. Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan publik.
- b. Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi.

28. Aspek: Kelakuan Tidak Bersaing

- a. Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti-trust, dan praktek monopoli serta sanksinya.

29. Aspek: Kepatuhan

- a. Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan.

30. Aspek: Kesehatan dan Keamanan Pelanggan

- a. Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut.
- b. Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk.

31. Aspek: Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa

- a. Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk.

- b. Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei yang mengukur kepuasan pelanggan.

32. Aspek: Komunikasi Pemasaran

- a. Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship.
- b. Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya.

33. Aspek: Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan

- a. Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan.

34. Aspek: Kepatuhan

- a. Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa.

2.1.4.7 Metode Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility diukur dengan cara yaitu setiap item pengungkapan CSR dalam instrumen 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. Dimana instrumen pengukuran dalam checklist yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrument yang dibuat oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang dapat diperoleh melalui situs www.globalreporting.org. Dalam GRI terdapat 79 indikator pengungkapan yang terbagi lagi dalam 3 kategori yaitu ekonomi, lingkungan dan sosial. Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut (Edi Suharto, 2010) :

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

Keterangan :

$CSRI_{ij}$ = *Corporate Social Responsibility* index perusahaan j tahun i

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

N_j = Jumlah item perusahaan j, $N_j \leq 79$

Pada tahun 2014 melalui situs www.globalreporting.org dalam GRI meningkatkan indikator *Corporate Social Responsibility* menjadi 91 indikator pengungkapan yang tetap terbagi dalam 3 kategori yaitu ekonomi, lingkungan dan social. Menurut edi Suharto (2014) Rumus perhitungan pengungkapan CSR adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

$CSRI_{ij}$ = *Corporate Social Responsibility* index perusahaan j tahun i

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

N_j = Jumlah item perusahaan j, $N_j \leq 91$

Pada penelitian ini penulis melakukan pengukuran terhadap *Corporate Social Responsibility* dengan rumus yang dikemukakan oleh edi Suharto (2014) dikarenakan ini adalah perhitungan yang sudah dilakukan *upgrade* dengan melengkapi jumlah indikator yang tertera.

2.1.5 Saham

2.1.5.1 Pengertian Saham

Saham merupakan salah satu instrumen pasar modal yang paling diminati investor karena memberikan tingkat keuntungan yang menarik. Saham dapat

didefinisikan sebagai tanda penyertaan modal seorang atau sepihak (badan usaha) dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Dengan menyertakan modal tersebut, maka pihak tersebut memiliki klaim atas pendapatan perusahaan, klaim atas aset perusahaan, dan berhak hadir dalam rapat umum pemegang saham (RUPS).

Menurut Sapto (2006:31) saham adalah

“Surat berharga yang merupakan instrumen bukti kepemilikan atau penyertaan dari individu atau institusi dalam suatu perusahaan. Sedangkan menurut istilah umumnya, saham merupakan bukti penyertaan modal dalam suatu kepemilikan saham perusahaan”.

Menurut Husnan Suad (2008:29) pengertian saham adalah sebagai berikut

“Saham adalah secarik kertas yang menunjukkan hak pemodal yaitu pihak yang memiliki kertas tersebut untuk memperoleh bagian dari prospek atau kekayaan organisasi yang menerbitkan sekuritas tersebut, dan berbagai kondisi yang memungkinkan pemodal tersebut menjalankan haknya”.

Sedangkan menurut Fahmi (2012:81)

“Saham merupakan salah satu instrument pasar modal yang paling banyak diminati oleh investor, karena mampu memberikan tingkat pengembalian yang menarik. Saham adalah kertas yang tercantum dengan jelas nilai nominal, nama perusahaan, dan diikuti dengan hak dan kewajiban yang telah dijelaskan kepada setiap pemegangnya”.

Kemudian menurut Darmadji dan Fakhruddin (2012:5)

“Saham (stock) merupakan tanda penyertaan atau pemilikan seseorang atau badan dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas. Saham

berwujud selembar kertas yang menerangkan bahwa pemilik kertas tersebut adalah pemilik perusahaan yang menerbitkan surat berharga tersebut”.

Besarnya pengaruh suara ketika RUPS tergantung dari besarnya jumlah lembar saham yang dimiliki oleh investor, semakin besar jumlah lembar saham yang dimiliki semakin berpengaruh suara yang dikeluarkan oleh seorang investor begitu juga sebaliknya. Para pemegang saham juga berhak memperoleh deviden yang dibagikan oleh perusahaan. Pemegang saham pun juga menanggung resiko sebesar saham yang dimiliki. Saham sebagai salah satu cara untuk menilai perusahaan semakin tinggi harga sahamnya maka semakin tinggi nilai perusahaannya.

2.1.5.2 Return Saham

Return saham menurut Jogiyanto (2013) :

“Merupakan Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain – lain.”

Menurut Samsul (2016: 291) *return* saham adalah :

“Pendapatan yang dinyatakan dalam persentase dari modal awal investasi.”

Nor Hadi (2013:194) menyatakan bahwa *return*(kembalian) saham adalah ;

“Tingkat keuntungan yang dinikmati oleh pemodal atas suatu investasi

yang dilakukannya.”

Pendapatan investasi dalam saham ini merupakan keuntungan yang diperoleh dari jual beli saham, dimana jika untung disebut *capital gain* dan jika rugi disebut *capital loss*.. Memperoleh *return* yang maksimal merupakan motivasi para investor untuk melakukan investasi. Tanpa *return*, tentunya para investor tidak akan tertarik untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan. Jadi, alasan investor melakukan investasi untuk memperoleh *return*. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan menurut penulis bahwa *return* merupakan tingkat keuntungan atau kerugian yang diperoleh dari suatu investasi. *Aktual return* adalah *return* yang terjadi pada waktu t yang merupakan selisih dari harga sekarang relatif terhadap harga sebelumnya.

2.1.5.2.1 Pengukuran Return Saham

Aktual *Return* tiap perusahaan dapat dihitung dengan rumus:

$$R_t = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan :

- a. P_t : Harga saham individual perusahaan i pada waktu t
- b. P_{t-1} : Harga saham individual perusahaan i pada waktu $t-1$.
- c. R_t : *Return* Aktual

Ketidakpastian selalu dihadapkan pada setiap investor yang

menanamkan modalnya terhadap *return* yang akan diperoleh dan risiko yang akan dihadapi oleh investor tersebut. Semakin besar *return* yang diharapkan akan diperoleh dari investasi, semakin besar risikonya, sehingga dikatakan bahwa *return* memiliki hubungan positif dengan risiko ketika melakukan investasi. Risiko yang lebih tinggi biasanya mendapatkan *return* yang lebih tinggi pula. Pada penelitian ini mengukur *return* saham berdasarkan *return* aktual perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel Penelitian Terdahulu 2.1

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Widyanti dan Haryanto(2013)	Pengaruh Faktor Fundamental dan Volume Terhadap Return Saham (studi kasus pada perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar di BEI periode 2007– 2010)".	variabel independen adalah <i>Debt to Total Asset Ratio</i> (DTA), <i>Earning Per Share</i> (EPS), dan Volume Perdagangan, sedangkan variabel dependennya adalah <i>Return</i> saham	bahwa DTA, EPS, dan Volume Perdagangan berpengaruh secara signifikan terhadap <i>Return</i> Saham pada perusahaan <i>Real Estate and Property</i> yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.

2.	Arista (2012)	Analisis Faktor–Faktor yang mempengaruhi <i>Return Saham</i> (Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang <i>Go Public</i> di BEI periode tahun 2005–2009)	variabel independen adalah ROA, DER, EPS, dan PBV, sedangkan variabel dependen adalah <i>Return Saham</i>	ROA tidak terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i> , DER terbukti mempunyai pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap <i>Return Saham</i> , EPS tidak terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i> , dan PBV terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>Return Saham</i> .
3.	Etty Murwaningsari (2012)	Pengaruh struktur kepemilikan terhadap <i>Return saham</i>	Variable dependen: <i>return saham</i> Variabel independent : struktur kepemilikan	Kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial memiliki positif dan pengaruh yang signifikan terhadap <i>return saham</i> .sedangkan control variable keuntungan atau kerugian atas mata uang, ukuran dan volatilitas laba juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>return saham</i> , hanya negative laba hipotesis tidak dapat dibuktikan

4.	Lestari (2011)	Pengaruh Price Earning Ratio (PER).Equity (ROE), dan Earning Per Share (EPS) terhadap <i>Return Saham</i>	variabel independen adalah PER, Equity (ROE), dan EPS, sedangkan variabel dependen adalah <i>Return Saham</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel PER, ROE dan EPS berpengaruh terhadap <i>Return Saham</i> , secara parsial PER dan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i> dan bernilai negatif. Begitu pula secara parsial EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Return Saham</i>
5	Susilowati dan Turyanto (2013)	Reaksi Signal Profitabilitas dan Rasio Solvabilitas Terhadap <i>Return Saham</i> Perusahaan	variabel independen adalah EPS, NPM, ROA, ROE, dan DER, sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah <i>Return Saham</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa DER terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return Saham</i> , sedangkan EPS, NPM, ROA, dan ROE tidak berpengaruh terhadap <i>Return Saham</i> perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2006 sampai dengan 2008.

6	Dwiatma Patriawan (2010)	Analisis pengaruh Earning Per Share (EPS), Return On Equity (ROE), dan Debt ToEquityRatio (DER) terhadap harga dan <i>Return Saham</i>	Menggunakan variabel independen DER. Variabel dependen harga dan <i>Return Saham</i>	Secara parsial: Variabel DER secara parsial tidak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap harga dan <i>return saham</i> .
7	Achmad Rizkiansyah (2011)	Analisis Pengaruh ROA, ROE, NPM dan EPS Terhadap <i>Return Saham</i> perusahaan	Menggunakan variabel independen NPM. Variabel dependen <i>Return Saham</i> .	Secara parsial: Variabel NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return Saham</i> .
8	E. Amaliah Itabillah (2012)	Pengaruh CR, QR, NPM, ROA, EPS, ROE, DER dan PBV Terhadap Return Saham Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI	Menggunakan variabel independen DER dan NPM. Variabel dependen <i>Return Saham</i>	Secara parsial: variabel DER berpengaruh dan signifikan terhadap <i>Return Saham</i> sedangkan NPM tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap <i>Return Saham</i> . Secara Simultan: Variabel DER dan NPM bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap <i>Return Saham</i> .

9	Dwi Murtiningsih (2013)	Pengaruh ROA, ROE, NPM, EPS, dan DER Terhadap Tingkat <i>Return</i> Saham	Menggunakan variabel independen DER dan NPM. Variabel dependen <i>Return</i> saham	Secara parsial: Variabel DER berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan, sedangkan variabel NPM berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Return</i> saham. Secara Simultan: Variabel DER dan NPM bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap <i>Return</i> saham.
10	Trisanto (2010)	Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility (CSR) dan pengungkapan penulsi laporan keuangan (full disclosure of financial statement) terhadap <i>return</i> saham	Variabel independen: pengungkapan CSR dan pengungkapan penuh laporan keuangan Variabel dependen: <i>Return</i> saham	bahwa secara parsial pengungkapan CSR berpengaruh terhadap " <i>Return</i> saham". Untuk pengungkapan penuh laporan keuangan berdasarkan penelitian ini tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap harga saham". Sedangkan secara simultan keduanya berpengaruh hanya sebesar 0,3% terhadap <i>Return</i> saham

11	Anwar,dkk (2010)	pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dan <i>Return</i> saham	Variabel independen: Corporate Social Responsibility (CSR) ROA, ROE,EVA Variabel dependen: <i>Return</i> Saham	Kinerja keuangan Perusahaan yang di ukur dengan ROA, ROE dan EVA berpengaruh positif pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada laporan keuangan perusahaan. (2) Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE) dan Economic Value Added (EVA) dan CSR berpengaruh positif terhadap <i>Return</i> .Pengungkapan Corporate Social Responsibility memberi pengaruh positif terhadap hubungan antara kinerja keuangan perusahaan dan <i>Return</i> saham di pasar modal.
12	Yeye susilowati dan tri turyanto (2011)	Reaksi signal rasio profitabilitas dan rasio solvabilitas terhadap return saham	Menggunkan variabel bebas : Earnings Per Share, Net Profit Margin, Return On Asset, Return On Equity, Debt Equity Ratio. Menggunakan variabel terikat <i>Return</i> saham	Adanya pengaruh positif dan signifikan antara DER dan <i>return</i> saham pada perusahaan tersebut, sedangkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara EPS,NPM,ROA,ROE terhadap <i>return</i> saham.

13	Riantani dan Faisal (2012)	Pengaruh Standar keuangan, <i>Agency cost</i> terhadap <i>return</i> saham	Menggunakan variabel bebas : standar keuangan dan <i>Agency cost</i> Menggunakan variabel terikat <i>Return</i> saham	simultan <i>agency Cost</i> tidak mempengaruhi <i>Return</i> saham secara signifikan. Karena menurutnya <i>agency cost</i> hanya terjadi apabila bagian kepemilikan manajer atas saham perusahaan memiliki saham kurang dari 100%.
14	Nurkharomi (2017)	Pengaruh pertumbuhan perusahaan dan <i>Agency cost</i> terhadap <i>return</i> saham	Menggunakan variabel bebas : pertumbuhan perusahaan dan <i>Agency cost</i> Menggunakan variabel terikat <i>Return</i> saham	<i>return</i> saham dengan <i>agency cost</i> secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan dikarenakan adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi <i>return</i> saham menjadi sesuatu yang dapat membuat <i>return</i> saham berubah secara signifikan.
15	Claudia Refani Chandra (2017)	Pengaruh <i>Agency cost</i> terhadap <i>return</i> saham	Menggunakan variabel bebas : <i>Agency cost</i> Menggunakan variabel terikat <i>Return</i> saham	<i>agency cost</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>return</i> saham. Dikarnakan <i>agency cost</i> dikatagorikan sebagai expensive yang mempengaruhi laba perusahaan bukan terhadap <i>return</i> saham, semakin tinggi biaya keagenan muncul akan menyebabkan laba perusahaan mengalami penurunan dari semestinya.

2.3 Kerangka Pemikiran

Sebuah perusahaan selalu mengharapkan bisnis yang dapat berjalan lancar agar dapat mencapai tujuannya menjalankan bisnis yang menguntungkan serta mempertahankan nilai perusahaan dan meningkatkan nilai agar dapat memaksimalkan kesejahteraan *stakeholders*. Seiring perkembangan perekonomian, investasi di pasar modal di Indonesia mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Instrumen pasar modal bertambah dan berkembang di masyarakat seperti saham, obligasi, dan reksadana. Perkembangan pasar modal menjadi indikator pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Investasi merupakan suatu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih dari satu aset selama periode tertentu dengan harapan dapat memperoleh penghasilan dan atau peningkatan nilai investasi. Investasi dapat dibagi mejadi dua yaitu langsung dan tidak langsung. Contoh investasi langsung adalah membeli aset keuangan yang dapat diperjualbelikan di pasar uang, pasar modal atau pasar turunan. Contoh investasi tidak langsung adalah membeli reksadana (Jogiyanto Hartono, 2011) Ada beberapa faktor yang menunjukkan dapat mempengaruhi investasi yaitu likuiditas saham, *callability*, deviden, frekuensi pembelian penjualan saham dan kualitas / *rating* / peringkat saham (Tandelilin, 2010). Dalam penelitian ini, penulis hanya akan menggunakan faktor struktur kepemilikan

institusional, *agency cost*, *Earnings Per Shares*, dan *corporate social responsibility*.

2.3.1 Pengaruh Struktur Kepemilikan institusional Terhadap *Return Saham*

Perusahaan yang telah *listing* atau *go public* biasanya memiliki struktur kepemilikan menyebar. Menurut I Made Sudana (2011;11) 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”.

Penelitian yang dilakukan Sudarma (2009) menghasilkan kesimpulan bahwa: “struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional) saham berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.”

Hal ini memberikan asumsi bahwa semakin berkurangnya komposisi kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional serta meningkatnya kepemilikan publik akan berpengaruh terhadap naiknya nilai perusahaan.

Etty Murwaningsari (2012) menyebutkan bahwa :

“struktur kepemilikan institusional dan struktur kepemilikan manajerial

memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Return* saham.”

Menurut Sinaga (2009) menyatakan bahwa :

"Institutional ownership will have a positive impact on company performance and the company's ability to generate profits because institutional ownership reduces costs that should not be incurred by the company."

Artinya :

“kepemilikan institusional akan memberikan dampak positif terhadap kinerja perusahaan serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dikarenakan kepemilikan institusional mengurangi biaya-biaya yang tidak seharusnya dikeluarkan oleh perusahaan.”

Dini Nuraeni (2010) menunjukkan bahwa :

“kepemilikan institusional dan kepemilikan asing dalam perusahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Return* saham, sedangkan kepemilikan manajerial dan kepemilikan publik tidak berpengaruh terhadap *Return* saham.”

2.3.2 Pengaruh Agency Cost Terhadap Return Saham

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut.

Kepemilikan ini akan mensejajarkan kepentingan manajemen dengan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976). Dengan demikian maka kepemilikan saham oleh manajemen merupakan insentif bagi para manajer untuk meningkatkan kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi dalam

menghasilkan laba dan meningkatkan *return* saham perusahaan. Alternatif yang lain adalah meningkatkan kepemilikan institutional sebagai agen pengawasan.

Moh'd *et al.*, (1998) dalam Aryani, EthaRizki (2011) menyatakan bahwa :

"Distribution of shares between shareholders from outside, namely institutional ownership can reduce agency costs and increase corporate profits and increase company stock returns, because ownership represents a source of power that can be used to support or otherwise to the existence of management. The existence of ownership by institutional investors such as insurance companies, banks, investment companies and ownership by other institutions will encourage increased optimal oversight of management performance ".

Artinya adalah :

“Distribusi saham antara pemegang saham dari luar yaitu kepemilikan institutional dapat mengurangi *agency cost* dan meningkatkan laba perusahaan serta meningkatkan *return* saham perusahaan , karena kepemilikan mewakili suatu sumber kekuasaan yang dapat digunakan untuk mendukung atau sebaliknya terhadap keberadaan manajemen. Adanya kepemilikan oleh institutional investor seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen”.

Agency cost merupakan ongkos atau risiko yang terjadi ketika pemegang saham membayar manajer untuk menjalankan sebuah tugas dimana kepentingan manajer bertentangan atau tidak selaras dengan kepentingan pemegang saham. Pemegang saham menghendaki manajer menjalankan perusahaan dengan kaidah-kaidah yang memungkinkan maksimalisasi nilai saham, sementara manajer berkepentingan membangun bisnis melalui ekspansi secara cepat yang bisa jadi malah menurunkan harga saham perusahaan.

Pengaruh konflik antara pemegang saham dengan manajer akan

menurunkan nilai perusahaan yang akan berdampak langsung terhadap *return* saham, kerugian inilah yang merupakan *agency cost equity* bagi perusahaan, dimana *agency cost* dapat di prokisikan dengan *Disretionary expense* terhadap penjualan bersih (Lin, 2006).

Menurut hasil penelitian Fadah (2007) bahwa :

“variabel dividen kas, risiko maupun biaya keagenan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *return* Saham.”

2.3.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Return* Saham

Perusahaan yang memperoleh laba positif setiap tahunnya mencerminkan bahwa kondisi keuangan perusahaan sedang dalam kondisi sehat, namun apabila perusahaan yang memiliki laba yang negatif dan selama beberapa tahun tidak membayar deviden merupakan indikator bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami kesulitan keuangan dan akan menyebabkan *return* dari perusahaan kepada investor semakin sedikit.

Berkaitan dengan pengaruh antara *Earning per Share* (EPS) dengan harga saham dikemukakan oleh Brigham dan Houston (2009:33-34) yang diterjemahkan oleh Ali Akbar Yulianto :

“Terdapat korelasi yang tinggi antara *Earning per Share*, arus kas dan *return* saham, dan ketiganya umumnya juga akan meningkat jika penjualan perusahaan meningkat”.

Yustini (2018) menyatakan bahwa :

“It can be concluded that the profitability is proxied by the *Earning per Share* (EPS), the valuation of which is proxied by the price to book value (PBV), size (total asset of the company) is able to affect the disclosure of stock return. While profitability is proxied by total asset turnover (TATO) and managerial discretion proxied by CEO tenure has not been able to influence the disclosure of stock return.”

Menurut Eduardus Tandelilin (2010) mengungkapkan bahwa:

“Variabel keuangan dari profitabilitas yang dapat dijadikan sebagai komponen utama dalam analisis fundamental adalah *Return On Equity*, karena terdapat hubungan antara perubahan *Return On Equity* dengan perubahan harga saham”.

Menurut Elizar Sinambela (2013:13) mengungkapkan bahwa:

“bahwa profitabilitas yang di proksikan oleh *Earning per Share* (EPS) mempunyai pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap Return Saham dimana tingkat signifikansinya lebih besar dari alpha.

Selanjutnya Henny Septiana Amalia (2010) menyatakan bahwa:

“setiap peningkatan profitabilitas melalui *Earning per Share* (EPS) dapat mempengaruhi peningkatan Return Saham dengan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti Rasio *Return On Asete*, *Earning Per Share*, *Dividend Pay Out Ratio*, rasio-rasio likuiditas yang lain.”

Dengan nilai *Earning per Share* (EPS) yang tinggi artinya perusahaan tersebut menguntungkan usahanya dan akan meningkatkan deviden yang akan diterima oleh investor. begitupun sebaliknya, apabila *Earning per Share* (EPS) rendah menandakan bahwasannya kinerja perusahaan tidak berjalan seperti yang seharusnya dan menyebabkan berkurangnya *return* yang seharusnya dapat diterima oleh investor dan membuat persepsi

investor terhadap suatu perusahaan menjadi tidak baik.

2.3.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Return Saham*

Corporate Social Responsibility adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial-ekonomi kawasan secara holistik, melembaga, dan berkelanjutan (Suharto, 2010, h.4). Secara umum CSR dimaknai sebuah cara dengan mana perusahaan berupaya mencapai sebuah keseimbangan antara tujuan- tujuan ekonomi, lingkungan, dan sosial masyarakat, seraya tetap merespon harapan- harapan para pemegang saham dan pemangku kepentingan

Cheng dan Christiawan (2011) menyatakan bahwa :

“sebagai salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan para *stakeholders* lainnya, perusahaan seringkali terlibat dalam kegiatan CSR.”

Menurut Suparno 2010 menyatakan bahwa:

“tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Return Saham*.”

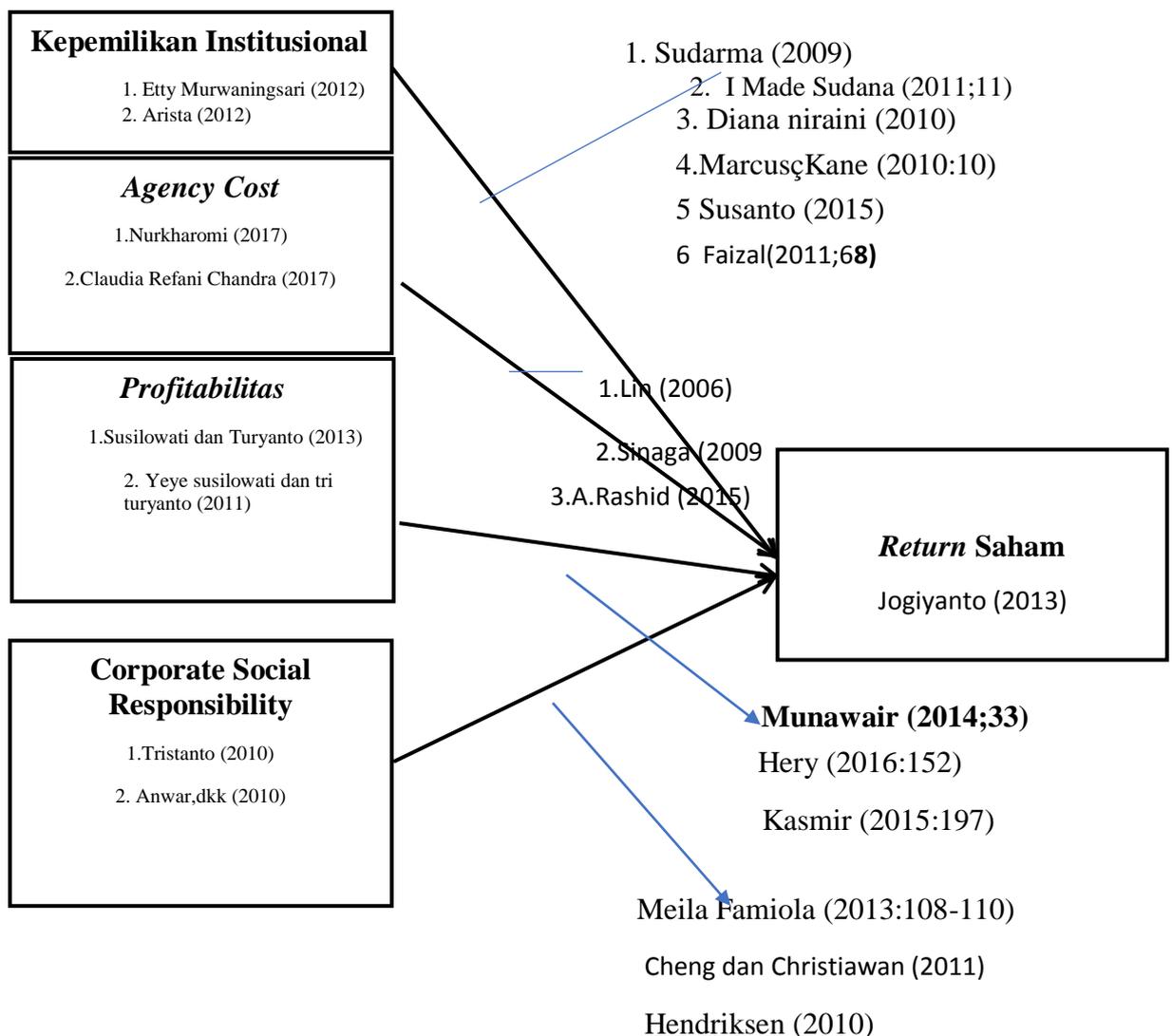
Sedangkan menurut Yuliana Sari (2015) menyatakan bahwa:

“pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap *Return Saham* dikarenakan penting bagi investor untuk memahami dan memperhatikan *Corporate Social Responsibility* guna membantu investor dalam mengambil keputusan serta sikap dalam berinvestasi”.

Menurut Hidayansyah dan Putri Fika (2015) tentang hasil penelitian menunjukkan jika:

“indikator yang valid sebagai alat ukur konstruk CSR pada sektor properti adalah indikator lingkungan, Hak Asasi Manusia (HAM) dan masyarakat, sedangkan indikator ekonomi dan sosial tidak valid. Indikator kinerja keuangan yang valid sebagai alat ukur konstruk hanya MVA, sedangkan NPM, PER, quick ratio dan EVA, tidak valid sebagai alat ukur konstruk. Sedangkan return saham valid sebagai alat ukur konstruk harga saham.”

Dari hasil pengujian hipotesis terlihat CSR berpengaruh nyata



2.1 Gambar Model Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik. (Sugiyono, 2015: 64)

Berdasarkan uraian-uraian dari kerangka pemikiran yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis 1 = Terdapat Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap *Return Saham*

Hipotesis 2 = Terdapat Pengaruh *Agency Cost* (Biaya Agen) terhadap *Return Saham*

Hipotesis 3 = Terdapat Pengaruh Profitabilitas terhadap *Return Saham*

Hipotesis 4 = Terdapat Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return Saham*

Hipotesis 5 = Terdapat Pengaruh *Struktur Kepemilikan Agency Cost*, Profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return Saham*