

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Penelitian Terdahulu**

Dalam sebuah penelitian, sangat dibutuhkan penelitian terdahulu sebagai bahan pertimbangan atau alat ukur atas hasil penelitian. Sehingga referensi tersebut diharapkan dapat menjadi pembanding keakuratan dan kejelasan dalam penelitian yang akan dilakukan peneliti.

Penelitian pertama yaitu penelitian yang dilakukan oleh Puspaningrum (2017) dengan judul pengaruh *corporate social responsibility* dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating (studi empiris pada perusahaan pertambangan di bursa efek indonesia). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 17 perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian kedua yaitu penelitian yang dilakukan oleh Tambalean, Manossoh, Runtu (2018) dengan judul pengaruh kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 60 perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel yang diteliti tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ketiga yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sinarmayarani, Suwitho (2016) dengan judul pengaruh kepemilikan institusional dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui kebijakan dividen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 11 perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keempat yaitu penelitian yang dilakukan oleh Patrisia, Fitra, Febrianti (2019) dengan judul pengaruh kepemilikan keluarga dan kepemilikan

institusional terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 119 perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan keluarga dengan pengukuran dummy keterlibatan dalam jajaran direksi atau komisaris memiliki pengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Sementara kepemilikan Institusional memiliki tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Budiyanto dengan judul pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 24 perusahaan yang digunakan sebagai sampel penelitian. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, kepemilikan manajerial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian keenam yaitu penelitian yang dilakukan oleh Gherghina dan Vintilă (2016) dengan judul *exploring the impact of corporate social responsibility policies on firm value: the case of listed companies in romania*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan 65 perusahaan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap *firm value*.

Penelitian ketujuh yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ilmi, Kustono, Sayekti (2017) dengan judul *effect of good corporate governance, corporate social responsibility disclosure and managerial ownership to the corporate value with financial performance as intervening variables: case on indonesia stock exchange*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 61 perusahaan yang digunakan sebagai sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good corporate governance* (GCG) dan *Financial performance* berpengaruh terhadap *corporate value*. Sedangkan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) dan *Managerial Ownership* tidak berpengaruh terhadap *corporate value*.

Penelitian kedelapan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Handriani dan

Robianto (2019) dengan judul *institutional ownership, independent board, the board size, and firm performance: evidence from indonesia*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 293 sampel yang digunakan dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Institutional ownership*, dan *the board size* tidak berpengaruh signifikan terhadap *firm performance* sedangkan *independent board* berpengaruh signifikan terhadap *firm performance*.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Teori Keagenan**

Jensen dan Meckling (dalam Syarifah Rahmawati, 2017) mendefinisikan konflik keagenan sebagai suatu kontrak dimana satu orang atau lebih (pihak prinsipal) memperkerjakan orang lain (pihak agen) dan memberikan wewenang kepada pihak agen untuk membuat keputusan yang berpihak kepada kepentingan prinsipal. Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*.

Perbedaan kepentingan antara principal dengan agen dapat menimbulkan permasalahan yang dikenal dengan asimetri informasi. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan agent memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal. Akibat adanya informasi yang tidak seimbang (asimetri informasi) ini, dapat menimbulkan permasalahan yang disebabkan karena adanya kesulitan principal memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan *agent*.

Teori agensi menunjukkan bahwa perusahaan dapat dilihat sebagai suatu hubungan konflik antara pemegang sumber daya. Suatu hubungan agensi muncul ketika satu atau lebih individu, yang disebut pelaku mempekerjakan satu atau lebih individu lain yang disebut agen, untuk melakukan layanan tertentu dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan kepada agen.

Hubungan utama agensi dalam bisnis adalah antara pemegang saham dengan manajer dan pemegang saham dengan *debtholders*. Hubungan ini tidak selalu harmonis walaupun memang teori keagenan berkaitan dengan konflik agensi atau konflik kepentingan antara agen dan pelaku. Hal ini memiliki implikasi, untuk tata

kelola perusahaan dan etika bisnis. Ketika agensi terjadi, cenderung menimbulkan biaya agensi (biaya yang dikeluarkan dalam rangka untuk mempertahankan hubungan agensi yang efektif), misalnya menawarkan bonus kinerja manajemen untuk mendorong manajer bertindak untuk kepentingan pemegang saham (Giriati, 2016). Oleh karena itu, teori keagenan telah muncul sebagai model yang dominan dalam literatur ekonomi keuangan, dan secara luas dibahas dalam konteks etika bisnis.

Menurut Jensen dan Meckling (Rahmawati, 2017) penunjukan manajer oleh pemegang saham untuk mengelola perusahaan akan memunculkan perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Perbedaan sangat mungkin terjadi karena para pengambil keputusan tidak perlu menanggung resiko sebagai akibat adanya kesalahan dalam pengambilan keputusan bisnis, begitu pula jika mereka tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Resiko tersebut sepenuhnya ditanggung oleh para pemilik. Karena tidak menanggung resiko dan tidak mendapat tekanan dari pihak lain dalam mengamankan investasi para pemegang saham, maka pihak manajemen cenderung membuat keputusan yang tidak optimal. Kondisi ini akan menimbulkan masalah keagenan.

Salah satu cara untuk mengurangi konflik keagenan adalah dengan meningkatkan kepentingan manajerial. Perusahaan meningkatkan kepemilikan manajerial untuk mensejajarkan kedudukan manajerial dengan pemegang saham sehingga bertindak sesuai dengan keinginan pemegang saham. Dengan peningkatan persentase kepemilikan, manajer termotivasi meningkatkan kinerja dan bertanggungjawab meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga akan mempengaruhi tingkat nilai perusahaan.

## **2.2.2. Nilai Perusahaan**

### **2.2.2.1. Pengertian Nilai Perusahaan**

Nilai menurut Suharli (Arifianto dan Chabachib, 2016) adalah perspektif pasar, pasar mendikte tingkat nilai pengembalian. Nilai bervariasi tergantung dari kemampuan perusahaan didalam menggeneralisasi arus kas prospektif, kecuali didalam keadaan yang tidak lazim dimana aktiva bersih yang dilikuidasi mempunyai nilai yang lebih besar. Maka dapat membantu investor dalam

menentukan nilai perusahaan. Untuk mengerti nilai yang sesungguhnya, seorang penilai harus mempunyai pandangan jangka panjang.

Nilai perusahaan merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh investor. Kemakmuran pemegang saham atau investor tersebut tercermin dari nilai perusahaan. Dengan kata lain, nilai perusahaan merupakan ukuran kinerja manajer keuangan. Kweon (dalam Akhmadi dan Ariandini, 2018) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka pemilik perusahaan akan menjadi lebih makmur. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar seluruh komponen keuangan perusahaan yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual yang tercermin dari harga sahamnya. Dengan kata lain, nilai perusahaan juga bisa disebut sebagai persepsi investor atau masyarakat umumnya terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Nilai perusahaan dapat menunjukkan keadaan pasar saham terhadap perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan maka dapat menunjukkan ke publik dalam menilai harga pasar saham perusahaan di atas nilai bukunya, sehingga ketika nilai perusahaan meningkat berarti publik menilai kinerja dan performa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik, serta tujuan utama perusahaan dapat tercapai melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Menurut Suharli (dalam Sofiatin, 2020), penilaian perusahaan mengandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan judgement. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu nilai ditentukan oleh suatu waktu atau periode tertentu, nilai harus ditentukan pada harga yang wajar, serta penilaian tidak dipengaruhi oleh sekelompok pembeli tertentu.

Secara umum, banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penelitian perusahaan. Beberapa teknik dan metode penilaian perusahaan diantaranya adalah (Sofiatin, 2020):

- a. Pendekatan laba antara metode rasio tingkat laba dan metode kapitalisasi proyek laba;
- b. Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas;
- c. Pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen.;

- d. Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva;
- e. Pendekatan harga saham;
- f. Pendekatan *economic value added*.

#### **2.2.2.2. Rasio Nilai Pasar**

Menurut Sumiati dan Indrawati (2019), rasio ini menghubungkan harga saham perusahaan dengan profit, *cash flow*, dan nilai buku perusahaannya. Rasio ini memberi indikasi kepada manajemen tentang bagaimana pandangan investor terhadap risiko dan kinerja suatu perusahaan pada masa yang akan datang. Berikut ini adalah rasio-rasio nilai pasar:

- a. Nilai Buku (*Book Value/BV*) adalah rasio harga yang dihitung dengan membagi total aset bersih dengan total saham yang beredar.
- b. Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value (PBV)* merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. Nilai perusahaan diukur dengan PBV. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini mencerminkan kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan tersebut. Rasio ini dianggap menguntungkan atau meningkat apabila proksi PBV diatas nilai satu.

#### **2.2.3. Corporate Social Responsibility**

##### **2.2.3.1. Pengertian Corporate Social Responsibility**

*Corporate social responsibility* adalah komitmen perusahaan atas dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Hery, 2017). Konsep *corporate social responsibility* melibatkan tanggungjawab kemitraan antara pemerintah, Lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggungjawab bersama secara sosial antara *stakeholders*. Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).

Anggraina (Hasanah, et al, 2017) menyatakan bahwa *sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategic yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. *Sustainable development* didefinisikan sebagai pembangunan untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang, tanpa mengurangi kemampuan generasi selanjutnya untuk memenuhi kebutuhannya (Pahlawati et al., 2019). Tujuannya adalah membuat keputusan dan menjalankan program dan proyek dalam sebuah tindakan yang memberikan keuntungan maksimal terhadap lingkungan alam, makhluk hidup serta budaya dan komunitas mereka sambil tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja keuangan.

#### **2.2.3.2. Manfaat *Corporate Social Responsibility***

Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan agar tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek saja, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Menurut Kartini (Lobo, 2016) menegaskan bahwa setiap perusahaan yang mengimplementasikan CSR dalam aktivitas usahanya akan mendapatkan 5 (lima) manfaat utama yaitu meningkatkan profitabilitas dan kinerja finansial yang lebih kokoh, misalnya lewat efisiensi lingkungan, meningkatkan akuntabilitas, *assessment* dan komunitas investasi, mendorong komitmen karyawan karena mereka diperhatikan dan dihargai, menurunkan kerentanan gejolak dengan komunitas, dan mempertinggi reputasi dan *corporate branding*.

Pelaksanaan program *corporate social responsibility* belum sepenuhnya

diterima oleh masyarakat, itu disebabkan oleh minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan *corporate social responsibility* (Lobo, 2016). Dari penjelasan tersebut tampak bahwa manfaat CSR bagi perusahaan yaitu mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, mereduksi risiko bisnis perusahaan, melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha, membuka peluang pasar yang lebih luas, mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah, memperbaiki hubungan dengan regulator, meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan dan peluang mendapatkan penghargaan.

## **2.2.4. Kepemilikan Manajerial**

### **2.2.4.1. Pengertian Kepemilikan manajerial**

Menurut Tarigan (Riyadhoh et al., 2018), kepemilikan manajerial merupakan kondisi di mana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut juga sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan.

Menurut Wahidahwati (Purnamasari, 2017), kepemilikan manajerial didefinisikan sebagai tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, misalnya seperti direktur, manajemen, dan komisaris.

Dari berbagai pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial merupakan suatu kondisi di mana pihak manajemen perusahaan memiliki rangkap jabatan yaitu jabatannya sebagai manajemen perusahaan dan juga pemegang saham dan berperan aktif dalam pengambilan keputusan yang dilaksanakan.

Menurut Luciana (Rahmawati, 2017), manajer dalam menjalankan operasi perusahaan seringkali bertindak bukan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, akan tetapi justru tergoda untuk meningkatkan kesejahteraan dirinya sendiri. Kondisi ini akan mengakibatkan munculnya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajerial. Konflik yang disebabkan oleh pemisahan antara kepemilikan dan fungsi pengelolaan dalam teori keuangan disebut sebagai konflik keagenan atau *agency conflict*.

Kondisi tersebut di atas akan berbeda jika manajer memiliki rangkap jabatan yaitu sebagai manajer dan juga sekaligus sebagai pemegang saham. Menurut Jensen (Arthawan, 2018), secara teoritis ketika kepemilikan manajerial rendah maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Adanya kepemilikan manajerial dipandang dapat menyelaraskan adanya potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen.

#### **2.2.4.2. Pengukuran Kepemilikan Manajerial**

Menurut Putu (Riyadi, 2017), kepemilikan manajerial diukur dengan proporsi saham yang dimiliki perusahaan pada akhir tahun dan dinyatakan dalam persentase. Semakin besar kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang notabene adalah mereka sendiri. Menurut Pujiati (dalam Putri dan Christiana, 2017), proksi kepemilikan manajerial adalah dengan menggunakan persentase kepemilikan manajer, komisaris, dan direktur terhadap total saham yang beredar.

#### **2.2.5. Kepemilikan Institusional**

Menurut Kadir (Azhari dan Nuryanto, 2019) kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi. Sukasih dan Sugiyanto (2017) menjelaskan umumnya institusi menyerahkan tanggung jawab kepada divisi tertentu untuk mengelola investasi perusahaan. Institusi yang memantau secara profesional perkembangan investasinya akan mengakibatkan tingkat pengendalian terhadap tindakan manajemen sangat tinggi maka potensi kecurangan dapat ditekan.

Elisabet dan Mulyani (2019) menyatakan bahwa investor institusional dianggap mampu menggunakan informasi laba periode sekarang untuk memprediksi laba di masa yang akan datang dibandingkan dengan investor non institusional. Selain itu, kepemilikan perusahaan oleh pihak luar memiliki kekuatan besar untuk mempengaruhi perusahaan yaitu melalui kritikan atau komentar yang semuanya dianggap publik atau masyarakat (Ula et al., 2018).

Dwiyani (2017) menjelaskan adanya kepemilikan institusional akan mengubah pengelolaan perusahaan yang awalnya berjalan sesuai keinginan pribadi

menjadi perusahaan yang berjalan sesuai pengawasan. Harnida (Umi Khoryah, 2019) pengawasan yang efektif dari pihak institusi menjadikan pihak manajemen termotivasi untuk bekerja lebih baik dalam menunjukkan kinerjanya. Kepemilikan institusional dimungkinkan dapat meningkatkan untuk segera melaporkan laporan keuangan yang sesuai dengan ketentuan dari peraturan yang telah ditetapkan.

### **2.3. Hubungan Antar Variabel**

#### **2.3.1. Hubungan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan**

*Stakeholder theory* berpandangan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan sosial sebagai salah satu tanggungjawab kepada para stakeholder. Dengan melakukan pengungkapan CSR, pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat (Hasanah, 2017).

Dengan perusahaan melaksanakan CSR maka perusahaan akan memperoleh banyak manfaat diantanya adalah produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan di lihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan (Pahlawati, 2019). Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **2.3.2. Hubungan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan**

Kepemilikan manajerial sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena prosentase kepemilikan yang dimiliki oleh manajemen akan menjadi motivasi dalam menentukan besarnya praktik nilai perusahaan yang akan di lakukan oleh agent. Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Salah satunya adalah penelitian Wulan Aminatus Sholichah (2015), Aprilia Anita dan Arief Yulianto (2015) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Jadi, hasil pengujian ini membuktikan bahwa manajer dalam hal ini memegang peran penting karena manajer melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, serta pengambilan keputusan.

H<sub>2</sub> :Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

### **2.3.3. Hubungan Kepemilikan Insitutional Terhadap Nilai Perusahaan**

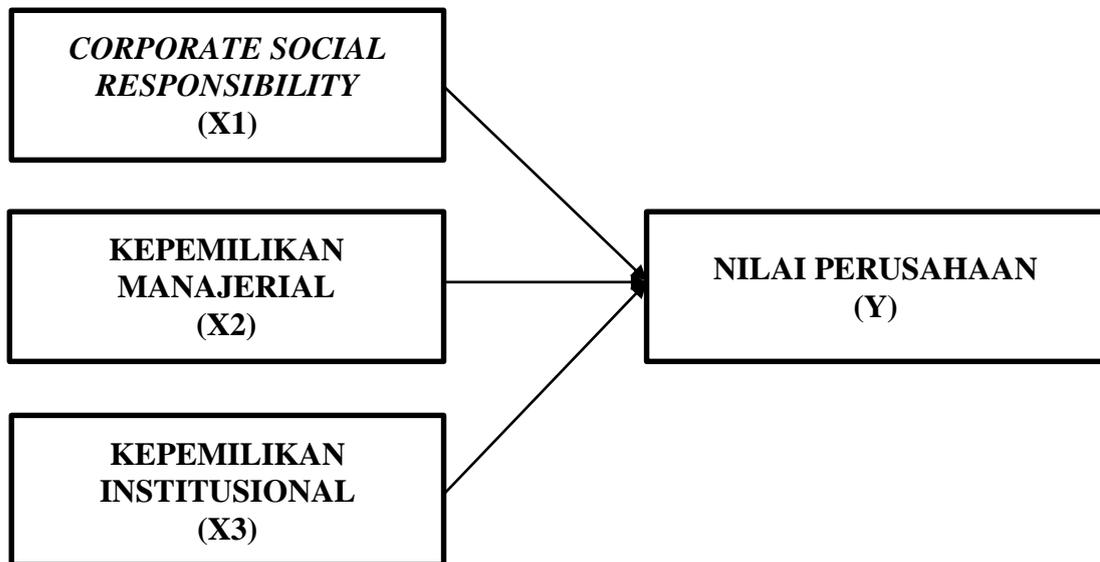
Kepemilikan insitutional dapat menjadi salah satu pilihan dalam perusahaan guna memonitoring perusahaan. Karena dengan adanya tingkat kepemilikan yang cukup tinggi maka akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Seorang manajer yang mempunyai kepemilikan insitutional akan dituntut untuk tidak mudah percaya, sehingga dengan pengawasan yang ketat tindakan tersebut akan berkurang. Tindakan nilai perusahaan dapat di kurangi apabila tingkat kepemilikan insitutional tinggi. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian dari Wulan Aminatus Sholichah (2015), yang telah menguji tentang pengaruh kepemilikan insitutional yang berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, Jadi apabila kepemilikan insitutional dapat bekerja secara optimal maka monitoring tersebut akan menjamin kemakmuran untuk pemegang saham, dan pengaruh kepemilikan insitutional sebagai agen pengawas ditekan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal.

H<sub>3</sub>: Kepemilikan Insitutional Berpengaruh Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Kerangka penelitian atau kerangka teoritis merupakan model konseptual dari sebuah teori atau kumpulan teori yang memberikan penjelasan logis mengenai hubungan satu atau beberapa faktor yang berhasil diidentifikasi sebagai faktor penting untuk menjelaskan masalah yang akan diteliti. Berikut ini merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian



Gambar 2.1.diatas merupakan kerangka penelitian yang diajukan peneliti. Dalam penelitian ini garis solid melambangkan hubungan secara parsial antara variabel *corporate social responsibility*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional terhadap harga saham. Sedangkan garis putus-putus melambangkan pengaruh bersama sama dari ketiga variabel independen terhadap nilai perusahaan.