

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Penelitian ini memfokuskan pada bidang akuntansi keuangan dan akuntansi manajemen yang merupakan pendekatan ilmu ekonomi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kepemilikan manajerial, *profitabilitas* dan *corporate value* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.1.1 Kepemilikan Manajerial

2.1.1.1 Pengertian Kepemilikan Manajerial

“Kepemilikan manajerial merupakan kondisi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan (Tarigan, Josua dan Yulius Yogi Christiawan, 2007: 2)”. Wahidahwati (2002: 607) “mendefinisikan kepemilikan manajerial sebagai tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, misalnya direktur, manajemen, dan komisaris”.

Kepemilikan manajerial merupakan kondisi dimana manajer perusahaan merangkap jabatan sebagai manajemen perusahaan sekaligus pemegang saham yang turut aktif dalam pengambilan keputusan. Manajer dalam menjalankan operasi perusahaan seringkali bertindak bukan untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham, melainkan justru tergoda untuk meningkatkan kesejahteraannya sendiri (Wahyudin Zakarsyi, 2012).

Kondisi tersebut akan mengakibatkan munculnya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajerial. “Konflik yang disebabkan oleh pemisahan antara kepemilikan dan fungsi pengelolaan dalam teori keuangan disebut konflik keagenan” (Luciana Spica Almiliadan Meliza Silvy dan Meliza, 2006 : 2). Kondisi tersebut tentunya akan berbeda jika kondisi manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham.

Ketika kepemilikan manajerial rendah maka kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Manajer sekaligus pemegang saham tentunya akan menyelaraskan kepentingannya sebagai manajer dengan kepentingannya sebagai pemegang saham. Maka, manajer akan bertindak hati-hati dalam mengambil keputusan karena akan turut menanggung hasil keputusan yang diambil (Jensen dan Meckling, 1976)

Kepemilikan manajerial diukur dengan proporsi saham yang dimiliki perusahaan pada akhir tahun dan dinyatakan dalam persentase. Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial dalam perusahaan maka manajemen akan berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang notabene adalah mereka sendiri (Putu Anom Mahadwartha, 2003). (Kartika Nuringsih, 2005: 113)

Kepemilikan manajerial dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{MNJR} = \frac{\text{Jumlah saham direksi, komisaris dan manajer}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Menurut Downes dan Goodman (1999) (dalam Murwaningsari, 2009 : 32) “kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut

dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan”. Berdasarkan teori keagenan, perbedaan kepentingan antara manajer dan pemegang saham ini mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*.

Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajer terhadap perusahaan semakin kecil, sebaliknya semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Angraini, 2006).

2.1.2 Profitabilitas

“*Profitability is the net result of a series of policies and decisions*” (Brigham, 2001:36). Perusahaan harus berada dalam keadaan menguntungkan (*Profitable*) karena tanpa adanya keuntungan akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar. Para kreditor, pemilik perusahaan dan terutama pihak manajemen perusahaan akan berusaha meningkatkan keuntungan ini, karena disadari betul betapa pentingnya arti keuntungan bagi masa depan perusahaan.

Handono Mardiyanto (2009:54) *profitabilitas* adalah “mengukur kesanggupan perusahaan untuk menghasilkan laba”. Sedangkan menurut Sutrisno

(2009:16) “*profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya”.

Profitabilitas merupakan elemen penting dalam menjamin kelangsungan perusahaan, adanya kemampuan memperoleh laba dengan menggunakan semua sumber daya perusahaan maka tujuan-tujuan perusahaan akan dapat tercapai. Penggunaan semua sumber daya tersebut memungkinkan perusahaan untuk memperoleh laba yang tinggi. Laba merupakan hasil dari pendapatan oleh penjualan yang dikurangkan dengan beban pokok penjualan dan beban-beban lainnya (Handono Mardiyanto, 2009).

Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan rasio diantaranya rasio *return on assets (ROA)*, *return on equity (ROE)*, *net profit margin (NPM)*, dll. Penelitian ini menggunakan rasio *return on assets (ROA)*, karena *return on assets (ROA)* merupakan suatu rasio *profitabilitas* yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. Rasio ini merupakan suatu ukuran untuk menilai seberapa besar tingkat pengembalian dari aset yang dimiliki, apabila rasio ini tinggi maka menunjukkan adanya efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan. (Soelistyoningrum, 2011).

Return On Assets (ROA) “Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar *Return On Assets (ROA)* suatu perusahaan, semakin

besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset” (Mamduh, 2012: 102).

Return On Asset (ROA) dapat dihitung dengan rumus, yaitu:

$$\text{ReturnOnAssets} = \frac{\text{Laba(Rugi)bersihsetelahpajak}}{\text{TotalAset}} \times 100\%$$

Sumber : Agnes Sawir (2012: 20)

Keterangan :

Net profit after tax = laba bersih setelah pajak
Total asset = total aktiva

Heinze (1976) dalam Fahrizqi (2010) menyatakan bahwa *profitabilitas* merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Dalam hasil penelitian Fahrizqi (2010) menyatakan secara parsial *profitabilitas* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan arah positif.

2.1.3 Corporate Value

Nilai perusahaan (*corporate value*) merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut *theory*

of the firm adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*) (Salvatore dalam Tri Kartika,2012) .

“Memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan, harga pasar saham juga menunjukkan nilai perusahaan “(Agus Sartono, 2001:8).Samuel (2000) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Morck (1998), Mc Connell dan Servaes (1990), Steiner (1996), Cho (1998), Itturiaga dan Sanz (1998), Mark dan Li (2000) dalam Suranta dan Machfoedz (2003) menyatakan bahwa hubungan struktur kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan merupakan hubungan non-monotonik. Hubungan non-monotonik antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan di sebabkan adanya insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka cenderung berusaha untuk melakukan pensejajaran kepentingan dengan *outside owners* dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan yang berasal dari investasi meningkat.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diartikan sebagai nilai pasarkarena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun

komisaris. Wennerfield (1988) di dalam Suranta dan Machfoedz (2003) menyebutkan bahwa *tobin's q* dapat digunakan sebagai alat ukur dalam menentukan kinerja perusahaan. *Tobin's q* dihitung dengan membandingkan nilai pasar ekuitas dan nilai buku dari total hutang dengan nilai buku dari total aktiva dan total hutang (Agus Sartono, 2001:8).

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D} \quad (1)$$

Dimana:

Q : nilai perusahaan

EMV (nilai pasar ekuitas) : *closing price* x jumlah saham yang beredar)

D : nilai buku dari total hutang

EBV: nilai buku dari total aktiva.

Nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Selain itu dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan agar nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai perusahaan, karena kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan perusahaan tersebut baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham untuk mendorong kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* (Gapensi, 1996 dalam Wahidawati, 2002).

2.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Meskipun *Corporate Social Responsibility (CSR)* baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun tanggung jawab sosial sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen (1953) (dalam Dwi Kartini, 2009).

Carroll (dikutip dari Dwi Kartini, 2009), *Corporate Social Responsibility (CSR)* memuat komponen-komponen *Economic responsibilities, Legal responsibilities, Ethical responsibilities, Discretionary responsibilities*.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*, yang melebihi tanggung jawab sosial di bidang hukum (Kurnianto, 2011). *The word business council for sustainable development (WBCSD)* mendefinisikan *Corporate Social Responsibility (CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan, sebagai: “*Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*”

Diharapkan komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas (Wibisono 2007).

Kotler dan Lee (2005) dalam (Solihin 2009): “*corporate social responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources*”. Kotler dan Lee memberikan penekanan pada kata *discretionary* yang berarti kegiatan *corporate social responsibility (CSR)* semata-mata merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas dan bukan merupakan aktifitas bisnis yang diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan seperti kewajiban untuk membayar pajak atau kepatuhan perusahaan terhadap undang-undang ketenagakerjaan. Kata *discretionary* juga memberikan nuansa bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* haruslah perusahaan yang telah menaati hukum dalam pelaksanaan bisnisnya (solihin, 2009).

Menurut undang-undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 : “Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme alami sebuah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh. Sebagaimana diketahui, cara-cara perusahaan untuk memperoleh keuntungan kadang-kadang merugikan orang lain, baik itu yang tidak disengaja apalagi yang disengaja. Dikatakan sebagai mekanisme alamiah karena *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah konsekuensi dari dampak keputusan-keputusan ataupun kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh perusahaan, maka kewajiban perusahaan tersebut adalah membalikkan keadaan masyarakat yang

mengalami dampak tersebut kepada keadaan yang lebih baik (Prastowo dan Huda, 2011).

Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan kewajiban perusahaan dalam menaati peraturan pemerintah yang tercantum dalam undang-undang dan memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar baik dari segi lingkungan dan pembangunan berkelanjutan. Pengukuran *Corporate Social Responsibility (CSR)* dihitung dengan komponen lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan Masyarakat, umum (Prastowo dan Huda, 2011).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Herdian Nisar Danurwenda (2014) melakukan penelitian mengenai Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* melalui risiko bisnis dan kinerja keuangan pada Bank Umum Syariah di Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* Bank Umum Syariah.

Reny Dyan Retno (2012) melakukan penelitian mengenai Pengaruh kepemilikan manajerial dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size dan *leverage*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh

terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Waryanto (2010) dan Puspitasari Meilinda (2012) melakukan penelitian mengenai pengaruh kepemilikan manajerial terhadap luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan rasio *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan ukuran dewan komisaris berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia.

Kartina Natalylova (2012) melakukan penelitian pengaruh kepemilikan manajerial terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan kinerja perusahaan mendapatkan Indonesia *sustainability reporting awards*. Hasil dari penelitian tersebut kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan kinerja perusahaan mendapatkan Indonesia *sustainability reporting awards*.

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Dhany Heraldo (2010) melakukan penelitian mengenai analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap *cost of equity capital* perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat menurunkan *cost of equity capital* dari suatu perusahaan baik financial maupun non financial.

Muhammad Nico Santana (2012) melakukan penelitian pengaruh *profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *profitabilitas* yang diproksikan dengan *net profit margin (NPM)*, *return on investment (ROI)* dan *earning per share (EPS)* secara bersama-sama memiliki kemampuan untuk mempengaruhi tingkat *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan manufaktur.

Rani Widiyarsi Eko Putri (2012) melakukan penelitian pengaruh *profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa terdapat pengaruh antara *profitabilitas* melalui *return on assets (ROA)*, *return on equity (ROE)*, dan *net profit margin (NPM)* terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Return on assets (ROA)* dan *net profit margin (NPM)* berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sementara *return onequity (ROE)* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* perusahaan pertambangan.

Agus Purwanto (2013) melakukan penelitian mengenai pengaruh *profitabilitas*, ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Silvia Agustina (2013) melakukan penelitian pengaruh *profitabilitas* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Hasil dari penelitian ini

menemukan *profitabilitas* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

2.2.3 Pengaruh *Corporate Value* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Retno Endah Puspitasari (2011) melakukan penelitian mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *return on equity (ROE)* sebagai proksi kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan analisis variabel moderating menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak mampu memoderasi hubungan antara *return on equity (ROE)* terhadap nilai perusahaan.

Rimba Kusumadilaga (2010) melakukan penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan *profitabilitas* sebagai variabel moderat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas* sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan nilai perusahaan.

Reni Dyah Efendi (2012) melakukan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) terhadap nilai perusahaan.

Nurkhin Ahmad (2009) melakukan penelitian *corporate governance* dan *profitabilitas* pengaruhnya terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa sementara komposisi dewan komisaris independen dan *profitabilitas* terbukti berpengaruh positif.

Sigit Hermawan, Afiyah Nurul Maf'ulah (2010) melakukan penelitian pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian adalah secara parsial variabel kinerja keuangan *return on asset (ROA)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility (CSR)* mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

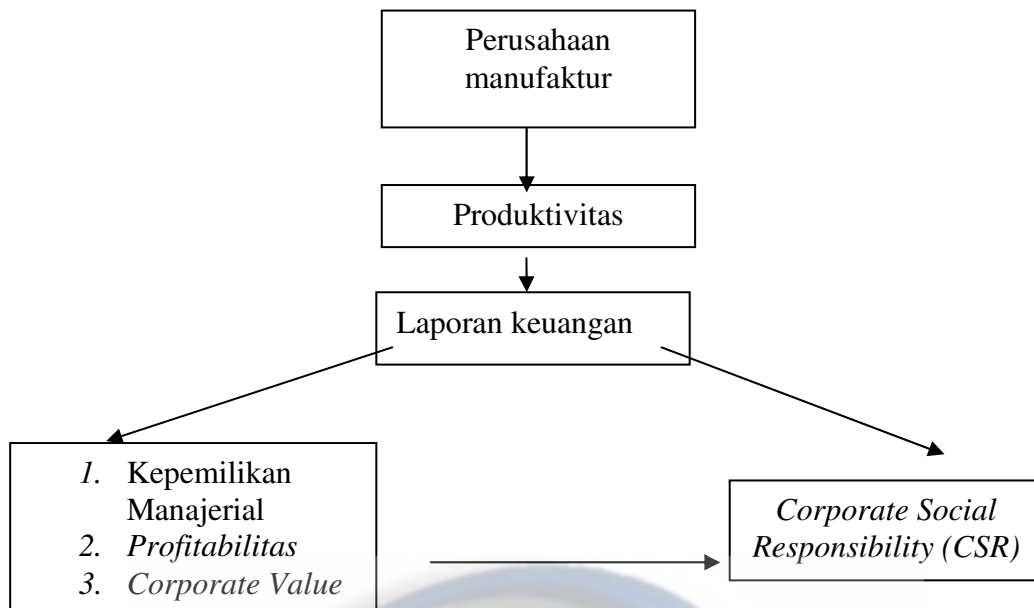
2.2.4 Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Profitabilitas*, dan *Corporate Value* terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan karena merupakan wujud tanggungjawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tetapi tanggungjawab

perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu juga memperhatikan masalah sosial dan lingkungan (Daniri, 2008a) dalam Susanti dan Riharjo (2013).

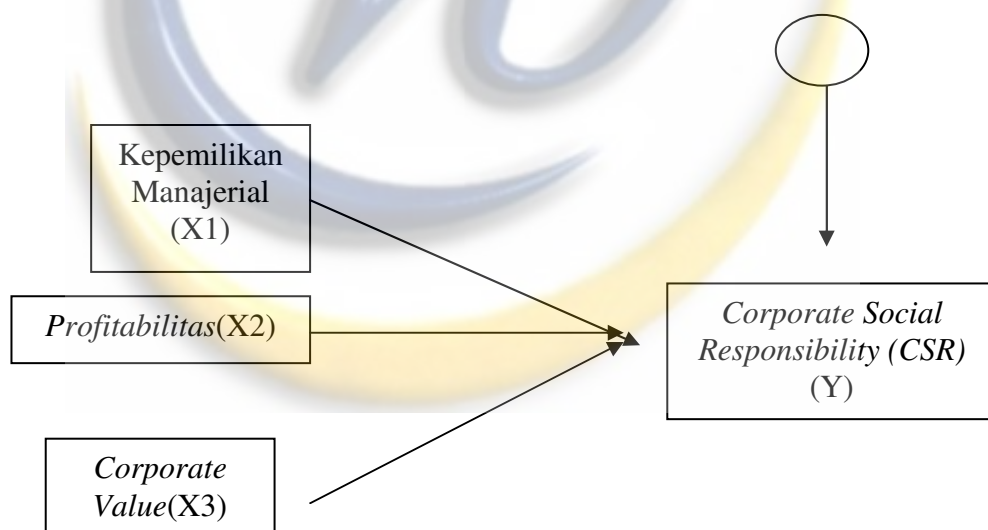
Nurul Qomariah(2015) melakukan penelitian yang berjudul *The Effect of Corporate Social Responsibility, Size and Profitability Toward On the Value of Corporate (Studies in Manufacturing Companies Listed in Indonesia Stock Exchange)* tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris tentang pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran dan tingkat keuntungan terhadap return. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2013. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan metode analisisnya menggunakan regresi mutiple. Hasil penelitian membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dan ukurannya tidak berpengaruh untuk kembali. Sementara *profitabilitas* berpengaruh positif terhadap return.

Perusahaan melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)* tersebut dipengaruhi beberapa faktor. Adapun faktor yang mempengaruhinya diantaranya yaitu kepemilikan manajerial, *profitabilitas*, dan *corporate value*. Peneliti membuat kerangka pemikiran pada gambar dibawah ini :



Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran

Paradigma penelitian sebagai penjelas dari kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.2 : Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Sekaran (2002:103) hipotesis yaitu hubungan yang diduga secara logis antar dua variabel atau lebih dalam rumusan proporsi yang dapat diuji secara empiris. Berdasarkan kerangka pemikiran dapat dikemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
2. *Profitabilitas* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
3. *Corporate value* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.
4. Kepemilikan manajerial, *profitabilitas* dan *corporate value* berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.