

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PROSENTASE KEPEMILIKAN MANAJEMEN
DAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL *MODERATING***

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian

Program Pendidikan Strata Satu

Jurusan Akuntansi



Oleh:

RIZKA PEBRIANI HIDAYAH

NIM : 2009310458

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2013

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Rizka Pebriani Hidayah
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 25 Februari 1991
N.I.M : 2009310458
Jurusan : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul : Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,

Tanggal: 15 November 2013



(Dr.Dra. Rovila El Maghviroh, Ak.,M.Si,CMA)

Ketua Program Studi S1 Akuntansi

Tanggal: 15 November 2013



(Supriyati, SE., M.Si., Ak)

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROSENTASE KEPEMILIKAN MANAJEMEN DAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*

Rizka Pebriani Hidayah
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2009310458@students.perbanas.ac.id
Jl. Nginden Semolo 34-36 Surabaya

ABSTRACT

The aim of this research is to know: The influence of Corporate Social Responsibility to firm value, The influence of Percentage of management ownership as the moderating variable in relations between Corporate Social Responsibility and firm value. The sample of the research used the purposive sampling method. The samples used are 148 manufacturing companies listed Indonesian Capital Stock Exchange (BEI) during the period 2009-2011. The research used SPSS analytical techniques through a software SPSS to examine hypotheses.

The result of study show that (a) Simultaneously the effect of Corporates Social Responsibility , percentage of management ownership and interaction between Corporate Social Responsibility and Percentage of management ownership on firm value was significant and .(b) Percentage of management ownership and profitability have an effect on significant to firm value.

Keyword: Corporate Social Responsibility, Management Ownership, Profitability, Firm Value.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perjalanan waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak-dampak sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan dalam menjalankan operasinya untuk mencapai laba yang maksimal, yang semakin lama dirasakan semakin besar dan semakin sulit untuk dikendalikan. Masyarakat pun menuntut agar perusahaan senantiasa memperhatikan dampak sosial yang ditimbulkan dan berupaya untuk mengatasinya. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Penerapan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Sutopoyudo, 2009)

Pemikiran yang melandasi *Corporate Sosial Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Menurut Darwin (2004) dalam

Rakhiemah dan Agustia (2009) perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila dipraktekkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya : dapat memperlancar komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier*, dan pangsa pasar.

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan. Jensen (2001) menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*, di mana manajer akan dinilai kinerjanya berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan.

Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Gray, et al. (Anggareni, 2006) menunjukkan bahwa semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan pengawasan menjadi rendah. Anggraeni (2006) mengatakan bahwa manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Semakin banyak bentuk

pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat.

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar.

RERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik,

dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004).

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pertanggungjawaban 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*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang Sustainability Development yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajerial (Christiawan dan Tarigan, 2007) adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Dengan demikian, manajer yang memiliki peran ganda sebagai pemegang saham dalam perusahaan yang ia pimpin tidak akan membiarkan perusahaannya mengalami kesulitan keuangan. Jansen dan Meckling (Sukarta, 2007) menyatakan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan manajemen dalam suatu perusahaan maka manajemen akan berupaya lebih giat untuk memenuhi kepentingan pemegang saham yang juga adalah dirinya sendiri.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. Hackston & Milne (1996) menemukan tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat profitabilitas dengan pengungkapan informasi sosial. Belkaoui & Karpik (1989) mengatakan bahwa dengan kepeduliannya terhadap masyarakat (sosial) menghendaki manajemen untuk membuat perusahaan menjadi profitable. Vence (1975) dalam Belkaoui & Karpik (1989) mempunyai pandangan yang berkebalikan, bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif (*competitive disadvantage*) karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut.

dimiliki orang-orang dalam perusahaan tersebut. *Human capital* akan

meningkat jika perusahaan mampu menggunakan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawannya (Sawarjuwono, 2003). Perusahaan tidak dapat menciptakan pengetahuan dengan sendirinya tanpa inisiatif dari individu yang terlibat dalam proses organisasi. Oleh karena itu *human capital* sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan karena *human capital* merupakan penggabungan sumberdaya-sumberdaya *intangible* yang melekat dalam diri anggota organisasi.

Nilai Perusahaan

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

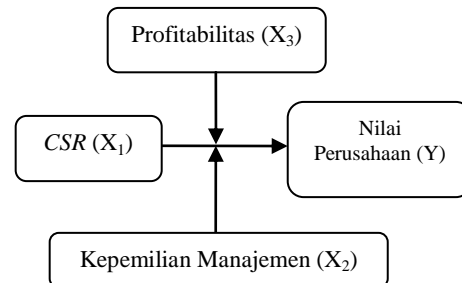
Samuel (2000) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual.

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 nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

Rerangka Pemikiran

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disusun rerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 1
Rerangka Pemikiran



Hipotesis Penelitian

Dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori yang dibahas diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

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

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kepemilikan manajemen.

H3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian menekankan pada pengujian

teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel moderating yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian adalah *Corporate social Responsibility* (CSR), kemudian variabel dependen dalam penelitian adalah nilai perusahaan, dan variabel moderating dalam penelitian adalah kepemilikan manajemen dan profitabilitas.

Identifikasi Variabel

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis yang dikembangkan, variabel dalam penelitian ini akan diidentifikasi sebagai berikut :

Variabel dependen (Y) yaitu Nilai Perusahaan.

Variabel independen (X_1) yaitu *Corporate Social Responsibility*. Variable moderating yaitu Kepemilikan Manajemen (X_2) dan Profitabilitas (X_3).

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional diperlukan agar konsep yang digunakan dapat diukur secara empiris serta menghindari terjadi kesalahan penafsiran yang berbeda. Sedangkan untuk pengukuran variabel diperlukan untuk mengetahui proksi masing-masing variabel agar mempermudah perhitungan. Adapun definisi operasional dan pengukuran variabel adalah sebagai berikut:

Corporate Social Responsibility

Variabel independen pertama (X_1) dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini

diukur dengan menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) yang terdiri dari enam kategori yaitu *economic, environment, human right, labor practices, product responsibility, society* dengan jumlah 79 item pengungkapan (Weber, 1988 dalam Sembiring, 2005). Setiap *item* pengungkapan dalam instrumen penelitian akan diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan untuk mencari indeks pengungkapan pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index – CSRDI*) ditentukan dengan formulasi sebagai berikut : (Weber, 1988 dalam Sembiring, 2005)

Kepemilikan Manajemen

Variabel moderating pertama (X_2) adalah kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini diukur berdasarkan pengukuran yang dilakukan oleh Barbara dan Suharti (2008) yaitu jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajer, direksi serta dewan komisaris.

Profitabilitas

Variabel moderating yang kedua (X_3) adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diartikan sebagai *Retrun on Asset* (ROA). *Retrun on Asset* (ROA) adalah rasio antara laba bersih terhadap total asset.

Nilai Perusahaan

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah tujuan perusahaan

dalam jangka panjang, nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Wahyu Ardimas (2012), nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV).

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2011. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang menerbitkan *annual report* dari tahun 2009-2011. Penggunaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai sampel dikarenakan perusahaan ini merupakan salah satu kriteria perusahaan yang diwajibkan (*mandatory*) untuk melaksanakan CSR menurut undang-undang nomor 40 tahun 2007. Sedangkan alasan penggunaan periode pengamatan 2009-2011 dikarenakan periode tersebut merupakan periode setelah ditetapkannya undang-undang nomor 40 tahun 2007.

Pengambilan sampel penelitian dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling yaitu pemilihan secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu dimana umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel, yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2009 sampai 2011, perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan berturut-turut selama tahun 2009 sampai 2011, mengungkapkan informasi sosial dan informasi lainnya yang dibutuhkan berturut-turut selama tahun 2009 sampai 2011, memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan untuk periode 2009 sampai dengan 2011 pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang diperoleh melalui website www.idx.co.id dan *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode dokumentasi yang merupakan teknik pengambilan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data yang diperoleh dari *annual report* yang dipublikasikan.

Data yang digunakan berupa pengungkapan CSR yang bersumber dari *annual report* yang diperoleh dari situs resmi Indonesia Stock Exchange (IDX) yaitu melalui www.idx.co.id dan website masing-masing, informasi yang digunakan untuk perhitungan PBV perusahaan sampel yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia pada periode 2009-2011 yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)*, informasi kepemilikan manajemen dan profitabilitas dalam *annual report* pada tahun 2009-2011 yang diperoleh dari situs resmi Indonesia Stock Exchange (IDX) yaitu melalui www.idx.co.id dan website masing-masing.

Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini mencakup nilai rata-rata (*mean*), deviasi standar, minimum, dan maksimum.

Mean digunakan untuk menghitung rata-rata variabel yang dianalisis. Maksimum digunakan untuk mengetahui jumlah atribut paling banyak yang diungkapkan di sektor perbankan. Analisis

deskriptif ini tidak bertujuan untuk pengujian hipotesis (Azwar (1998) dalam Oktapiyani, 2009).

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi memenuhi asumsi normalitas atau tidak. Cara pengujiannya adalah dengan uji *kolmogorov-smirnov*. Pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: a) Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas $\geq 0,05$; maka H_0 diterima atau data terdistribusi normal. b) Jika nilai signifikan atau nilai probabilitas $< 0,05$; maka H_0 ditolak atau data tidak terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas/independen (Ghozali, 2005). Pada dasarnya, data dikatakan baik bila tidak terjadi problem multikolonieritas. Dalam penelitian ini, masalah multikolonieritas dilihat dari VIF (*variance inflation factor*) dan nilai *tolerance*.

Multikolonieritas dapat dilihat dengan VIF (*variance inflation factor*) bila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* diatas 0,10, maka tidak terdapat gejala multikolonieritas dan begitu pula sebaliknya.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu observasi ke observasi lain. Model regresi yang baik adalah model regresi yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas, yakni *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap (Ghozali,2005). Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual dengan variabel independennya. Ada tidaknya

heteroskedastisitas dapat diketahui dengan melihat tingkat signifikansinya terhadap α 5%.

Analisis Regresi

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali, 2011 : 97).

Dari koefisien determinasi dapat diketahui berapa besar kontribusi variabel struktur aktiva, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap struktur modal. Dan untuk memudahkan dalam perhitungan koefisien determinasi penelitian menggunakan SPSS release 11.5 yaitu dengan melihat angka dari *R square* yang bisa dilihat pada tabel model summary kolom *R square*.

Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh terhadap variabel dependennya. Kriteria pengambilan keputusannya, yaitu bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $>$ nilai signifikan ($Sig \geq 0,05$), maka hipotesis ditolak, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. (Ghozali 2011:98).

Moderated Regression Analysis (MRA)

Penelitian ini terdapat variabel *moderasi* yang menunjukkan interaksi antara variabel eksogen (variabel independen) dengan variabel moderator dalam mempengaruhi variabel endogen (variabel dependen), Baron dan Kenny 1986; dalam (Ghozali 2012: 201). Seperti yang diketahui Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan cara umum yang digunakan didalam analisis regresi linier berganda dengan memasukkan ketiga variabel berupa perkalian antara dua variabel independen (eksogen) sebagai variabel moderating.

Hal ini menimbulkan hubungan non-linier sehingga kesalahan pengukuran dari koefisien estimasi MRA jika menggunakan variabel laten menjadi tidak konsisten dan tidak bias. Solusi yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan model persamaan struktural dimana SEM dapat mengoreksi kesalahan pengukuran ini dengan memasukkan pengaruh interaksi ke dalam model struktural denganm efek moderasi.

GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Penelitian ini perusahaan yang diambil sebagai populasi adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode pengamatan 2009-2011. Penggunaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai sampel dikarenakan perusahaan ini merupakan salah satu kriteria perusahaan yang diwajibkan (*mandatory*) untuk

melaksanakan CSR menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan digunakan beberapa kriteria. Adapun kriteria-kriteria perusahaan yang menjadi sampel perusahaan pada penelitian ini yaitu a) Seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2009 sampai 2011, b) Perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan berturut-turut selama tahun 2009 sampai 2011, c) Mengungkapkan informasi sosial dan informasi lainnya yang dibutuhkan berturut-turut selama tahun 2009 sampai 2011, d) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Analisis Data

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, dan minimum (Ghozali, 2007;19)

Dari sampel penelitian selama tahun 2009-2011 dengan jumlah sebanyak 81 sampel penelitian untuk masing-masing variabel dependen (nilai perusahaan), variabel independen (CSR) dan variabel moderating (kepemilikan manajemen dan profitabilitas). Sampel penelitian variabel CSR yang memiliki pengungkapan terendah 5.06 dan pengungkapan tertinggi 30.38. Selama tiga tahun periode pengamatan yang dari 81 perusahaan sampel yang paling banyak mengungkapkan item-item CSR adalah PT. Yanaprima Hastapersada Tbk yaitu 0.43 pada tahun 2011. Sedangkan perusahaan sampel yang paling sedikit mengungkapkan item-item CSR adalah PT. Kabelindo Murni Tbk dan PT. Selamat Sempurna Tbk pada tahun 2009 yaitu 0.23. Rata-rata pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sebesar 0.3155 dengan standar deviasi sebesar 0.05348

yang dapat diartikan bahwa jara/rentang pengungkapan CSR data satu dengan yang lainnya sebesar 0.05348.

Rata-rata nilai perusahaan sebesar 1.5297 dengan standar deviasi sebesar 1.26972. Pada periode penelitian 2009-2011, tampak bahwa nilai perusahaan terendah sebesar -0.22 yang merupakan nilai perusahaan dari PT. Unitex Tbk tahun 2009. Sedangkan nilai perusahaan tertinggi sebesar 4.86 yang merupakan nilai perusahaan dari PT. Gudang Garam Tbk tahun 2011.

Rata-rata kepemilikan manajemen sebesar 4.1541 dengan standar deviasi sebesar 8.01098. Variasi untuk variabel ini terbilang tinggi karena nilai standar deviasinya lebih tinggi daripada nilai rata-ratanya. Pada periode 2009-2011, tampak bahwa nilai kepemilikan manajemen terendah sebesar 0.00, karena banyak perusahaan yang tidak mengungkapkan kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen tertinggi sebesar 36.23 yang merupakan kepemilikan manajemen dari PT. Kedaung Indah Can Tbk tahun 2009.

Rata-rata ROA (Profitabilitas) sebesar 5.9221 dengan standar deviasi sebesar 11.40705. Pada periode 2009-2011, tampak bahwa nilai profitabilitas terendah sebesar -61.85 dari PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk tahun 2010. Sedangkan profitabilitas tertinggi sebesar 28.06 yang merupakan profitabilitas dari PT. AKR CORPORINDO Tbk tahun 2011.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah data penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linear berganda. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas. Model regresi yang baik adalah model yang lolos dari uji asumsi klasik tersebut (Imam Ghazali, 2009).

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dengan analisis grafik histogram serta uji statistik non-parametrik yaitu *One Sample Kolmogorov Smirnov Test (1-Sample K-S)*. Nilai Kolmogorov-smirnov adalah 0.807 dan signifikan pada 0.533 (>0.05) sehingga menunjukkan H_0 diterima yang berarti data residual terdistribusi secara normal.

Multikolinearitas

Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah jika mempunyai besaran nilai VIF < 10 dan mempunyai nilai *tolerance* mendekati angka satu. Nilai Tolerance dan VIF terlihat bahwa tidak ada nilai Tolerance di bawah 0.10 (nilai tolerance berkisar antara 0.819 sampai 0.932), begitu juga dengan nilai VIF tidak ada yang di atas 10 (nilai VIF berkisar antara 1.073 sampai 1.220). Jadi dapat disimpulkan model terbebas dari gangguan multikolinearitas.

Heteroskedastisitas

Uji selanjutnya pada penelitian ini adalah uji heteroskedastisitas. Uji ini dilakukan dengan plot grafik antara ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residual). Terlihat pada grafik scatterplots bahwa titik-titik menyebar secara acak disekitar titik 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai pada penelitian ini.

Regresi Berganda

Koefisien Determinasi

Nilai *adjust R²* adalah sebesar 0.386, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen bisa menjelaskan sebesar 38.6 persen terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 61.4 persen dijelaskan oleh faktor lain diluar model regresi. Pada nilai *Standar Error of Estimate (SEE)* sebesar 0.90076. Makin kecil nilai SEE akan

membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.

Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Nilai F hitung sebesar 51.273 dengan tingkat signifikansi 0.000 (<0.05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil uji F yang telah dilakukan, didapatkan hasil 0.000 < 0.05 sehingga hal ini dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan, dengan kata lain variabel CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Uji Statistik t

Uji t pada umumnya digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil dari variabel independen (CSR) berpengaruh terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Hal ini dapat terlihat dari probabilitas signifikan variabel tersebut dibawah taraf signifikansi 5%, yaitu 0.000.

Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) merupakan cara umum yang digunakan didalam analisis regresi linier berganda dengan memasukkan ketiga variabel berupa perkalian antara dua variabel independen (eksogen) sebagai variabel moderating. Variabel kepemilikan manajemen memberikan koefisien -0.004 dan signifikan pada 0.008 yang berarti variabel kepemilikan manajemen merupakan moderator.

Variabel profitabilitas memberikan koefisien 0.159 dan signifikan pada 0.007 yang berarti variabel profitabilitas merupakan moderator.

Pembahasan

Pada pembahasan ini diungkapkan teori dan hasil pengamatan berdasarkan hasil SPSS pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan adanya variabel moderating.

Hipotesis 1 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian *corporate social responsibility* yang diukur dari pengungkapan CSR berdasarkan item-item indikator GRI menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan dari tabel di atas menunjukkan hasil pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan sebesar 0.000 dengan kata lain <0.05 yang berarti CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan . Sehingga penerapan CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan atau sebaliknya.

Penelitian ini mendukung teori *stakeholder* yang berarti bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

Adanya peraturan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya yang tentang *annual report*. Setelah adanya peraturan tersebut, pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur menjadi sebuah bentuk pemenuhan kewajiban terhadap peraturan, sebagai inisiatif yang muncul dari perusahaan itu sendiri dengan tujuan mendapatkan *value added* dari pengungkapan tersebut. Jadi informasi

CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Barbara dan Suharti (2008) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana CSR menjadi salah satu faktor yang menentukan tingkat nilai perusahaan, namun penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rika dan Islahuddin (2008).

Hipotesis 2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kepemilikan manajemen. Pada penelitian ini hasil uji SPSS dengan variabel moderating pada tabel 4.11 yang menunjukkan nilai sebesar 0.008, yang berarti pada penelitian ini, kepemilikan manajemen dikatakan sebagai variabel moderating antara pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility ditujukan untuk pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan (*stakeholder*), dalam hal ini adalah manajer juga sebagai investor. Manajer akan mengoptimalkan kinerjanya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Banyak pengungkapan praktik CSR yang dilakukan perusahaan mempengaruhi besarnya kepemilikan yang berdampak pada naiknya harga saham. Hal ini dikarenakan adanya keselarasan antara kepentingan individu sebagai investor dengan kepentingan perusahaan. Apabila tingkat nilai perusahaan baik maka akan berdampak pada kenaikan harga saham, sehingga investor senang. Hal ini sejalan dengan teori *stakeholder* dimana perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (Agus, 2011).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Rika dan Islahuddin (2008) yang

menemukan hasil bahwa interaksi *corporate social responsibility* dengan kepemilikan manajerial secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini tidak mendukung atau berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Barbara dan Suharti (2008).

Hipotesis 3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh profitabilitas. Pada penelitian ini hasil uji SPSS dengan variabel moderating pada tabel 4.14 yang menunjukkan nilai sebesar 0.007, yang berarti pada penelitian ini, profitabilitas dikatakan sebagai variabel moderating antara pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas berpengaruh dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan antara lain disebabkan oleh investor atau pemakai informasi yang lain secara langsung menggunakan informasi laba untuk menilai perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan menunjukkan pengelolaan manajemen yang baik dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, sehingga para investor tertarik untuk menanamkan sahamnya. Investor akan melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, karena investor tidak semata-mata hanya melihat usaha sosial dan lingkungan saja.

Peneliti menemukan bahwa profitabilitas merupakan moderator antara pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini searah dengan penelitian Sri Dewi Edmawati (2012). Menunjukkan profitabilitas merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel moderating. Perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian adalah 27 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2011.

Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini yaitu : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap hubungan antara *Corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan antara *Corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang diharapkan dapat memberikan arahan bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian dengan topik serupa. Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel independen dan dua variabel moderating, sementara kemungkinan ada variabel lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, periode waktu dalam penelitian menggunakan data 3 tahun, dinilai terlalu pendek sehingga masih kurang optimal, penelitian ini hanya dilakukan pada sektor perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, sehingga hasil penelitian ini kurang dapat digeneralisasi pada kasus – kasus perusahaan lain atau sektor lain di Bursa Efek Indonesia.

Saran yang dapat disampaikan adalah: Penelitian berikutnya variabel *corporate social responsibility* dapat dijadikan sebagai variabel tidak langsung (intervening). periode waktu yang digunakan selama tiga tahun masih terlalu singkat. Untuk peneliti selanjutnya dapat menambah periode waktu yang lebih lama

agar hasil penelitian yang lebih akurat dan dapat menggambarkan keadaan secara menyeluruh perusahaan manufaktur, penelitian berikutnya diharapkan melakukan penelitian di semua industri perusahaan yang terdaftar di BEI sehingga mampu memberikan gambaran secara keseluruhan.

DAFTAR RUJUKAN

- Barbara, Gunawan dan Suharti, Sri Utami (2008) **“Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Nilai Perusahaan”**. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol 7 No. 2:174-185
- Darwin, Ali (2006) **“Sustainability Reporting/ Laporan Keberlanjutan”**. Makalah disajikan pada Kuliah Perdana di Banda Aceh: Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Unsyiah, 1 September 2006.
- Edmawati, Sri Dewi (2012) **“Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”**. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan. Vol 3 No. 3:74-95.
- Hartanti, Dwi (2006) **“Makna *Corporate Social Responsibility*: Sejarah dan Perkembangannya”**. Economics Business & Accounting Review. Edisi III/ September-Desember.
- Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) (1999) **“Standar Akuntansi Keuangan”**. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.

- Imam Ghozali. (2007) **“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”**. Cetakan Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jensen, MC and Meckling (1976) **“Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure”**. Journal of Financial Economics. Vol 3, p.305-360.
- Raldy, Yap dan Agnes, Utari Widyaningdyah (2009) **“Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan Yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia”**. Majalah ekonomi
- Rasyid, Abdul Idris **“Corporate Social Responsibility (CSR) Sebuah Gagasan dan Implementasi**. Fajar Online. 22 November 2005.
- Reny, Dyah Retno dan Denies, Priantinah (2012) **“Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan”**. Jurnal Nominal Vol I No. I
- Retno, Reni anggraini Fr (2006) **“Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan”**. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang, 23-26 Agustus.
- Rika, Nurlela dan Islahudin (2008) **“Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating”**. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Sutopoyudo. 2009. **“Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan**. Sutopoyudo’s Weblog at <http://www.wordpress.com>.
- Utomo, Muhammada Muslim (2000) **“Prektek Pengungkapan Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia (Studi Perbandingan antara Perusahaan-perusahaan High Profile dan Low Profile)”**. Makalah disajikan pada SNA III.
- Yuliana, Rita (2008) **“Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor”**. Jurnal akuntansi dan keuangan indonesia. Vol 5 No. 2:245-26.
- Yuniarti, Emylia (2003) **“Pengungkapan Informasi Pertanggung jawaban Sosial Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEJ”**. Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi. Vol 1 No.2: 240-252.
- Zuhroh, Diana dan Heri, I Putu Pande Sukmawati (2003) **“Analisis Pengaruh luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor”**. Simposium Nasional Akuntansi VI.

