

PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM NILAI PERUSAHAAN

Barbara Gunawan¹ dan Suharti Sri Utami¹

¹Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jalan Lingkar Selatan, Kasihan Bantul DIY 55183 Telpun +62 0274 387656 Fax. +62 0274 387646
E-mail: Barbara@umy.ac.id

Abstract: The research conducts study and analysis of the influence of corporate social responsibility on firm value with the percentage of management ownership and the type of industry as moderating variables. The samples in this research comprise 131 companies which are listed in Indonesian Stock Exchange during 2005 and 2006. The researcher found data by using purposive sampling method and tested the hypotheses by using Simple Regression Analysis and Moderated Regression Analysis (MRA). The result of this research are, First, corporate social responsibility, the percentage of management ownership, the type of industry, and variables that interact in this research have an implication to firm value simultaneously. Second, corporate social responsibility has positive implication to firm value. and Third the percentage of management ownership and the type of industry do not role as moderating variables in relation between corporate social responsibility and firm value.

Keywords: corporate social responsibility, firm value, management ownership, type of industry

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan persentase pengelolaan kepemilikan dan pengelolaan jenis industri sebagai variabel moderator. Sampel dari penelitian ini terdiri dari 131 perusahaan yang terdaftar di Bursa Saham Indonesia selama tahun 2005 dan 2006. Peneliti mendapatkan data dengan menggunakan metode purposive sampling dan pengujian hipotesa menggunakan Simple Regression Analysis and Moderated Regression Analysis (MRA) Hasil penelitian ini adalah Pertama, corporate social responsibility, persentase kepemilikan manajemen, tipe industri, dan variabel-variabel yang berinteraksi dalam riset ini memiliki implikasi pada nilai perusahaan secara simultan. Kedua, corporate social responsibility memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan, dan Ketiga, persentase kepemilikan manajemen dan jenis industri tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara corporate social responsibility dan nilai perusahaan.

Kata kunci: corporate social responsibility, nilai perusahaan, kepemilikan manajemen, tipe industri

PENDAHULUAN

Suatu perusahaan mempunyai beberapa kewajiban yang harus senantiasa dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya pada pemegang saham namun juga kewajiban terhadap pihak lain termasuk masyarakat. Menurut Susaldiman (2000), berdasarkan karakteristik sistem perekonomian Indonesia, ada 3 kelompok pihak

yang berkepentingan terhadap pertanggungjawaban manajemen atas pengelolaan perusahaan, yaitu investor dan kreditor, pemerintah dan masyarakat umum. Nurmanisyah (2006) berpendapat bahwa meskipun tujuan utama perusahaan adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya, sebuah perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat. Terutama pada saat sekarang ini dimana masyarakat difokuskan pada dampak kurang baik dari masyarakat

bisnis (Ahmad, *et al.*, 2003). Oleh karena itulah dunia usaha pada saat ini tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut *Triple bottom line*. Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci dari konsep pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007).

Dewasa ini dalam menghadapi dampak globalisasi, kemajuan informasi teknologi, dan keterbukaan pasar, perusahaan harus secara serius dan terbuka memperhatikan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Edwin dan Nurdiono, 2007). Dengan menerapkan *Corporate social responsibility* (CSR) diharapkan perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang (Sayekti dan Wondabio, 2007). Penelitian yang dilakukan oleh Hill, *et al.* (Magdalena dan Herlina, 2008) menemukan fakta bahwa dalam jangka panjang, perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR mengalami kenaikan harga saham yang sangat signifikan dibandingkan dengan berbagai perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR.

Retno (Nurlela dan Islahuddin, 2008) menemukan fakta bahwa variabel persentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan, manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan didalam program CSR. Selain itu, Damsetz (Nurlela dan Islahuddin, 2008) berargumen bahwa kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan dan dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Gray, *et al.* (Anggraeni, 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.

Selain kepemilikan manajemen, tipe industri juga mempunyai pengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan sosial sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan Hackston dan Milne pada tahun 1996. Penelitian yang dilakukan Anggraeni (2006) menemukan hasil bahwa variabel persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Penelitian lain dilakukan oleh Zuhroh (Sayekti dan Wondabio, 2007), yang menemukan bukti empiris bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*.

Adanya hubungan antara persentase kepemilikan manajemen maupun tipe industri dengan tingkat pengungkapan informasi sosial dan hubungan antara tingkat pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan atau volume perdagangan saham, menimbulkan pertanyaan apakah mungkin persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri dapat memperlemah atau memperkuat hubungan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan, atau dengan kata lain dapat menjadi variabel moderating antara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini berusaha untuk mengembangkan penelitian Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) yang berjudul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating", dengan modifikasi: (1) mengikutsertakan Bank dan lembaga keuangan sebagai sampel penelitian, (2) periode penelitian yang lebih panjang, (3) penambahan item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, (4) menggunakan model serta pengujian penelitian yang berbeda, dan (5) menjadikan variabel tipe industri sebagai variabel moderating. Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah: (1) Apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan? (2) Apakah persentase kepemilikan manajemen berperan sebagai variabel moderating dalam

hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan? (3) Apakah tipe industri berperan sebagai variabel *moderating* dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan?

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, (2) Untuk mengetahui apakah persentase kepemilikan manajemen berperan sebagai variabel *moderating* dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, dan (3) Untuk mengetahui apakah tipe industri berperan sebagai variabel *moderating* dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan?

Tinjauan Mengenai CSR. The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), mendefinisikan CSR sebagai suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau pun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Tanaya (Nurmansyah, 2006) berpendapat bahwa setidaknya ada tujuh manfaat CSR, yakni: (1) daya saing berkelanjutan, dimana CSR sangat berpengaruh terhadap daya saing perusahaan, (2) menciptakan peluang bisnis baru, (3) menarik dan mempertahankan investor dan mitra bisnis yang berkualitas, (4) kerjasama dengan komunitas lokal, (5) menghindari krisis akibat malpraktek CSR, (6) mendapat dukungan pemerintah karena banyak pemerintahan yang menyediakan insentif keuangan terhadap inisiatif-inisiatif CSR yang baik, dan (7) membantu modal politik, yakni terciptanya hubungan baik dengan pemerintah dan tokoh politik, mempengaruhi peraturan, menata ulang institusi publik dimana perusahaan bergantung serta meningkatkan citra publik perusahaan.

Zhegal dan Ahmed (Anggraeni, 2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut: (1) Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan, (2) Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, (3) Praktik bisnis yang wajar, meliputi pemberdayaan ter-

hadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggungjawab sosial, (4) Sumber daya manusia, meliputi aktivitas dalam suatu komunitas dalam kaitannya dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni, (5) Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain-lain.

Tinjauan Mengenai Nilai Perusahaan. Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Fama (Wahyudi dan Pawestri, 2006) berpendapat bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya. Wahyudi (Nurlela dan Islahuddin, 2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan dapat meningkat jika institusi mampu menjadi alat monitoring yang efektif.

Tinjauan Mengenai 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.

Tinjauan Mengenai Tipe Industri. Tipe Industri dapat diklasifikasikan ke dalam 2 kelompok, yakni industri yang masuk sebagai kategori *high-profile* dan industri *low-profile*. Klasifikasi tipe industri oleh banyak peneliti sifatnya sangat subyektif dan berbeda-beda. Roberts (Hackston dan Milne, 1996) mengelompokkan perusahaan otomotif, penerbangan dan minyak sebagai industri yang *high-profile*. Sedangkan Diekers dan Perston (Hackston dan Milne, 1996) mengatakan bahwa industri ekstraktif merupakan industri yang *high-profile*. Patten (1991) dalam Hackston & Milne (1996) mengelompokkan industri pertambangan, kimia, dan

kebutuhan sebagai industri yang *high-profile*.

CSR dan Nilai Perusahaan. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ahmad, *et al.* (2003) di Malaysia menemukan bukti bahwa pengungkapan CSR mencerminkan usaha-usaha perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan dan agar dapat dilihat sebagai perusahaan yang bertanggungjawab. Penelitian yang dilakukan oleh Hill, *et al.* Menemukan fakta bahwa dalam jangka panjang, perusahaan yang memiliki komitmen terhadap CSR mengalami kenaikan harga saham yang sangat signifikan dibandingkan dengan berbagai perusahaan yang tidak melakukan praktik CSR. Dahlis dan Sengar (2006) menemukan fakta bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

Dengan demikian menimbulkan dugaan menarik bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu maka dapat diajukan hipotesis satu yaitu: H1: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Persentase Kepemilikan Manajemen, CSR, dan Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Gray, *et al.* (Anggraeni, 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) berpendapat bahwa manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan citra perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Struktur kepemilikan oleh beberapa peneliti dipercaya mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial mempengaruhi nilai perusahaan dan nilai perusahaan juga mempengaruhi kepemilikan manajerial (Almilia dan Silery, 2006). Hal ini disebabkan oleh karena adanya kontrol yang mereka miliki (Wahyudi

dan Pawestri, 2006). Adanya hubungan antara persentase kepemilikan manajemen dengan CSR dan hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, menimbulkan dugaan menarik bahwa persentase kepemilikan manajemen dapat menjadi variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat diajukan hipotesis dua sebagai berikut: H2: Persentase kepemilikan manajemen berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

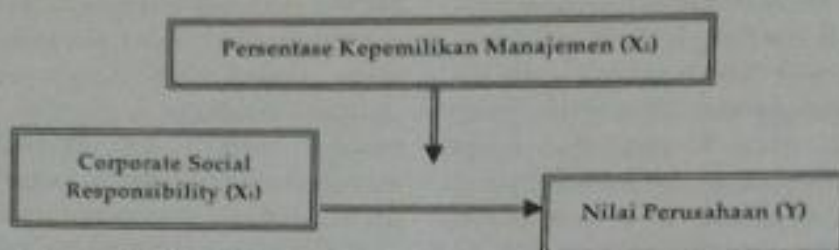
Tipe Industri, CSR, dan Nilai Perusahaan. Penelitian yang dilakukan Anggraeni (2006) mengenai pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhinya menemukan hasil bahwa variabel persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Industri yang *high-profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politik yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low-profile*.

Penelitian lain dilakukan oleh Zuhroh (Suyekti dan Wondabio, 2007), menemukan bukti empiris bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Adanya hubungan antara tipe industri dengan CSR dan hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan maupun volume perdagangan saham, menimbulkan dugaan bahwa tipe industri dapat menjadi variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan sebelumnya, maka dapat diajukan hipotesis tiga, yakni H3: Tipe industri berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

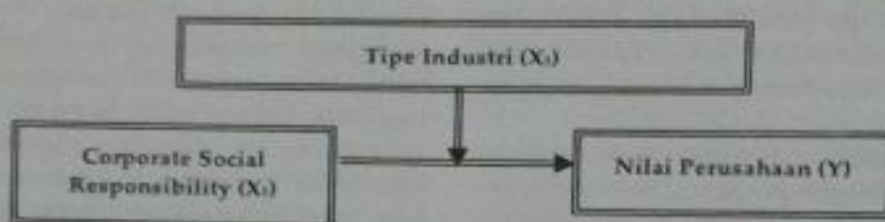
Model penelitian tampak pada Gambar 1.



Gambar Model Hubungan CSR dan Nilai Perusahaann



Gambar Model Hubungan CSR, Nilai Perusahaan, dan Tipe Industri



Gambar Model Hubungan CSR, Nilai Perusahaan, dan Tipe Industri

Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Obyek/Subyek Penelitian

Sampel penelitian ini adalah perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI dan menerbitkan laporan tahunan lengkap (*annual report*) pada tahun 2005 dan 2006.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sampel sebagai berikut: (1) Seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI selama tahun 2005-2006, (2) Perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel adalah perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan selama tahun 2005-2006, (3) Mengungkapkan informasi sosial dan informasi lainnya yang dibutuhkan selama tahun 2005-2006, (4) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian ini merupakan data kuantitatif yang dikelompokkan ke dalam data sekunder

yakni data yang tidak didapatkan langsung dari sumbernya. Data diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang terdaftar di BEI untuk periode 2005-2006, data tersebut didapatkan dari website www.idx.co.id. Selain mengumpulkan data dari laporan tahunan perusahaan yang digunakan untuk menghitung indeks CSR, data juga didapatkan dari *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)* tahun 2006 dan 2007.

Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel Independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR. Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan pada setiap perusahaan, maka perlu dihitung angka indeks. Perhitungan untuk mencari angka indeks ditentukan dengan formulasi sebagai berikut (Haniffa, et al. dalam Sayekti dan Wondabio, 2007):

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j} \quad (1)$$

Keterangan: $CSRI_j$ adalah *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j n_j

adalah jumlah item untuk perusahaan i , $n_i \leq 30$. X_i adalah dummy variable (1-jika item i diungkapkan, 0-jika item i tidak diungkapkan).

Variabel Moderating. Variabel moderating pertama dalam penelitian ini adalah persentase kepemilikan manajemen, yakni persentase saham yang dimiliki oleh manajer, direksi serta dewan komisaris. Variabel moderating kedua adalah tipe industri. Tipe industri perusahaan akan dibedakan menjadi dua, yaitu *high profile* dan *low profile*. Perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media, dan komunikasi, kesehatan, transportasi, dan pariwisata akan dimasukkan ke dalam kategori *high profile*. Sedangkan, perusahaan di bidang bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier* peralatan medis, properti, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga dimasukkan ke dalam kategori *low profile* (Sembiring, 2005). Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* diberikan skor 1, sedangkan perusahaan yang termasuk dalam industri yang *low-profile* diberikan skor 0.

Variabel Dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, yakni harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Tobin's q*. Adapun rumus menghitung nilai perusahaan dengan menggunakan rasio *Tobin's q* ini adalah sebagai berikut.

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)} \quad (2)$$

dimana: q adalah nilai perusahaan; EMV adalah nilai pasar ekuitas ($EMV = \text{closing price} \times \text{jumlah saham yang beredar}$); EBV adalah nilai buku dari total aktiva; D adalah nilai buku dari total hutang.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik merupakan pengujian yang harus dilakukan sebelum melakukan pengujian hipotesis dan analisis data. Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk mengetahui kualitas data yang

digunakan dalam penelitian. Adapun pengujian yang dilakukan adalah: (1) Uji normalitas yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2005). Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak maka akan dilakukan dengan menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) (2) Uji Multikolinieritas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas/independen (Ghozali, 2005). Pada dasarnya, data dikatakan baik bila tidak terjadi *problem* multikolinieritas. Dalam penelitian ini, masalah multikolinieritas dilihat dari *VIF* (*variance inflation factor*) dan nilai *tolerance*. (3) Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ yakni periode sebelumnya (Ghozali, 2005). Untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah autokorelasi ini maka digunakan uji *Brunsch-Godfrey* (BG test). (3) 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). Dalam penelitian ini, untuk mengetahui apakah model regresi homoskedastisitas atau tidak maka dilakukan uji *Casper*.

Uji Hipotesis dan Analisis Data

Untuk menjawab hipotesis 1, data dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni analisis regresi linier sederhana. Hipotesis akan diterima jika nilai $\text{sig} < \alpha$ dan nilai koefisien regresi bernilai positif. Jika salah satu dari syarat tersebut tidak terpenuhi, maka hipotesis tidak dapat diterima. Untuk menjawab hipotesis 2 dan hipotesis 3, data akan dianalisis dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau sering disebut dengan uji interaksi. Dengan demikian, maka persamaan regresi untuk ketiga hipotesis ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \quad (3)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e \quad (4)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e \quad (5)$$

Keterangan: Y adalah Nilai Perusahaan; α adalah Konstanta; $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ adalah Koefisien Regresi; X_1 adalah CSR; X_2 adalah Persentase Kepemilikan Manajemen; X_3 adalah Tipe Industri; $X_1 X_2$ adalah Interaksi antara CSR dengan Persentase Kepemilikan Manajemen; $X_1 X_3$ adalah Interaksi antara CSR dengan Tipe Industri; e adalah *Error Term*, adalah tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Selanjutnya untuk pengolahan data digunakan fasilitas bantuan program komputer SPSS 12.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Objek penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan tahunan lengkap beserta dengan catatan laporan keuangannya per 31 Desember 2005 dan per 31 Desember 2006. Pada tahun 2005, terdapat 339 perusahaan yang terdaftar di BEI, namun hanya 325 perusahaan saja yang menerbitkan laporan tahunan lengkap pada tahun tersebut. Pada tahun 2006, perusahaan yang listing di BEI sebanyak 340 perusahaan dan hanya 209 perusahaan saja yang menerbitkan laporan tahunan lengkap. Berdasarkan hasil pemilihan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan pada bab III, diperoleh jumlah sampel sebanyak 131 perusahaan (63 perusahaan untuk tahun 2005 dan 68 perusahaan untuk tahun 2006).

Statistik Deskriptif

Tabel 1 merupakan gambaran statistik deskriptif variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel CSR memiliki nilai mean atau nilai rata-rata sebesar 0,162711. Variabel persentase kepemilikan manajemen memiliki nilai minimum 0,0000 dan nilai maksimumnya 0,5315 dengan nilai rata-rata 0,022815. Variabel selanjutnya adalah tipe industri yang memiliki nilai rata-rata 0,44 serta standar deviasi sebesar 0,499. Variabel terakhir adalah nilai perusahaan yang merupakan variabel independen dalam penelitian ini, dimana nilai minimumnya 0,1668, nilai maksimumnya 1,8142, dan rata-ratanya 0,774110.

Uji Asumsi Klasik

Normalitas. Hasil pengujian *one sample Kolmogorov Smirnov test* dengan menggunakan nilai *unstandardize residual* menghasilkan nilai sig. (2-tailed) sebesar 0,130 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data telah lulus uji normalitas artinya data berdistribusi normal.

Multikolinearitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel berada di bawah 10 dan nilai *tolerance* berada di atas 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi 2 dan model regresi 3 tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Autokorelasi. Hasil pengujian BG test menunjukkan bahwa model regresi 1 memiliki nilai lag residual 0,817 > 0,05. Model regresi 2 memiliki nilai lag residual 0,855 > 0,05, dan model regresi 3 nilai lag residualnya adalah sebesar 0,705 > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data lulus uji autokorelasi atau dengan kata lain ini berarti model regresi bebas dari autokorelasi.

Heteroskedastisitas. Hasil pengujian het-

Tabel 1. Jumlah Perusahaan Sampel
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	131	,1668	1,8142	,774110	,3259497
Indeks Pengungkapan Sosial	131	,0263	,3947	,162711	,0932357
Kepemilikan Manajemen	131	,0000	,5315	,022815	,0845775
Tipe Industri	131	0	1	,44	,499
Valid N (listwise)	131				

heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* menunjukkan bahwa variabel CSR untuk semua model regresi memiliki nilai sig $0,000 < 0,05$ artinya adalah variabel tersebut tidak lulus uji heteroskedastisitas. Sedangkan persentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen masing-masing memiliki nilai sig $0,363$ dan $0,184$. Dengan demikian persentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen lulus uji heteroskedastisitas, karena probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Tipe industri dan interaksi antara CSR dengan tipe industri juga lulus uji heteroskedastisitas karena nilai sig untuk masing-masing variabel adalah $0,776$ dan $0,085$ lebih besar dari $0,05$.

Pengujian Hipotesis

Analisis R-square. Nilai *R-square* untuk model regresi 1 sebesar $0,099$ artinya bahwa variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel CSR sebesar 9,9 persen, sedangkan sisanya sebesar 90,1 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai *Adjusted R-square* untuk model regresi 2 sebesar $0,102$ yang berarti

bahwa nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel CSR, persentase kepemilikan manajemen, dan interaksi antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen sebesar 10,2 persen, sisanya sebesar 89,8 persen dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Nilai perusahaan pada model 3 dapat dijelaskan oleh variabel CSR, tipe industri, dan interaksi antara CSR dengan tipe industri sebesar 15,9 persen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada dalam model penelitian. Hal ini dapat diketahui dari nilai *Adjusted R-square* untuk model regresi 3 yang hanya sebesar $0,159$.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F). Tabel 2 dan Tabel 3 menunjukkan hasil uji signifikansi simultan untuk hipotesis 2 dan hipotesis 3 penelitian ini. Pada Tabel 5 diketahui bahwa nilai sig untuk hipotesis 2 adalah $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa CSR, persentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan/bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Tabel 3 menunjukkan nilai sig untuk hipotesis 2 adalah $0,000 < 0,05$ maka dapat disim-

Tabel 2. Hasil Uji Signifikansi untuk Hipotesis 2
ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,700	3	,567	5,942	,001(a)
	Residual	12,112	127	,095		
	Total	13,812	130			

a Predictors: (Constant), XIX2, Indeks Pengungkapan Sosial, Kepemilikan Manajemen

b Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Tabel 3. Uji Hipotesis 1
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,595	,055		10,873	,000
	Indeks Pengungkapan Sosial	1,100	,292	,315	3,764	,000

a Dependent Variable: Nilai Perusahaan

pulkan bahwa CSR, tipe industri, serta interaksi antara CSR dengan tipe industri secara simultan/bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Uji Signifikansi Paramater Individual (Uji t). Hasil pengujian pada Tabel 4 menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki koefisien regresi sebesar +1,100 dengan nilai sig 0,000 < 0,05. Dari hasil analisis tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H₁ diterima, artinya bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 4 maka diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,595 + 1,100X_1 + e$$

Hasil pengujian pada Tabel 5 menunjukkan bahwa variabel interaksi antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen pada penelitian ini memiliki nilai sig 0,592 > 0,05 dengan koefisien regresi sebesar -3,266. Dengan demikian berarti H₂ ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa persentase kepemilikan manajemen tidak berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Hasil pengujian pada Tabel 5 menunjukkan bahwa interaksi antara CSR dengan tipe industri pada penelitian ini memiliki nilai sig 0,223 > 0,05. Dengan demikian berarti H₃ ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa tipe industri tidak berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana didapatkan hasil bahwa variabel CSR memiliki nilai sig 0,000 > 0,05 dengan koefisien regresi bernilai positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima, artinya adalah hipotesis yang menyatakan bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan didukung. Dengan demikian jelas bahwa CSR menjadi salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ahmad, *et al.* (2003) di Malaysia yang menemukan bukti bahwa pengungkapan CSR mencerminkan usaha-usaha perusahaan untuk meningkatkan citra perusa-

Tabel 4. Uji Hipotesis 2
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,620	,057		10,866	,000
	Indeks Pengungkapan Sosial	1,033	,299	,295	3,456	,001
	Kepemilikan Manajemen	-,273	,662	-,071	-,412	,681
	XIX2	-3,266	6,075	-,091	-,538	,592

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Tabel 5. Uji Hipotesis 3
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,631	,066		9,514	,000
	Indeks Pengungkapan Sosial	,275	,443	,079	,622	,535
	Tipe Industri	,064	,119	,098	,541	,590
	XIX3	,762	,622	,279	1,225	,223

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

dan agar dapat dilihat sebagai perusahaan yang bertanggungjawab. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Dahia dan Sijar (2008) yang menemukan fakta bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, dimana hasil penelitian tersebut mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak yang positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin dalam keuntungan perusahaan dan kinerja keuangannya.

Hasil analisis terhadap hipotesis 2 yang menyatakan bahwa persentase kepemilikan manajemen berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan, tidak dapat diterima. Hal ini dapat diketahui dari nilai koefisien regresi yang negatif dan nilai sig variabel interakal antara persentase kepemilikan manajemen dengan CSR sebesar 0.592 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05.

Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2006) yang menyatakan bahwa variabel persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh signifikan terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Penelitian ini juga tidak mendukung penelitian Achmad dan Triatmoko (2007) yang menemukan bukti bahwa variabel kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Penolakan hipotesis ini dimungkinkan karena selama tahun pengamatan, persentase kepemilikan manajemen perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel relatif kecil. Bila dihitung, maka dapat diketahui bahwa rata-rata persentase kepemilikan manajemen selama tahun pengamatan hanya sebesar 2,28 persen. Dengan demikian hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Idris (2008) yang menemukan fakta bahwa persentase kepemilikan manajemen tidak bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

Hasil analisis untuk H_0 yang menyatakan

bahwa tipe industri berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate social responsibility* dan nilai perusahaan tidak dapat diterima karena nilai sig variabel interakal antara X1 dengan X3 sebesar 0,223 > 0,05. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni (2006) yang menemukan fakta bahwa tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Menurutnya perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile*.

Penolakan hipotesis tiga ini dimungkinkan karena perusahaan yang *high profile* dalam penelitian ini masih lebih sedikit yakni hanya 58 perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang termasuk pada industri *low profile* sebanyak 73 perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Kelly (1981), Davey (1982), Ng (1985) dan Cowen, *et al.* (1987), yang tidak menemukan hubungan antara kedua variabel tersebut.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, selain itu juga menguji apakah persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada model 2, variabel CSR, persentase kepemilikan manajemen, dan interakal antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen, secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sama halnya dengan model regresi 2, variabel CSR, tipe industri dan interakal antara CSR dengan tipe industri pada model regresi 3 juga mempunyai pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Bukti empiris penelitian ini mendukung Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya bahwa CSR merupakan faktor yang mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Semakin banyak

perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Dari hasil pengujian data juga ditemukan fakta bahwa persentase kepemilikan manajemen dan tipe industri tidak berperan sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

Saran penulis dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) Penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang periode pengamatan agar dapat lebih mengetahui implikasi penerapan CSR dalam jangka panjang, (2) Peneliti selanjutnya sebaiknya terus menambah item pengungkapan CSR yang sesuai dengan kondisi yang ada dalam masyarakat, misalnya item promosi karyawan/pegawai, serta item lainnya yang berhubungan dengan masalah energi, (3) Nilai *R-square* dan *Adjusted R²* dalam penelitian ini masih relatif kecil yang menunjukkan bahwa variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang jauh lebih besar terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian penelitian selanjutnya dapat menambah atau menggunakan variabel lainnya untuk mengetahui lebih lanjut variabel apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah: (1) Item pengungkapan sosial perusahaan dalam penelitian ini masih sangat terbatas karena data hanya diambil dari laporan tahunan, bukan dari laporan keberlanjutan, (2) Variabel CSR dalam penelitian ini tidak lolos uji heteroskedastisitas, yang berarti bahwa model regresi belum sepenuhnya baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. N., et al. 2003. Corporate Social Responsibility Disclosure in Malaysia: An Analysis of Annual Reports of KLSE Listed Companies. *IJUM Journal of Economics and Management*, 11, No. 1: 51-86.
- Almilia, L. S. dan Silvy, M. 2006. Kebijakan Dividen dan Kebijakan Leverage terhadap Prediksi Kepemilikan Manajerial dengan Teknik Analisis Multinomial Logit. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Vol. 6, No. 1.
- Anggraeni, R. Fr. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Kumpulan Makalah SNA IX*.
- Christiawan, Y. J. dan Tarigan, J. 2007. Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 9, No. 1.
- Dahlia, L. dan Siregar, S. V. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan. *Kumpulan Makalah SNA XI*.
- Edwin dan Nurdiono. 2007. Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial pada Laporan Tahunan Perusahaan dalam Kelompok Aneka Industri yang Go Publik di BEJ. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol. 12, No. 1, Januari.
- Ghozali, I. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hackston, D. and Milne, M. J. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. Vol. 9, No. 1: 77-108.
- Magdalena, N. dan Herlina. 2008. Pengembangan Value-Based Management Melalui Corporate Social Responsibility dan Premiumisation sebagai Strategi Menembus Persaingan Pasar Masa Depan. *Kumpulan Makalah National Conference UKWMS*.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Kumpulan Makalah SNA XI*.
- Nurmansyah, A. 2006. Corporate Social Responsibility: Isu dan Implementasinya. *Kajian Bisnis*. Vol. 14, No. 1: 86-98.
- Rachmawati, A. dan Triatmoko, H. 2007. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi

- Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan. *Kumpulan Makalah SNA X*.
- Soyekti, Y. dan Wondabio, L. S. 2007. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient. *Kumpulan Makalah SNA X*.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial: Studi pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Symposium Nasional Akuntansi VIII*.
- Siregar, Chairil N. 2007. Analisis Sosiologis terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sositologi*. Edisi 12 Tahun 6: 285-288.
- Sekarta, M. 2007. Pengaruh Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan pada Kesejahteraan Pemegang Saham Perusahaan Target Akuisisi. *Jurnal*

Riset Akuntansi Indonesia. Vol. 10, No. 3: 243-267.

Suwardiman. 2000. Pentingnya Pertimbangan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dalam Penetapan Tujuan Pelaporan Keuangan dalam Conceptual Framework Pelaporan Keuangan Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 4, No. 1: 67-99.

Wahyudi, U. dan Pawestri, H. P. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Kumpulan Makalah SNA IX*.

www.bpkp.go.id

www.wikipedia.com

www.bumn.go.id