

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



Nama : Melinda Krisnawati

No. Mahasiswa : 08312202

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

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

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi

pada Fakultas Ekonomi UII

Oleh:

Nama : Melinda Krisnawati

No. Mahasiswa : 08312202

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 15 Desember 2011

Penyusun



Melinda Krisnawati

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



Hasil Penelitian

diajukan oleh :

Nama : Melinda Krisnawati

No. Mahasiswa : 08312202

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 15 Desember 2011

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Marfuah', written in a cursive style.

Marfuah Dra. M.Si., Ak.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan
Dengan Profitabilitas dan Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel
Moderating

Disusun Oleh: MELINDA KRISNAWATI
Nomor Mahasiswa: 08312202

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 17 Januari 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Dra. Marfuah, M.Si, Ak

Penguji : Hendi Yogi P, SE, N.For.Accy, Ph.D



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



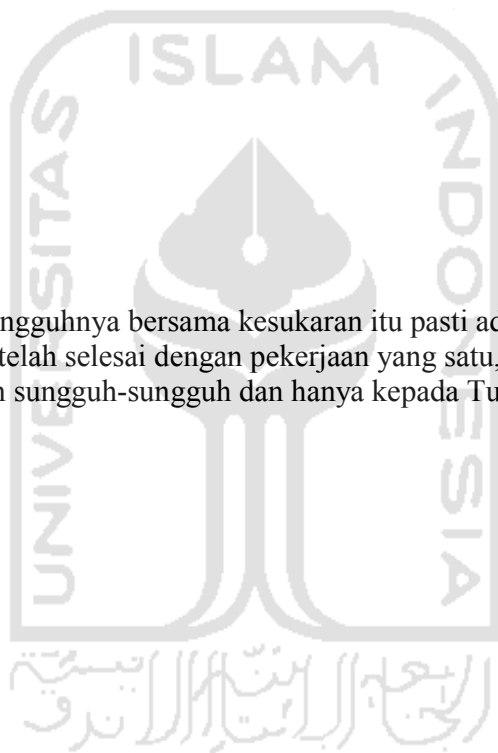
Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA



MOTTO

DO THE BEST LET GOD DO THE REST

“Sesungguhnya bersama kesukaran itu pasti ada kemudahan, maka apabila engkau telah selesai dengan pekerjaan yang satu, kerjakanlah pekerjaan yang lain dengan sungguh-sungguh dan hanya kepada Tuhanmu lah hendaknya kamu memohon dan berharap”
(Q.S Asy Syarh, 94 :6-8)



PERSEMBAHAN



Skripsi ini ku persembahkan untuk:

♥ *Mama dan Papa*

♥ *Kak Bayu*

♥ *Dik Yayang*

♥ *My Beloved Boy Friend*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING”**.

Adapun maksud penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar sarjana jenjang Strata 1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendorong bagi kelancaran penyusunan skripsi. Rasa terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Hadri Kusuma Prof. Dr. MBA. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Isti Rahayu Dra. M.si., Ak. sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Marfuah Dra. M.si., Ak. sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan saran yang bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.

4. Kedua orang tuaku tercinta yang selalu memberikan dukungan, semangat, kasih sayang yang melimpah dan doa tiada henti.
Terimakasih Pah, Mah.....
5. Kakakku dan Adikku tersayang yang selalu memberikan semangat dan membuat hidupku selalu ceria.
6. *My beloved boy friend, thanks for loving me :D*
7. Teman-teman “*Genk Asik*”, karimun_kara, bil”_sabilla, cha_ ndut, nda_ ndul, mbak tinuul *and* mbak cinaa yang selalu penuh canda, tawa, gembira.
8. Teman seperjuanganku Nurul “small” dan Ana, makasii uda mau ngajarin aku ^^
9. Seluruh pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dan tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi seluruh pembaca. Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 15 Desember 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan.....	iv
Halaman Berita Acara.....	v
Halaman Moto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Kajian Teoritis.....	9
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i>	9
2.1.2 <i>Legitimacy Theory</i>	10
2.1.3 <i>Agency Theory</i>	12
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13

2.1.5	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.1.6	Nilai Perusahaan.....	19
2.1.7	Profitabilitas.....	21
2.1.8	Kepemilikan Manajemen.....	22
2.1.9	<i>Leverage</i>	24
2.1.10	<i>Earnings per Share (EPS)</i>	24
2.2	Penelitian Terdahulu dan Perumusan Hipotesis.....	25
2.2.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2.2.2	Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	28
2.2.3	Pengaruh Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	30
2.3	Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III	METODE PENELITIAN.....	32
3.1	Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.1.1	Populasi Penelitian.....	32
3.1.2	Sampel Penelitian.....	32
3.2	Jenis Data, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data.....	33
3.2.1	Jenis Data dan Sumber Data.....	33
3.2.2	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3	Definisi dan Pengukuran Variabel.....	33
3.3.1	Variabel Dependen.....	34

3.3.2	Variabel Independen.....	35
3.3.3	Variabel Moderating.....	36
3.3.3.1	Profitabilitas.....	36
3.3.3.2	Kepemilikan Manajemen.....	36
3.3.4	Variabel Kontrol.....	37
3.3.4.1	<i>Leverage</i>	37
3.3.4.2	<i>Earnings per Share (EPS)</i>	37
3.4	Hipotesis Operasional.....	38
3.5	Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data.....	38
3.5.1	Statistik Deskriptif.....	38
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.5.2.1	Uji Normalitas.....	39
3.5.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	39
3.5.3	Uji Hipotesis.....	40
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	43
4.2	Analisis Data.....	43
4.2.1	Statistik Deskriptif.....	43
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
4.2.2.1	Uji Normalitas.....	46
4.2.2.2	Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.3	Uji Hipotesis.....	48
4.3.1	Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.....	52
4.3.2	Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan.....	53
4.3.3	Pengaruh Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating dalam hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan.....	54

BAB V	PENUTUP.....	60
	5.1 Kesimpulan.....	60
	5.2 Keterbatasan Penelitian.....	61
	5.3 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN.....		65



DAFTAR TABEL

Tabel		Hal
4.1.	Sampel Penelitian.....	43
4.2.	Statistik Deskriptif.....	44
4.3.	Hasil Uji Normalitas.....	46
4.4.	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.5.	Hasil Uji Hipotesis.....	49
4.6.	Hasil Koefisien Determinasi.....	57
4.7.	Hasil Uji F.....	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar		Hal
2.1.	Kerangka Pemikiran.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Hal
1.	Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian..	64
2.	<i>Checklist</i> Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	65
3.	Data Penelitian yang Dibutuhkan.....	81
4.	Variabel Penelitian.....	83
5.	Hasil Analisis Regresi.....	85



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui apakah profitabilitas memperkuat hubungan positif antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan, dan untuk mengetahui apakah kepemilikan manajemen memperkuat hubungan positif antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 34 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan variabel moderating yaitu *Moderated Regression Analysis* (MRA).

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan Tobin's Q. Sedangkan profitabilitas mampu memperkuat hubungan positif antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen tidak mampu memperkuat hubungan positif antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Kata Kunci : *CSR, Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, Nilai Perusahaan*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu informasi dari perusahaan yang penting untuk diungkapkan perusahaan saat ini adalah informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi perusahaan dengan lingkungan hidup dan lingkungan sosial. Eipstein dan Freedman (1994) dalam Anggraini (2006), menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok yang berkepentingan termasuk masyarakat secara keseluruhan.

Pemikiran yang melandasi CSR adalah perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban terhadap pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga kewajiban terhadap pihak- pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*). CSR terjadi antara perusahaan dengan seluruh *stakeholder*, termasuk di dalamnya para pekerja,

komunitas lokal, pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), konsumen, dan lingkungan.

CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Disini *bottom lines* lainnya selain keuangan juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Peristiwa yang terjadi belakangan ini juga ikut menyadarkan akan arti penting penerapan CSR. Sebagai contoh adalah kasus lumpur panas di ladang migas PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo. Pada kasus tersebut mengakibatkan perusahaan mengeluarkan anggaran yang tidak kecil bahkan terhenti operasionalnya akibat adanya komplain masyarakat (www.sinarharapan.co.id).

Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Pasal 74, CSR pada saat ini bukan lagi bersifat sukarela/ komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/ menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Pasal 74 Undang- Undang tentang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. (2)

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang- undangan. (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah. Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Adapun sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR terdapat dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) dan Pasal 42 ayat (1). Pasal 41 Undang- Undang tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan : (1) Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan : Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak Seratus juta rupiah.

Erni (2007) dalam Sutopoyudo (2009) menyatakan bahwa penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan. CSR dapat

digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Hackson dan Milne (1996) dalam Permanasari (2010) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Permanasari (2010) yang menemukan bahwa investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi.

Anggraini (2006) dari hasil penelitian menemukan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial dengan arah sesuai dengan yang diprediksi. Semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan maka manajer perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan informasi sosial dari kegiatan- kegiatan yang telah dilakukan di dalam program CSR. Menurut Damsetz (1986) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008), kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan dan dia menyimpulkan bahwa konsentrasi kepemilikan akan meningkatkan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan citra perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis berminat untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul : *“PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS DAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN SEBAGAI VARIABEL MODERATING”*.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah profitabilitas memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan ?
3. Apakah kepemilikan manajemen memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui apakah profitabilitas memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajemen memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan perbandingan untuk penelitian- penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan CSR.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, sebagai sumbangan pemikiran mengenai arti penting tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
- b. Bagi investor, sebagai wacana baru dalam mempertimbangkan aspek- aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran- ukuran moneter.
- c. Bagi masyarakat, sebagai pengontrol atas perilaku- perilaku perusahaan dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak- hak yang harus diperoleh.
- d. Bagi lembaga- lembaga pembuat peraturan/ standar, misalnya Badan Pengawas Pasar Modal (BAPEPAM) , Ikatan Akuntan

Indonesia (IAI), dan sebagainya, sebagai bahan pertimbangan dalam penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab secara sistematis, dimana antara bab satu dengan lainnya mempunyai hubungan yang erat. Secara sistematis urutan bab dalam skripsi dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka

Bab ini berisi tentang kajian teoritis, penelitian terdahulu, perumusan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini berisi tentang populasi penelitian, sampel penelitian, jenis data, sumber data, metode pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel, hipotesis operasional, teknik pengolahan, dan metode analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data, dan uji hipotesis.

BAB V Penutup

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian, dan saran.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 *Stakeholder Theory*

Stakeholder theory menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Teori ini dapat digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial dan lingkungan. Menurut Rawi (2008), perusahaan akan berusaha untuk memuaskan *stakeholder* agar tetap bertahan yaitu dengan menggunakan informasi yang dibutuhkan. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaannya. Semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para *stakeholder*-nya.

Berdasarkan *stakeholder theory*, perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, *et al.* (1995) dalam Rawi dan Munawar (2010)

mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu, *power stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya *power* yang mereka miliki atas sumber tersebut. Dalam Rawi (2008) disebutkan bahwa *power* tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang terbatas (modal dan tenaga kerja), akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Oleh karena itu, ketika *stakeholder* mengendalikan sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara yang memuaskan keinginan *stakeholder*. Organisasi akan memilih *stakeholder* yang dipandang penting, dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

2.1.2 *Legitimacy Theory*

Legitimacy theory menyatakan bahwa organisasi harus secara terus-menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai

dengan batasan dan norma- norma masyarakat. Rawi dan Munawar (2010) menyebutkan bahwa legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas, atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial.

Menurut Haniffa *et al.* dalam Permanasari (2010), *legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakat ini tidak selamanya berjalan seperti yang diharapkan. Tidak jarang akan terjadi perbedaan potensial antara organisasi dan nilai-nilai sosial yang dapat mengancam legitimasi perusahaan bahkan dapat membuat perusahaan tersebut ditutup.

Legitimacy theory merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. *Legitimacy theory* juga digunakan untuk mengembangkan teori pengungkapan tanggung jawab sosial

dan lingkungan seperti Rustiarini (2011) dan Naser et all (2006) dalam Febrina dan I G N Agung Suaryana (2011).

2.1.3 *Agency Theory*

Agency theory memandang perusahaan sebagai *nexus of contracts*, organisasi yang terikat kontrak dengan beberapa pihak seperti pemegang saham, *supplier*, karyawan (termasuk manajer) dan pihak-pihak lain yang berkepentingan. Hubungan keagenan dapat menimbulkan masalah pada saat pihak-pihak yang bersangkutan memiliki kepentingan yang berbeda. Teori keagenan mengemukakan bahwa antara pihak pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*) mempunyai kepentingan yang berbeda. Pemilik menghendaki bertambahnya kekayaan dan kemakmuran, sedangkan manajer juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manajer. Oleh karena itu muncullah konflik kepentingan antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*) yang dinamakan konflik keagenan (*agency conflict*).

Eisenhardt (2008) dalam Permanasari (2010) menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia guna menjelaskan tentang *agency theory* yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia kemungkinan besar akan bertindak berdasarkan sifat *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya.

2.1.4 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR sebenarnya sudah muncul dari jauh sebelum disahkannya Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. Pandangan bahwa dunia bisnis memiliki tanggung jawab yang lebih dari sekadar meningkatkan kemakmuran ekonomi semata bukanlah sesuatu yang baru. Hingga tahun 1980-1990an wacana CSR terus berkembang. Dalam buku *Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Bussiness*, John Elkington (1997) mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality*, dan *social justice*. Melalui konsep ini Elkington mengemukakan bahwa perusahaan yang ingin terus menjalankan usahanya harus memperhatikan 3P yaitu :

1. *Profit*

Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang

2. *People*

Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Misalnya terdapat beberapa perusahaan yang memberikan beasiswa bagi pelajar yang berprestasi serta memberikan sarana kesehatan maupun sarana pendidikan di sekitar perusahaan.

3. *Planet*

Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keanekaragaman hayati. Misalnya dengan mengadakan penghijauan, penyediaan air bersih, maupun perbaikan pemukiman.

Perusahaan yang menjalankan usahanya tidak dibenarkan hanya mengejar keuntungan semata (*profit*), tetapi mereka juga harus terlibat pada kesejahteraan masyarakat (*people*), dan berpartisipasi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). Ketiga prinsip tersebut saling mendukung dalam pelaksanaan CSR.

Seiring berjalannya waktu, cetusan Elkington semakin bergulir kencang. Di wilayah Asia, konsep CSR berkembang sejak tahun 1998. Akan tetapi pada saat itu belum terdapat suatu pengertian maupun pemahaman yang baik tentang konsep CSR. Sedangkan CSR itu sendiri dikenal di Indonesia pada tahun 2001.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008), CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat bagi bisnis sendiri maupun pembangunan. Hal ini sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan setiap perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat berdasarkan nilai-nilai keadilan

dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok untuk melegitimasi tindakan perusahaan. Jika terjadi ketidakselarasan sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat maka perusahaan kehilangan legitimasinya sehingga dapat mengancam kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Suharto (2007) mengatakan bahwa ada sedikitnya empat manfaat CSR terhadap perusahaan, yaitu :

1. *Brand differentiation*

Dalam persaingan pasar yang kian kompetitif, CSR dapat memberikan citra perusahaan yang khas, baik, dan etis di mata publik yang pada akhirnya akan menciptakan *customer loyalty*.

2. *Human resources*

Program CSR dapat membantu dalam perekrutan karyawan baru, terutama yang memiliki kualifikasi tinggi. Selain itu bagi staf lama, CSR dapat juga meningkatkan persepsi, reputasi, dan dedikasi dalam bekerja.

3. *License to operate*

Perusahaan yang menjalankan CSR dapat mendorong pemerintah dan publik memberi izin bisnis. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dianggap telah memenuhi standar operasi dan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat luas.

4. *Risk management*

Reputasi perusahaan yang dibangun bertahun-tahun dapat runtuh sekejap oleh skandal korupsi, kecelakaan karyawan ataupun kerusakan lingkungan. CSR dapat berguna bagi perusahaan dalam mengelola risiko-risiko bisnis tersebut.

2.1.5 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Hendriksen (1991:203) dalam Nurlela dan Islahudin (2008) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Di Indonesia, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) karena praktik pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat (1) dan (2). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 66 ayat (1) dan (2), direksi wajib mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan. Selain itu pemerintah melalui Keputusan Ketua BAPEPAM No: kep-134/BL/2006 juga mengatur mengenai pengungkapan

informasi dalam laporan keuangan tahunan perusahaan perusahaan di Indonesia. Pengungkapan informasi yang diatur oleh pemerintah ataupun lembaga profesional (dalam hal ini adalah Ikatan Akuntan Indonesia) merupakan pengungkapan yang wajib dipatuhi oleh perusahaan yang telah *go public*. Tujuan pemerintah mengatur pengungkapan informasi adalah untuk melindungi kepentingan para investor dari ketidakseimbangan informasi antara manajemen dengan investor karena adanya kepentingan manajemen. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia berpedoman kepada standar yang telah dikeluarkan Ikatan Akuntan Indonesia, yaitu Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1 (Revisi 2009) Paragraf keduabelas.

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

PSAK No.1 (revisi 2009) tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang ada di Indonesia diberi satu kebebasan dalam mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.

Menurut Martin Freedman dalam Kusumadilaga (2010), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial, lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial adalah sebagai berikut :

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure in Annual Report*)

Standar pelaporan pertanggungjawaban sosial masih belum memiliki standar yang baku, sehingga jumlah dan cara pengungkapan informasi sosial bergantung kepada kebijakan dari pihak manajemen perusahaan. Hal ini mengakibatkan timbulnya variasi luas pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan masing-masing perusahaan.

2.1.6 Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka dapat digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan perusahaan. Hal tersebut dikarenakan peningkatan nilai perusahaan berarti meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan. Menurut Yulianti (2009) dalam Widyaniningrum (2010), nilai perusahaan pada perusahaan *go public* ditentukan oleh nilai pasar sahamnya.

Sedangkan bagi perusahaan yang belum *go public* nilai perusahaan dipengaruhi oleh nilai yang telah terjadi jika perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan Nurlela dan Islahuddin (2008). Hal tersebut dikarenakan nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompoten di bidangnya, yaitu manajer atau komisaris.

Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Semakin besar

nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

2.1.7 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dan sejauh mana keefektifan pengelolaan perusahaan. Karena alasan keberadaan suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan laba. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Agus Sartono (2001) dalam Hariyani (2009), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini, misalnya bagi pemegang saham akan melihat keuntungan yang benar-benar akan diterima dalam bentuk dividen. Manfaat rasio profitabilitas dalam, yaitu : (a) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, (b) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, (c) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu, (d) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, dan (e) Mengetahui produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang di gunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Van Horne dan Wachowicz (2005:222) dalam Kusumadilaga (2010), mengemukakan rasio profitabilitas terdiri dari dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan terdiri atas Marjin Laba Kotor (*Gross Profit Margin*) dan Marjin Laba Bersih (*Net Profit Margin*). Profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi terdiri atas *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE).

2.1.8 Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer, direksi, dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat. Kepemilikan oleh manajemen yang besar akan efektif memonitoring aktivitas perusahaan.

Manajer sebagai pihak yang diberi wewenang atas kegiatan perusahaan dan berkewajiban menyediakan laporan keuangan akan cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya dan mengorbankan kepentingan pemegang saham. Sebagai pengelola perusahaan, manajer akan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dibandingkan pemilik (pemegang saham). Manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai wujud dari tanggung jawab atas

pengelolaan perusahaan namun informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya sehingga hal ini memacu terjadinya suatu konflik.

Menurut *agency teory*, pemisahan antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan dapat menimbulkan suatu konflik. Konflik tersebut disebabkan pemilik dan manajer mempunyai kepentingan sendiri-sendiri yang saling bertentangan karena mereka berusaha memaksimalkan utilitasnya masing-masing. Perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer mengakibatkan timbulnya konflik yang biasa disebut *agency conflict*. Perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer mengakibatkan manajer berperilaku curang dan tidak etis sehingga merugikan pemilik. Oleh karena itu diperlukan suatu mekanisme pengendalian yang dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer. Mekanisme pengawasan terhadap manajer tersebut menimbulkan suatu biaya yaitu biaya keagenan. Tendi Haruman (2008) dalam Permanasari (2010) menyatakan bahwa salah satu cara untuk mengurangi *agency cost* adalah dengan adanya kepemilikan saham oleh pihak manajemen.

Shliefer dan Vishny dalam Permanasari (2010) menyatakan bahwa kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008), ketika kepemilikan saham oleh manajemen rendah maka ada kecenderungan akan terjadinya peningkatan perilaku *opportunistic* manajer. Dengan adanya kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan maka

dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham lainnya sehingga permasalahan antara pemilik dan manajer diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer juga sekaligus sebagai pemegang saham.

2.1.9 Leverage

Leverage menunjukkan seberapa besar aset perusahaan diperoleh atau didanai oleh hutang. Menurut Brigham dan Houston (2001) dalam Gultom dan Syarif (2009), *leverage* terbagi menjadi dua jenis, yaitu *leverage* operating (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*). Dalam penelitian ini *leverage* yang dimaksud adalah *leverage* keuangan. *Leverage* keuangan menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi berusaha menyampaikan lebih banyak informasi sebagai instrumen untuk mengurangi *monitoring costs* bagi investor. Mereka memberikan informasi yang lebih detail dalam laporan tahunan untuk memenuhi kebutuhan tersebut dibandingkan dengan perusahaan yang *leverage* nya lebih rendah.

2.1.10 Earnings per Share (EPS)

EPS merupakan rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham, yang menggambarkan profitabilitas perusahaan pada setiap lembar saham. Data EPS biasanya digunakan oleh pemegang saham dan investor untuk mengevaluasi profitabilitas dari suatu perusahaan. EPS merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan mampu mempengaruhi harga saham

di pasar modal, sehingga memungkinkan perusahaan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan nilai saham yang diperdagangkan di pasar modal. Menurut Taranika (2009) dalam Gultom dan Syarif (2009), EPS dikatakan berpengaruh signifikan terhadap harga saham. Hal itu berarti semakin tinggi EPS suatu perusahaan maka semakin tinggi minat investor terhadap saham perusahaan tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu dan Perumusan Hipotesis

Sembiring (2005), yang meneliti pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah menemukan pengaruh karakteristik perusahaan yang terdiri dari lima faktor yaitu *size*, profitabilitas, *profile*, ukuran dewan komisaris dan *leverage* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Sementara *size*, *profile*, dan ukuran dewan komisaris menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Anggraini (2006), yang meneliti tentang pengungkapan tanggung jawab sosial dan faktor – faktor pengungkapan tanggung jawab sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah menguji faktor – faktor yang mempengaruhi pelaporan CSR dengan asumsi awal ada lima faktor yang mempengaruhi yaitu kepemilikan, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri, dan profitabilitas. Pada akhirnya

penelitian ini menemukan bahwa faktor yang mempengaruhi pelaporan CSR adalah kepemilikan perusahaan dan tipe industri.

Nurlela dan Islahuddin (2008), yang menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Penelitian ini menemukan bahwa CSR, persentase kepemilikan, serta interaksi antara CSR dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Gultom dan Syarif (2009), yang menguji pengaruh kebijakan *leverage*, kebijakan dividen, dan EPS terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menemukan bahwa kebijakan *leverage*, kebijakan dividen, dan EPS secara simultan dapat dipakai untuk mengestimasi variabel nilai perusahaan. Variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan dividen dan EPS tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rustiarini (2009), yang menguji pengaruh struktur kepemilikan saham terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menemukan bahwa kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan struktur kepemilikan asing dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Permanasari (2010), yang menguji pengaruh CSR, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan. Hasil dari

penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manajemen dan kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kusumadilaga (2010), yang menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini menemukan bahwa CSR, profitabilitas, serta interaksi antara CSR dengan profitabilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, serta pelaksanaan UU PT telah cukup efektif. Hal tersebut terbukti dengan meningkatnya luas pengungkapan CSR meskipun belum maksimal.

Bila dilihat dari beberapa penelitian terdahulu di atas, maka topik yang akan dibahas pada penelitian ini merupakan pengembangan dari topik yang telah ada. Pada penelitian ini profitabilitas dan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating serta *leverage* dan EPS sebagai variabel kontrol. Selanjutnya akan diteliti pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya profitabilitas dan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating serta *leverage* dan EPS sebagai variabel kontrol, maka diharapkan dapat memperkuat hubungan positif antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Adapun perumusan hipotesis adalah sebagai berikut :

2.2.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan

memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dengan adanya praktik CSR maka diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor maupun konsumen perusahaan.

Survei yang dilakukan Booth- Harris Trust Monitoring (2001) dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Oleh karena itu, dengan adanya CSR diharapkan nilai perusahaan akan meningkat dilihat dari harga saham sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Menurut Permanasari (2010) adanya CSR yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi.

H₁ : CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliani (2003) dalam Cahya (2010) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan sosial dan lingkungan perusahaan. Berbeda dengan pendapat di atas, Donova dan Gibson (2000) dalam Darwis (2009) menyatakan bahwa

berdasarkan teori legitimasi, salah satu argumen dalam hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial adalah bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap para pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkungan sosial, dan dengan demikian investor akan tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa profitabilitas mempunyai hubungan yang negatif terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan. Hal ini sesuai pada penelitian Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Anggraini (2006) bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin besar luas pengungkapan informasi sosial perusahaan.

Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Menurut Permanasari (2010), investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

H₂ : profitabilitas memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan

2.2.3 Pengaruh Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Morck *et al* (1998) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008), kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer, dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan bahwa nilai perusahaan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Jensen dan Meckling (1976) dalam Permasari (2010) menemukan bahwa konflik kepentingan antara pemilik dengan manajer menjadi semakin besar ketika kepemilikan manajemen terhadap perusahaan semakin kecil. Dalam hal ini manajer akan memaksimalkan dirinya dibandingkan kepentingan perusahaan. Disamping itu, sesuai dengan teori keagenan, semakin besar kepemilikan manajemen di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Manajer perusahaan akan mengungkapkan tanggung jawab sosial guna meningkatkan citra perusahaan dalam rangka memaksimalkan nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajemen memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

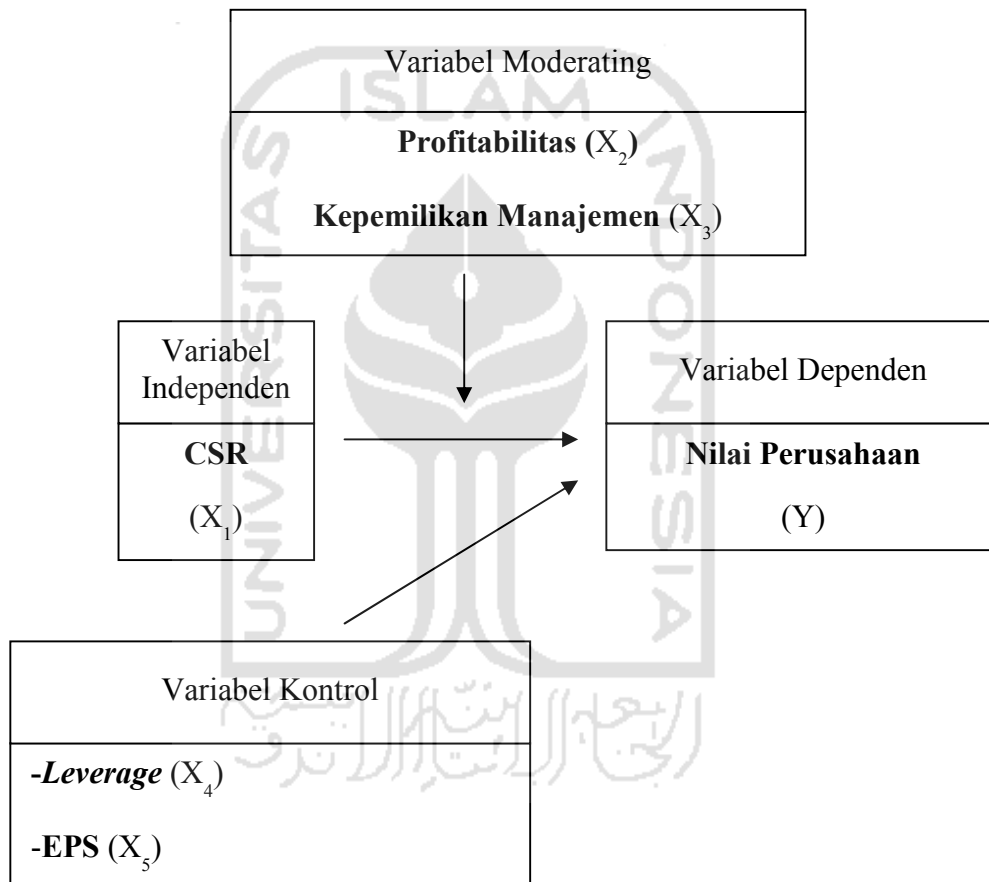
H₃ : kepemilikan manajemen memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

GAMBAR 2.1.

KERANGKA PEMIKIRAN



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

3.1.1 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan- perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2010. Peneliti memilih perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur lebih banyak memiliki dampak atau pengaruh terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan.

3.1.2 Sampel Penelitian

Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun kriteria sampel yang digunakan, yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2010 yang mempublikasikan laporan tahunan.
2. Perusahaan manufaktur yang memiliki kepemilikan manajemen.
3. Perusahaan manufaktur yang memiliki laba.

4. Data pengungkapan CSR terbatas pada data yang terdapat dalam *annual report* perusahaan

3.2 Jenis Data, Sumber Data, dan Metode Pengumpulan Data

3.2.1 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu *annual report* perusahaan selama tahun 2010. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif yang digunakan adalah profitabilitas, kepemilikan manajemen, nilai perusahaan, *leverage*, dan EPS. Sedangkan data kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pojok BEI UII dan dari website www.idx.co.id

3.2.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode dokumentasi. Adapun yang dimaksud dengan metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan dokumen- dokumen atau catatan-catatan tertulis dari peristiwa. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri *annual report* perusahaan yang terpilih menjadi sampel.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian terdiri dari 4 variabel, yaitu variabel dependen, variabel independen, variabel moderating, dan variabel kontrol.

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar dan diukur dengan Tobin's Q dan disimbolkan dengan Y. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Rasio Q mengukur tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomi dalam kekuasaannya. Menurut Herawaty (2008) dalam Kusumadilaga (2010), jika rasio Q di atas satu, berarti menunjukkan bahwa investasi dapat menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Sedangkan jika rasio Q di bawah satu maka investasi tidaklah menarik. Penghitungan menggunakan rumus :

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

Keterangan :

Q = nilai perusahaan

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

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total ekuitas

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan pengungkapan CSR dalam *annual report* perusahaan sebagai variabel independen. CSR diukur dengan CSRDI (*Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index*) dan disimbolkan dengan X_1 .

Dalam menentukan indeks pengungkapan CSR digunakan *checklist* atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi *item-item* pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Instrumen pengungkapan CSR yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005), yang mengelompokkan CSR ke dalam tujuh kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

CSRDI j = *Corporate Sosial Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

X ij = *dummy variable*, 1= jika *item* i diungkapkan ; 0= jika *item* i tidak diungkapkan

Nj = jumlah *item* untuk perusahaan (Nj= 78)

Dengan demikian, $0 \leq CSRDI_j \leq 1$

3.3.3 Variabel Moderating

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini profitabilitas dan kepemilikan manajemen digunakan sebagai variabel moderating.

3.3.3.1 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas diukur dengan *return on assets* (ROA) dan disimbolkan dengan X₂. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan. Rumus perhitungan ROA adalah sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aktiva}}$$

3.3.3.2 Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen diukur dengan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer, direksi, dan dewan komisaris dan disimbolkan dengan X₃. Menurut Tendi Haruman (2008) dalam Permanasari (2010), variabel ini digunakan untuk mengetahui manfaat kepemilikan manajemen dalam mekanisme pengurangan konflik agensi. Penghitungan menggunakan rumus :

$$= \frac{\text{persentase jumlah saham yang dimiliki oleh pihak manajemen perusahaan}}{\text{jumlah saham yang dimiliki oleh manajer, dewan direksi, dan komisaris}} = \frac{\text{total jumlah saham yang beredar}}{\text{total jumlah saham yang beredar}}$$

3.3.4 Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga hubungan variabel dependen dan variabel independen tidak dipengaruhi faktor luar yang tidak diteliti. Dalam penelitian ini *leverage* dan EPS digunakan sebagai variabel kontrol.

3.3.4.1 *Leverage*

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh aset perusahaan yang didanai oleh hutang. *Leverage* diukur dengan *Debt to Total Assets Ratio* (DTA) dan disimbolkan dengan X₄. Penghitungan menggunakan rumus :

$$DTA = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aktiva}}$$

3.3.4.2 *Earnings per Share* (EPS)

EPS adalah rasio yang menunjukkan bagian laba untuk setiap saham, yang menggambarkan profitabilitas perusahaan pada setiap lembar saham. EPS disimbolkan dengan X₅. Rumus perhitungan EPS adalah sebagai berikut :

$$EPS = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{jumlah saham yang beredar}}$$

3.4 Hipotesis Operasional

$H_{01} : \beta_1 \leq 0$, CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{a1} : \beta_1 > 0$, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{02} : \beta_2 \leq 0$, profitabilitas tidak memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan

$H_{a2} : \beta_2 > 0$, profitabilitas memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan

$H_{03} : \beta_3 \leq 0$, kepemilikan manajemen tidak memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan

$H_{a3} : \beta_3 > 0$, kepemilikan manajemen memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan

3.5 Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS Versi 17 (*Statistical Product and Service Solution Version 17*). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui deskriptif nilai perusahaan, CSR, profitabilitas, kepemilikan manajemen, *leverage*, dan EPS pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal dan di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Menurut Ghozali (2009), model regresi yang baik adalah memiliki data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- probabilitas asymp.sig (2-tailed) > 0.05 maka data mempunyai distribusi normal
- probabilitas asymp.sig (2-tailed) < 0.05 maka data mempunyai distribusi tidak normal

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Menurut Ghozali (2009), model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien *Rank Spearman*., dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- probabilitas *symp.sig* (2-tailed) > 0.05 maka model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- probabilitas *symp.sig* (2-tailed) < 0.05 maka model regresi terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.5.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Menurut Ghozali (2009), MRA merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Variabel perkalian antara CSR (X_1) dan profitabilitas (X_2) serta perkalian antara CSR (X_1) dan kepemilikan manajemen (X_3) merupakan variabel moderating. Model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_1.X_2 + \beta_7 X_1.X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1- \beta_7$ = Koefisien Regresi

X_1 = CSR

X_2 = Profitabilitas

X_3 = Kepemilikan Manajemen

X_4 = *Leverage*

X_5 = EPS

$X_1.X_2$ = Interaksi antara CSR dengan Profitabilitas

$X_1.X_3$ = Interaksi antara CSR dengan Kepemilikan Manajemen

e = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Analisis regresi yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian yang dilakukan adalah:

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari ini diketahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi telah lolos uji kesesuaian model. Dasar pengambilan keputusan dari uji F adalah sebagai berikut:

- jika signifikansi atau p-value $< 0,05$ dan tanda koefisien regresi sesuai dengan yang diprediksi maka H_0 ditolak



BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria. Pengambilan sampel penelitian ini digambarkan pada tabel di bawah ini :

TABEL 4.1.
SAMPEL PENELITIAN

Kriteria Sample	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 yang mengungkapkan CSR dalam <i>annual report</i>	117
Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki kepemilikan manajemen	(81)
Perusahaan manufaktur yang mengalami rugi	(2)
Sampel Penelitian	34

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

4.2 Analisis Data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Pada bagian ini akan digambarkan atau dideskripsikan data masing-masing variabel dilihat dari nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar

deviasi dari masing-masing variabel. Statistik deskriptif untuk variabel-variabel penelitian tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

TABEL 4.2.
STATISTIK DESKRIPTIF

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	34	0,5193	4,4235	1,316215	0,7798069
CSR	34	0,2436	0,6410	0,361237	0,0982722
Profitabilitas	34	0,0001	1,1743	0,093853	0,1960672
Kepemilikan Manajemen	34	0,0002	25,3981	5,946682	8,0589541
<i>Leverage</i>	34	0,0943	0,7328	0,438556	0,2036512
EPS	34	0,0436	3548,6016	352,873129	814,6216374
Valid N (listwise)	34				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.2., nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q menunjukkan bahwa selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 1,316215 yang artinya rata-rata perusahaan memiliki Tobin's Q > 1. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dapat menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi.

Berdasarkan tabel 4.2., CSR yang diukur dengan CSRDI menunjukkan bahwa selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 0,361237. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur adalah 36,1% dari seluruh *item* pengungkapan CSR.

Berdasarkan tabel 4.2., profitabilitas yang diukur dengan ROA menunjukkan bahwa selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 0,093853. Hal ini menunjukkan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan perusahaan untuk beroperasi, mampu memberikan laba bagi perusahaan sebesar 9,3%.

Berdasarkan tabel 4.2., kepemilikan manajemen yang diukur dengan persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer, direksi, dan dewan komisaris menunjukkan bahwa selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 5,94% dari seluruh total saham yang beredar.

Berdasarkan tabel 4.2., *leverage* yang diukur dengan DTA menunjukkan bahwa selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 0,438556. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh aset yang didanai oleh hutang sebesar 43,85%.

Berdasarkan tabel 4.2., EPS menunjukkan bahwa selama periode penelitian variabel ini memiliki nilai rata-rata sebesar 352,873129. Hal ini menunjukkan bahwa laba untuk setiap lembar saham sebesar 352,873129 .

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat untuk dipergunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Dari pengujian

yang telah dilakukan, diperoleh hasil tidak terdapat penyimpangan terhadap uji asumsi klasik normalitas dan heteroskedastisitas.

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menghindari terjadinya bias, data yang digunakan harus terdistribusi dengan normal. Hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* adalah sebagai berikut :

TABEL 4.3.
HASIL UJI NORMALITAS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,88762536
Most Extreme Differences	Absolute	0,162
	Positive	0,162
	Negative	-0,123
Kolmogorov-Smirnov Z		0,943
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,336

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.3. menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,943 dengan nilai probabilitas sebesar 0,336. Karena nilai probabilitas asymp.sig

(2-tailed) > 0,05 maka data mempunyai distribusi normal. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Menurut Ghozali (2009), model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji koefisien *Rank Spearman* adalah sebagai berikut :

TABEL 4.4.
HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

			Standardized Residual
Spearman's rho	CSR	Correlation Coefficient	-0,016
		Sig. (2-tailed)	0,931
	N	34	
	Profitabilitas	Correlation Coefficient	-0,188
		Sig. (2-tailed)	0,286
N	34		
Kepemilikan Manajemen	Correlation Coefficient	0,093	
	Sig. (2-tailed)	0,599	
N	34		
<i>Leverage</i>	Correlation Coefficient	0,121	
	Sig. (2-tailed)	0,494	
N	34		
EPS	Correlation Coefficient	-0,333	
	Sig. (2-tailed)	0,055	
N	34		

Interaksi CSR dan Profitabilitas	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	-0,188 0,287 34
Interaksi CSR dan Kepemilikan Manajemen	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	0,091 0,610 34
Standardized Residual	Correlation Coefficient Sig. (2-tailed) N	1.000 . 34

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Dari tabel 4.4. dapat diketahui bahwa variabel CSR, profitabilitas, kepemilikan manajemen, *leverage*, EPS, interaksi CSR dan profitabilitas, serta interaksi CSR dan kepemilikan manajemen masing- masing memiliki nilai probabilitas diatas 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.3 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis*.

TABEL 4.5.
HASIL UJI HIPOTESIS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Kesimpulan
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-0,00270	0,827		-0,003	0,997	
	X ₁	1,92294	1,717	0,242	1,120	0,273	Ha ₁ tidak didukung
	X ₂	21,00945	7,445	5,282	2,822	0,009	
	X ₃	-0,03304	0,066	-0,341	-0,497	0,623	
	X ₄	0,38445	0,661	0,100	0,582	0,566	
	X ₅	0,00023	0,000	0,241	1,144	0,263	
	X ₁ . X ₂	-38,06338	14,296	-5,050	-2,662	0,013	Ha ₂ didukung
	X ₁ . X ₃	0,04490	0,179	0,175	0,251	0,804	Ha ₃ tidak didukung

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Berdasarkan hasil analisis regresi maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0,00270 + 1,92294 X_1 + 21,00945 X_2 - 0,03304 X_3 + 0,38445 X_4 + 0,00023 X_5 - 38,06338 X_1. X_2 + 0,04490 X_1. X_3$$

Hasil konstanta sebesar -0,00270 menunjukkan bahwa jika variabel CSR, profitabilitas, kepemilikan manajemen, *leverage*, EPS, interaksi antara CSR dan profitabilitas serta interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen sama dengan nol maka besarnya nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q diprediksi sebesar -0,00270.

Koefisien regresi CSR sebesar 1,92294 menunjukkan bahwa setiap peningkatan CSR sebesar 1 satuan maka Tobin's Q akan meningkat sebesar 1,92294 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan CSR dan Tobin's Q adalah searah yang berarti jika CSR meningkat maka nilai Tobin's Q meningkat dan jika CSR menurun maka nilai Tobin's Q menurun.

Koefisien regresi profitabilitas sebesar 21,00945 menunjukkan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar 1% maka Tobin's Q akan meningkat sebesar 21,00945 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan profitabilitas dan Tobin's Q adalah searah yang berarti jika profitabilitas meningkat maka nilai Tobin's Q meningkat dan jika profitabilitas menurun maka nilai Tobin's Q menurun.

Koefisien regresi kepemilikan manajemen sebesar -0,03304 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepemilikan manajemen sebesar 1% maka Tobin's Q akan menurun sebesar -0,03304 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa hubungan kepemilikan manajemen dan Tobin's Q adalah berlawanan yang berarti jika kepemilikan manajemen meningkat maka nilai Tobin's Q menurun dan jika kepemilikan manajemen menurun maka nilai Tobin's Q meningkat.

Koefisien regresi *leverage* sebesar 0,38445 menunjukkan bahwa setiap peningkatan *leverage* sebesar 1% maka Tobin's Q akan meningkat sebesar 0,38445 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan *leverage* dan Tobin's Q adalah searah yang

berarti jika *leverage* meningkat maka nilai Tobin's Q meningkat dan jika *leverage* menurun maka nilai Tobin's Q menurun.

Koefisien regresi EPS sebesar 0,00023 menunjukkan bahwa setiap peningkatan EPS sebesar 1% maka Tobin's Q akan meningkat sebesar 0,00023 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan EPS dan Tobin's Q adalah searah yang berarti jika EPS meningkat maka nilai Tobin's Q meningkat dan jika EPS menurun maka nilai Tobin's Q menurun.

Koefisien regresi interaksi antara CSR dan profitabilitas sebesar -38,06338 menunjukkan bahwa setiap peningkatan interaksi antara CSR dan profitabilitas sebesar 1% maka Tobin's Q akan menurun sebesar -38,06338 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa hubungan interaksi antara CSR dan profitabilitas dengan Tobin's Q adalah berlawanan yang berarti jika interaksi antara CSR dan profitabilitas meningkat maka nilai Tobin's Q menurun dan jika interaksi antara CSR dan profitabilitas menurun maka nilai Tobin's Q meningkat.

Koefisien regresi interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen sebesar 0,04490 menunjukkan bahwa setiap peningkatan interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen sebesar 1% maka Tobin's Q akan meningkat sebesar 0,04490 dengan asumsi variabel lain konstan. Dengan adanya pengaruh positif ini menunjukkan bahwa hubungan interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen dan Tobin's Q adalah searah yang berarti jika interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen meningkat maka nilai Tobin's Q meningkat dan jika

interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen menurun maka nilai Tobin's Q menurun.

Adapun pembahasan masing- masing pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

4.3.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa CSR memiliki nilai t hitung 1,120 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,273. Hal ini berarti P value > (0,05) yaitu $0,273 > 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa H_0 gagal ditolak yang berarti bahwa variabel CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis pertama (H_{a1}) **tidak didukung**.

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan disebabkan karena rata- rata pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010 rendah, yaitu 36,1%. Menurut Permasari (2010), investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Dalam penelitian ini pengungkapan CSR rendah sehingga investor kurang tertarik menginvestasikan modalnya pada perusahaan. Dengan demikian CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Nurlala dan Islahuddin (2008) yang menyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa interaksi antara CSR dan profitabilitas memiliki nilai t hitung -2,662 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,013. Hal ini berarti P value < (0,05) yaitu $0,013 < 0,05$. Nilai tersebut dapat membuktikan H_{01} ditolak yang berarti bahwa variabel profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua (H_{a2}) **didukung**.

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Berpengaruhnya profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan disebabkan karena profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar perolehan laba yang didapat perusahaan, maka semakin luas informasi sosial yang diungkapkan perusahaan. Menurut Permanasari (2010), investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Oleh karena itu profitabilitas mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai t hitung 2,822 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,009. Hal ini berarti P value < (0,05) yaitu $0,009 < 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap

nilai perusahaan. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya. Semakin besar profitabilitas maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari investor yang menanamkan modal. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Yuniasih dan Wirakusuma (2009) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa interaksi antara CSR dan kepemilikan manajemen memiliki nilai t hitung 0,251 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,804. Hal ini berarti P value $> (0,05)$ yaitu $0,804 > 0,05$. Nilai tersebut menunjukkan bahwa H_{03} gagal ditolak yang berarti bahwa variabel kepemilikan manajemen tidak mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis ketiga (H_{a3}) **tidak didukung**.

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan manajemen tidak mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena sensitivitas manajemen terhadap para pemegang saham akan tergantung pada tingkat kontrol kepemilikan manajemen. Rata-rata kepemilikan manajemen perusahaan manufaktur tahun 2010 sangat rendah yaitu 5,94%. Artinya, hanya sebagian kecil saja saham-saham yang dimiliki oleh manajemen sedangkan sisanya dimiliki oleh pemerintah/institusi dan publik. Selain itu sampel penelitian ini tidak seluruhnya perusahaan yang terkait langsung dengan Sumber Daya Alam (SDA), sehingga pengungkapan

CSR dalam laporan tahunan masih sekadar pemenuhan informasi bahwa perusahaan telah melakukan CSR. Kepemilikan manajemen yang rendah menyebabkan sistem pengawasan manajemen terhadap tanggung jawab sosial menjadi semakin lemah. Oleh karena itu kepemilikan manajemen tidak mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Widyaniningrum (2010) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating tidak berpengaruh secara signifikan terhadap CSR dan nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen memiliki nilai t hitung $-0,497$ dengan probabilitas signifikansi sebesar $0,623$. Hal ini berarti $P \text{ value} > (0,05)$ yaitu $0,623 > 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial kepemilikan manajemen tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena rata-rata kepemilikan manajemen perusahaan manufaktur tahun 2010 sangat rendah yaitu $5,94\%$. Rendahnya saham yang dimiliki manajemen mengakibatkan pihak manajemen belum merasa ikut memiliki perusahaan karena tidak semua keuntungan dinikmati oleh manajemen yang mengakibatkan pihak manajemen termotivasi untuk lebih memaksimalkan kesejahteraannya. Menurut Yuniasih dan Wirakusuma (2008), semakin besar proporsi kepemilikan manajemen maka manajemen cenderung berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Permasari (2010) dan Widyaniningrum (2010) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajemen tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa *leverage* memiliki nilai t hitung 0,582 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,566. Hal ini berarti P value > (0,05) yaitu $0,566 > 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Pakpahan (2010) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV.

Berdasarkan tabel 4.5., menunjukkan bahwa EPS memiliki nilai t hitung 1,144 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,263. Hal ini berarti P value > (0,05) yaitu $0,263 > 0,05$. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial EPS tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Gultom dan Syarif (2009) yang menyatakan bahwa EPS tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun pengujian statistik yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dan untuk mengetahui apakah model regresi telah lolos uji kesesuaian model dijelaskan sebagai berikut :

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai *adjusted RSquare*. Nilai *adjusted R-Square* dari model regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.

TABEL 4.6.
HASIL KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,697 ^a	0,486	0,348	0,6298994

a. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₁.X₂, X₁. X₃

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Dari tabel 4.6., nilai *adjusted R square* sebesar 0,348. Hal ini berarti bahwa 34,8% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh pengungkapan CSR, profitabilitas, kepemilikan manajemen, *leverage*, EPS, interaksi CSR dan profitabilitas, serta interaksi CSR dan kepemilikan manajemen. Sedangkan sisanya sebesar 65,2% (100% - 34,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

2. Hasil Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi telah lolos uji kesesuaian model. Hasil Uji F adalah sebagai berikut :

TABEL 4.7.**HASIL UJI F****ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,751	7	1,393	3,511	0,009 ^a
	Residual	10,316	26	0,397		
	Total	20,067	33			

a. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₁.X₂, X₁. X₃

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Dari tabel 4.7., nilai F hitung sebesar 3,511 dengan nilai probabilitas 0,009. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi telah lolos uji kesesuaian model.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan penelitian, dan saran.

5.1 Kesimpulan

Dari tiga hipotesis yang diajukan maka satu hipotesis didukung dan dua hipotesis tidak didukung. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini :

1. CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, pengungkapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan.
2. Profitabilitas mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Artinya, profitabilitas dapat bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.
3. Kepemilikan manajemen tidak mampu memperkuat hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Artinya, kepemilikan manajemen tidak dapat bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan- keterbatasan antara lain sebagai berikut :

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa *annual report* sehingga tidak semua *item* pengungkapan CSR diungkapkan secara jelas.
2. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan manufaktur yang berjumlah 34 perusahaan dengan tahun pengamatan pada tahun 2010.

5.3 Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Data pengungkapan CSR tidak hanya terbatas pada *annual report* sebagai acuan utama saja, tetapi juga diambil dari sumber lain, misalnya laporan keberlanjutan (*sustainability report*).
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI dengan tahun pengamatan yang lebih lama sehingga diperoleh sampel yang lebih banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. R, *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor- faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*, Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang, 2006
- Cahya, Bramantya Adhi, *Analisis pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility)*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang, 2010
- Daniri, Achmad, *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*, <http://www.menlh.go.id>, 2006
- Darwis, Herman, *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Financial Leverage terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan High Profile Di BEI*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Volume 13, Januari : 52-61, 2009
- Febrina dan I G N Agung Suaryana, *Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*, Simposium Nasional Akuntansi XIV, Aceh, 2011
- Gultom, C M dan Firman Syarif, *Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Dividen, dan Earnings per Share terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Akuntansi 47, Fakultas Ekonomi, USU, Medan, 2009
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit UNDIP, Semarang, 2009

Hadi, Syamsul, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Akuntansi dan Keuangan*, Ekonesia, Yogyakarta, 2006

<http://www.bapepam.go.id>

<http://www.sinarharapan.co.id>

Kusumadilaga, Rimba, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang, 2010

Nurlela, Rika dan Islahuddin, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*, Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak, 2008

Permanasari, Wien Ika, *Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang, 2010

Rawi, *Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Institusi, dan Leverage terhadap Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia*, Tesis S-2, Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang, 2008

Rawi dan Munawar Muchlish, *Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, Leverage, dan Corporate Social Responsibility*, Simposium Nasional Akuntansi XII, Palembang, 2010

Rustiarini, Ni Wayan, *Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham pada Pengungkapan Corporate Social Responsibility*, Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak, 2008

Sembiring, Eddy Rismanda, *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*. Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo, 2005

Sitepu, A C dan Hasan Sakti Siregar, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Tahunan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta*, Jurnal Akuntansi 19, Fakultas Ekonomi, USU, Medan, 2009

Suharto, Edi, *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*, [http:// www.policy.hu/suharto](http://www.policy.hu/suharto), 2007

_____, *Corporate Social Responsibility : Konsep dan Perkembangan Pemikiran*, [http:// www.policy.hu/suharto](http://www.policy.hu/suharto), 2008

Sutopoyudo, *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility terhadap profitabilitas perusahaan*, Sutopoyudo's weblog at [http:// www.wordpress.com](http://www.wordpress.com), 2009

Widyaniningrum, Lika, *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*, Skripsi S-1, Fakultas Ekonomi, UPN Veteran, Yogyakarta, 2010

Lampiran 1

Daftar Nama Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

NO	KODE	NAMA PERUSAHAAN
1	ACES	Ace Hardware Indonesia Tbk
2	AKRA	AKR Corporindo Tbk
3	APLI	Asiaplast Industries Tbk
4	ASII	Astra International Tbk
5	BRAM	Indo Kordsa Tbk
6	BRNA	Berlina Tbk
7	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk
8	CMNP	Citra Marga Nusaphala Persada Tbk
9	CTRA	Ciputra Development Tbk
10	GJTL	Gajah Tunggal Tbk
11	HEXA	Hexindo Adiperkasa Tbk
12	IKBI	Sumi Indo Kabel Tbk
13	INTA	Intraco Penta Tbk
14	JKON	Jaya Konstruksi Manggala Pratama Tbk
15	KBLM	Kabelindo Murni Tbk
16	LAPD	Leyand International Tbk
17	LION	Lion Metal Works Tbk
18	LMPI	Langgeng Makmur Industri Tbk
19	LMSH	Lionmesh Prima Tbk
20	MTDL	Metrodata Electronics Tbk
21	PANR	Panorama Sentrawisata Tbk
22	PBRX	Bumi Resources Minerals Tbk
23	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk
24	PRAS	Prima Alloy Steel Universal Tbk
25	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
26	PYFA	Pyridam Farma Tbk
27	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk
28	SMSM	Selamat Sempurna Tbk
29	SSTM	Sunson Textile Manufacturer Tbk
30	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk
31	TCID	Mandom Indonesia Tbk
32	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk
33	TIRA	Tira Austenite Tbk
34	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk

			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	18	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
	19	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	20	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA	21	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	22	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	23	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	24	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
	25	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	26	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	27	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
	28	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	29	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/ orang cacat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	30	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tingkat managerial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	31	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	32	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	33	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	34	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0
	35	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1
	36	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	37	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1

			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
PRODUK	58	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	59	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
	60	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0
	61	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	62	Membuat produk lebih aman untuk konsumen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	63	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	64	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1
	65	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	66	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1
	67	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1
KETERLIBATAN MASYARAKAT	68	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	69	Tenaga kerja paruh waktu (<i>part-time employment</i>) dari mahasiswa/pelajar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	70	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1
	71	Membantu riset medis	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	72	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0
	73	Membiyai program beasiswa	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1
	74	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
	75	Mensponsori kampanye nasional	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
76	Mendukung pengembangan industri lokal	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	
UMUM	77	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	78	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL ITEM YANG DIUNGKAPKAN			21	50	31	43	22	38	21	28	34	28
CSRDI			0,2692	0,6410	0,3974	0,5513	0,2821	0,4872	0,2692	0,3590	0,4359	0,3590

Checklist Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

KATEGORI	NO	ITEM PENGUNGKAPAN	NAMA PERUSAHAAN									
			HEXA	IKBI	INTA	JKON	KBLM	LAPD	LION	LMPI	LMSH	MTDL
			11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
LINGKUNGAN	1	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1
	2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1
	3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0
	4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1
	5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0
	6	Penggunaan material daur ulang	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
	7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
	8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1
	9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	11	Pengolahan limbah	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1
	12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	13	Perlindungan lingkungan hidup	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
ENERGI	14	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0
	15	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	16	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0
	17	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0

			11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
LAIN-LAIN TENAGA KERJA	38	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1
	39	Pengungkapkan persentase gaji untuk pensiun	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	40	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	41	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	42	Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	43	Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	44	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1
	45	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	46	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	47	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	48	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	49	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1
	50	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1
	51	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	52	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	53	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	54	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
55	Peningkatan kondisi kerja secara umum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
56	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
57	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	

			11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
PRODUK	58	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
	59	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1
	60	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1
	61	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	62	Membuat produk lebih aman untuk konsumen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	63	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	64	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0
	65	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	66	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1
	67	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1
KETERLIBATAN MASYARAKAT	68	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1
	69	Tenaga kerja paruh waktu (<i>part-time employment</i>) dari mahasiswa/pelajar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	70	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	71	Membantu riset medis	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	72	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1
	73	Membiyai program beasiswa	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1
	74	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	75	Mensponsori kampanye nasional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	Mendukung pengembangan industri lokal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
UMUM	77	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	78	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL ITEM YANG DIUNGKAPKAN			41	21	28	34	26	27	25	34	27	40
CSRDI			0,5256	0,2692	0,3590	0,4359	0,3333	0,3462	0,3205	0,4359	0,3462	0,5128

			21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
PRODUK	58	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	59	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	60	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
	61	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	62	Membuat produk lebih aman untuk konsumen	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	63	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	64	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
	65	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	66	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0
	67	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0
KETERLIBATAN MASYARAKAT	68	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
	69	Tenaga kerja paruh waktu (<i>part-time employment</i>) dari mahasiswa/pelajar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	70	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
	71	Membantu riset medis	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	72	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	73	Membiyai program beasiswa	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
	74	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0
	75	Mensponsori kampanye nasional	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
76	Mendukung pengembangan industri lokal	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	
UMUM	77	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	78	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
TOTAL ITEM YANG DIUNGKAPKAN			24	35	21	22	22	27	21	31	19	28
CSRDI			0,3077	0,4487	0,2692	0,2821	0,2821	0,3462	0,2692	0,3974	0,2436	0,3590

Checklist Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

KATEGORI	NO	ITEM PENGUNGKAPAN	NAMA PERUSAHAAN			
			TCID	TGKA	TIRA	TLKM
			31	32	33	34
LINGKUNGAN	1	Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi	0	0	0	0
	2	Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi	0	0	0	0
	3	Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi	0	0	0	0
	4	Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi	0	1	0	1
	5	Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas	0	0	0	0
	6	Penggunaan material daur ulang	0	0	0	0
	7	Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan	0	0	0	0
	8	Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan	1	1	0	1
	9	Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan	0	0	0	1
	10	Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah	0	0	0	0
	11	Pengolahan limbah	1	0	0	0
	12	Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan	1	1	0	1
	13	Perlindungan lingkungan hidup	1	1	0	1
ENERGI	14	Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi	0	0	0	0
	15	Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi	0	0	0	0
	16	Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang	0	0	0	0
	17	Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi	0	0	0	0

			31	32	33	34
	18	Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk	0	0	0	0
	19	Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk	0	0	0	0
	20	Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan	0	0	0	0
KESEHATAN DAN KESELAMATAN TENAGA KERJA	21	Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja	1	1	1	1
	22	Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental	1	1	1	1
	23	Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja	0	0	1	0
	24	Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja	1	1	1	1
	25	Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja	0	0	0	1
	26	Menetapkan suatu komite keselamatan kerja	0	0	0	0
	27	Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja	0	0	0	0
	28	Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja	1	1	1	1
	29	Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita/ orang cacat	0	0	0	0
	30	Mengungkapkan persentase/jumlah tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam tingkat managerial	0	0	0	0
	31	Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/ orang cacat dalam pekerjaan	0	0	0	0
	32	Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat	0	0	0	0
	33	Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja	1	1	1	1
	34	Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan	0	0	0	0
	35	Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja	1	0	0	1
	36	Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan	0	0	0	1
	37	Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan	0	0	0	0

			31	32	33	34
LAIN-LAIN TENAGA KERJA	38	Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi	0	0	0	0
	39	Pengungkapkan persentase gaji untuk pensiun	0	0	0	0
	40	Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan	0	0	0	0
	41	Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan	0	0	0	1
	42	Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada	1	1	1	1
	43	Mengungkapkan disposisi staff - di mana staff ditempatkan	0	0	0	0
	44	Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka	0	0	0	1
	45	Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja	0	0	0	0
	46	Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut	0	0	0	0
	47	Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja	0	0	0	1
	48	Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain	0	0	0	1
	49	Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja	0	0	0	0
	50	Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan	0	0	0	1
	51	Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah	0	0	0	0
	52	Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh	0	0	0	0
	53	Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja	0	0	0	0
	54	Mengungkapkan informasi bagaimana aksi tenaga kerja dinegosiasikan	0	0	0	0
	55	Peningkatan kondisi kerja secara umum	1	1	1	1
56	Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja	0	0	0	0	
57	Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja	0	0	0	0	

			31	32	33	34
PRODUK	58	Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasannya	1	1	1	0
	59	Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk	0	0	0	0
	60	Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk	0	0	0	0
	61	Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan	1	1	1	1
	62	Membuat produk lebih aman untuk konsumen	1	1	1	1
	63	Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan	0	0	0	0
	64	Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk	0	0	0	0
	65	Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan	1	1	1	1
	66	Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan	0	1	1	0
	67	Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000)	0	1	1	0
KETERLIBATAN MASYARAKAT	68	Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni	1	1	1	1
	69	Tenaga kerja paruh waktu (<i>part-time employment</i>) dari mahasiswa/pelajar	0	0	0	1
	70	Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat	0	0	1	0
	71	Membantu riset medis	0	0	1	0
	72	Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni	1	0	0	0
	73	Membiayai program beasiswa	0	0	1	0
	74	Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat	1	0	0	0
	75	Mensponsori kampanye nasional	0	0	0	0
76	Mendukung pengembangan industri lokal	0	0	0	1	
UMUM	77	Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat	1	1	1	1
	78	Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas	1	1	1	1
TOTAL ITEM YANG DIUNGKAPKAN			21	20	20	28
CSRDI			0,2692	0,2564	0,2564	0,3590

Lampiran 3

Data Penelitian yang Dibutuhkan

NO	KODE	TOTAL HUTANG	TOTAL AKTIVA	LABA	TOTAL EQUITY	JUMLAH SAHAM BEREDAR	KEPEMILIKAN MANAJEMEN	CLOSING PRICE	CSRDI
1	ACES	146.746.950.744	1.191.333.479.259	177.851.336.490	1.030.137.766.407	1.715.000.000	10.000	2.950	0,2692
2	AKRA	4.806.757.190.000	7.665.590.356.000	310.916.115.000	2.386.406.965.000	3.783.631.000	15.615.000	1.730	0,6410
3	APLI	105.490.781.452	334.950.548.997	24.659.768.960	229.459.767.545	1.500.000.000	199.900.000	90	0,3974
4	ASII	54.168.000.000.000	112.857.000.000.000	14.366.000.000.000	49.310.000.000.000	4.048.355.314	1.483.000	54.550	0,5513
5	BRAM	283.850.592.000	1.492.727.607.000	134.160.199.000	1.072.556.312.000	450.000.000	114.291.351	2.400	0,2821
6	BRNA	326.943.862.376	550.907.476.933	34.760.866.434	201.353.473.511	138.000.000	32.202.800	1.600	0,4872
7	BTON	16.630.615.057	89.824.014.717	8.393.401.472	73.193.699.660	180.000.000	17.250.000	340	0,2692
8	CMNP	1.063.356.696.962	2.876.332.918.962	298.263.030.765	1.767.676.293.859	2.000.000.000	102.672.000	1.360	0,3590
9	CTRA	2.126.198.451.219	9.378.342.136.927	257.959.577.688	4.905.035.697.481	15.165.815.994	30.793.000	350	0,4359
10	GJTL	6.844.970.000.000	10.371.567.000.000	830.624.000.000	3.526.597.000.000	3.484.800.000	2.912.500	2.300	0,3590
11	HEXA	1.133.346.900.000	2.305.057.220.000	2.706.898.692.334	1.171.710.320.000	840.000.000	1.694.500	7.150	0,5256
12	IKBI	108.391.265.412	600.820.329.651	4.600.387.412	492.429.064.239	306.000.000	291.000	1.200	0,2692
13	INTA	1.198.084.207.003	1.634.903.848.219	83.081.383.677	412.045.570.300	432.005.844	15.262.000	490	0,3590
14	JKON	1.192.551.544.180	1.952.978.239.516	115.364.098.213	742.957.823.722	2.935.533.575	378.232.942	800	0,4359
15	KBLM	175.593.546.135	403.194.715.268	3.921.611.855	227.151.469.628	1.120.000.000	171.765.200	110	0,3333
16	LAPD	567.716.501.985	1.258.506.325.113	172.850.312	411.440.413.986	3.966.000.000	244.207.000	235	0,3462
17	LION	43.971.457.126	303.899.974.798	38.631.299.358	259.928.517.672	52.016.000	122.000	3.800	0,3205
18	LMPI	207.224.495.511	608.920.103.517	2.794.104.212	401.695.608.006	1.009.000.000	168.263	270	0,4359

NO	KODE	TOTAL HUTANG	TOTAL AKTIVA	LABA	TOTAL EQUITY	JUMLAH SAHAM BEREDAR	KEPEMILIKAN MANAJEMEN	CLOSING PRICE	CSRDI
19	LMSH	31.414.708.371	78.200.046.845	7.350.536.344	46.785.338.474	10.000.000	2.459.500	4.800	0,3462
20	MTDL	584.565.539.799	945.242.001.932	30.438.567.670	358.147.137.300	2.143.925.923	232.223.680	126	0,5128
21	PANR	378.873.559.000	618.497.533.000	6.412.844.000	165.734.132.000	1.200.000.000	41.765.500	170	0,3077
22	PBRX	2.943.462.225.000	20.096.121.017.000	764.603.892.000	16.720.092.070.000	18.169.000.000	49.892.000	400	0,4487
23	PICO	394.769.045.138	570.360.266.065	12.063.079.047	175.591.220.927	568.375.000	465.000	190	0,2692
24	PRAS	326.702.937.187	461.968.722.867	306.286.065	135.265.785.680	588.000.000	34.745.900	93	0,2821
25	PSDN	221.094.220.496	414.611.350.180	12.919.024.633	138.347.566.368	1.440.000.000	3.735.000	80	0,2821
26	PYFA	23.361.793.395	100.586.999.230	4.199.202.953	77.225.205.835	535.080.000	123.480.000	127	0,3462
27	RALS	805.546.000.000	3.485.982.000.000	354.752.000.000	2.680.436.000.000	7.096.000.000	260.000.000	850	0,2692
28	SMSM	498.627.884.127	1.067.103.249.531	150.420.111.988	519.374.643.869	1.440.000.000	87.003.806	1.070	0,3974
29	SSTM	549.285.266.103	872.458.721.356	9.918.323.868	323.173.455.253	1.170.909.181	87.832.084	225	0,2436
30	TBLA	2.409.512.453.000	3.651.105.169.000	246.663.187.000	1.234.180.494.000	4.735.000.000	4.208.400	410	0,3590
31	TCID	98.758.035.129	1.047.238.440.003	131.445.098.783	948.480.404.874	201.000.000	298.225	7.200	0,2692
32	TGKA	1.275.438.130.291	1.741.975.270.457	102.503.218.904	458.386.642.107	918.492.750	2.286.250	680	0,2564
33	TIRA	122.080.076.621	217.836.655.892	3.946.516.223	90.294.150.411	58.800.000	7.000	1.740	0,2564
34	TLKM	43.343.664.000.000	99.758.447.000.000	11.536.999.000.000	44.418.742.000.000	10.079.999.640	23.112	7.950	0,3590

Lampiran 4
Variabel Penelitian

NO	KODE	CSRDI	ROA	% KEPEMILIKAN MANAJEMEN	DTA	EPS	CSRDI*ROA	CSRDI*% KEPEMILIKAN MANAJEMEN	TOBIN'S Q
1	ACES	0,2692	0,1493	0,0006	0,1232	103,7034	0,0402	0,0002	4,4235
2	AKRA	0,6410	0,0406	0,4127	0,6271	82,1740	0,0260	0,2646	1,5782
3	APLI	0,3974	0,0736	13,3267	0,3149	16,4398	0,0293	5,2965	0,7180
4	ASII	0,5513	0,1273	0,0366	0,4800	3548,6016	0,0702	0,0202	2,6576
5	BRAM	0,2821	0,0899	25,3981	0,1902	298,1338	0,0253	7,1636	1,0055
6	BRNA	0,4872	0,0631	23,3354	0,5935	251,8903	0,0307	11,3685	1,0368
7	BTON	0,2692	0,0934	9,5833	0,1851	46,6300	0,0252	2,5801	0,8665
8	CMNP	0,3590	0,1037	5,1336	0,3697	149,1315	0,0372	1,8428	1,3364
9	CTRA	0,4359	0,0275	0,2030	0,2267	17,0093	0,0120	0,0885	1,0573
10	GJTL	0,3590	0,0801	0,0836	0,6600	238,3563	0,0287	0,0300	1,4328
11	HEXA	0,5256	1,1743	0,2017	0,4917	3222,4984	0,6173	0,1060	3,0973
12	IKBI	0,2692	0,0077	0,0951	0,1804	15,0339	0,0021	0,0256	0,7916
13	INTA	0,3590	0,0508	3,5328	0,7328	192,3154	0,0182	1,2682	0,8756
14	JKON	0,4359	0,0591	12,8846	0,6106	39,2992	0,0257	5,6164	1,8295
15	KBLM	0,3333	0,0097	15,3362	0,4355	3,5014	0,0032	5,1121	0,7419
16	LAPD	0,3462	0,0001	6,1575	0,4511	0,0436	0,0000	2,1314	1,5317

NO	KODE	CSRDI	ROA	% KEPEMILIKAN MANAJEMEN	DTA	EPS	CSRDI*ROA	CSRDI*% KEPEMILIKAN MANAJEMEN	TOBIN'S Q
17	LION	0,3205	0,1271	0,2345	0,1447	742,6811	0,0407	0,0752	0,7951
18	LMPI	0,4359	0,0046	0,0167	0,3403	2,7692	0,0020	0,0073	0,7877
19	LMSH	0,3462	0,0940	24,5950	0,4017	735,0536	0,0325	8,5137	1,0155
20	MTDL	0,5128	0,0322	10,8317	0,6184	14,1976	0,0165	5,5547	0,9066
21	PANR	0,3077	0,0104	3,4805	0,6126	5,3440	0,0032	1,0709	1,0703
22	PBRX	0,4487	0,0380	0,2746	0,1465	42,0829	0,0171	0,1232	0,5193
23	PICO	0,2692	0,0211	0,0818	0,6921	21,2238	0,0057	0,0220	0,8815
24	PRAS	0,2821	0,0007	5,9092	0,7072	0,5209	0,0002	1,6667	0,8256
25	PSDN	0,2821	0,0312	0,2594	0,5333	8,9715	0,0088	0,0732	0,9356
26	PYFA	0,3462	0,0417	23,0769	0,2323	7,8478	0,0145	7,9882	0,9078
27	RALS	0,2692	0,1018	3,6640	0,2311	49,9932	0,0274	0,9865	1,9613
28	SMSM	0,3974	0,1410	6,0419	0,4673	104,4584	0,0560	2,4013	2,0034
29	SSTM	0,2436	0,0114	7,5012	0,6296	8,4706	0,0028	1,8272	0,9316
30	TBLA	0,3590	0,0676	0,0889	0,6599	52,0936	0,0243	0,0319	1,1941
31	TCID	0,2692	0,1255	0,1484	0,0943	653,9557	0,0338	0,0399	1,4762
32	TGKA	0,2564	0,0588	0,2489	0,7322	111,5994	0,0151	0,0638	1,0959
33	TIRA	0,2564	0,0181	0,0119	0,5604	67,1176	0,0046	0,0031	1,0566
34	TLKM	0,3590	0,1156	0,0002	0,4345	1144,5436	0,0415	0,0001	1,4070

Lampiran 5

Hasil Analisis Regresi

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	34	0,5193	4,4235	1,316215	0,7798069
CSR	34	0,2436	0,6410	0,361237	0,0982722
Profitabilitas	34	0,0001	1,1743	0,093853	0,1960672
Kepemilikan Manajemen	34	0,0002	25,3981	5,946682	8,0589541
Leverage	34	0,0943	0,7328	0,438556	0,2036512
EPS	34	0,0436	3548,6016	352,873129	814,6216374
Valid N (listwise)	34				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		34
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,88762536
Most Extreme Differences	Absolute	0,162
	Positive	0,162
	Negative	-0,123
Kolmogorov-Smirnov Z		0,943
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,336

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

			Standardized Residual
Spearman's rho	CSR	Correlation Coefficient	-0,016
		Sig. (2-tailed)	0,931
		N	34
	Profitabilitas	Correlation Coefficient	-0,188
		Sig. (2-tailed)	0,286
		N	34
	Kepemilikan Manajemen	Correlation Coefficient	0,093
		Sig. (2-tailed)	0,599
		N	34
	<i>Leverage</i>	Correlation Coefficient	0,121
		Sig. (2-tailed)	0,494
		N	34
	EPS	Correlation Coefficient	-0,333
		Sig. (2-tailed)	0,055
		N	34
	Interaksi CSR dan Profitabilitas	Correlation Coefficient	-0,188
		Sig. (2-tailed)	0,287
		N	34
	Interaksi CSR dan Kepemilikan Manajemen	Correlation Coefficient	0,091
		Sig. (2-tailed)	0,610
		N	34
	Standardized Residual	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	34

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Kesimpulan
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-0,00270	0,827		-0,003	0,997	
	X ₁	1,92294	1,717	0,242	1,120	0,273	Ha ₁ tidak didukung
	X ₂	21,00945	7,445	5,282	2,822	0,009	
	X ₃	-0,03304	0,066	-0,341	-0,497	0,623	
	X ₄	0,38445	0,661	0,100	0,582	0,566	
	X ₅	0,00023	0,000	0,241	1,144	0,263	
	X ₁ . X ₂	-38,06338	14,296	-5,050	-2,662	0,013	Ha ₂ didukung
	X ₁ . X ₃	0,04490	0,179	0,175	0,251	0,804	Ha ₃ tidak didukung

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,697 ^a	0,486	0,348	0,6298994

a. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₁.X₂, X₁. X₃

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,751	7	1,393	3,511	0,009 ^a
	Residual	10,316	26	0,397		
	Total	20,067	33			

a. Predictors: (Constant), X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₁.X₂, X₁. X₃

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011