



**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

*The Effect Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) to The value of the company on Manufacturing company sector basic and chemical industry listed in Indonesia Stock Exchange*

**SKRIPSI**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember

**Oleh:**

**Ramadhan Kurnia Hadi  
NIM 080810301069**

**UNIVERSITAS JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI  
2015**

## PERSEMBAHAN

Kupersembahkan skripsi ini untuk:

1. Orang tua tercinta terima kasih atas dukungan dan doanya sehingga skripsi ini selesai. Bapak dan Mama maaf sudah menunggu lama menantikanmu ini menjadi sarjana.
2. Mas Dendy dan Mas Dannis terima kasih dukungan dan bantuannya selama ini.
3. Dosen Pembimbing yang senantiasa membimbing dan mengarahkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Almamater tercinta Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember serta teman-teman Akuntansi Angkatan 2008.
5. Qorri Nanda Pratama Amd. Keb yang sudah banyak membantu menyelesaikan penulisan skripsi ini.

**MOTTO**

Lebih baik terlambat daripada tidak wisuda sama sekali.

( **Ramadhan K.** )



**PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : RamadhanKurniaHadi

NIM : 080810301069

Jurusan : S1 - Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:  
pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)  
terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang  
terdaftar di bursa efek Indonesia adalah benar-benar hasil karya sendiri,  
kecuali jika dalam pengutipan substansi disebut sumbernya,  
dan belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya jiplakan.  
Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah  
yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,  
tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak mana pun  
serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di  
kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 13 Oktober 2015

Yang menyatakan,

RamadhanKurniaHadi

NIM 080810301069

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Nama Mahasiswa : Ramadhan Kurnia Hadi

Nomor Induk Mahasiswa : 080810301069

Jurusan : Akuntansi / S-1 Akuntansi

Tanggal Persetujuan :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si, Ak  
NIP: 196608051992012001

Indah Purnamawati S.E., M.Si, Ak  
NIP: 196910111997022001

Ketua Jurusan Akuntansi,

Dr. Muhammad Miqdad, S.E., MM, Ak  
NIP 19710727 199512 1001

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

*The Effect Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) to The value of the  
company on Manufacturing company sector basic and chemical industry listed in  
Indonesia Stock Exchange*

oleh :  
RAMADHAN KURNIA HADI  
080810301069

Pembimbing:

Dosen Pembimbing I : Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si, Ak

Dosen Pembimbing II : Indah Purnamawati SE M.Si, Ak

**PENGESAHAN  
JUDUL SKRIPSI  
PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY  
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG  
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Yang dipersiapkandandisusunoleh:

Nama : RamadhanKurniaHadi  
NIM : 080810301069  
Jurusan : Akuntansi

Telahdipertahankandi depanpanitiapengujipadatanggal:  
13 Oktober 2015

Dan  
dinyatakantelahmemenuhisyaratuntukditerimasebagaiengkapangunamemperolehG  
elarSarjanaEkonomipadaFakultasEkonomiUniversitasJember.

SusunanPanitiaPenguji

**Ketua** : (.....)

Sekretaris : Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si, Ak. (.....)  
NIP: 196608051992012001

Anggota : Indah Purnamawati SE M.Si, Ak. (.....)  
NIP: 196910111997022001

Mengetahui/Menyetujui  
UniversitasJember  
Dekan

Dr. MoehammadFathorrazi, SE, M.Si.  
NIP 19630614 199002 1 001

**Ramadhan Kurnia Hadi**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Jember

## ABSTRAK

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh stakeholder.

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel antara variabel independen (pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)) dan variabel dependen (nilai perusahaan) pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 berjumlah 61 perusahaan. Besar sampel ditentukan dengan rumus slovin sebesar 53 perusahaan dengan menggunakan teknik random sampling. Data dianalisis dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 2.511 > \text{nilai } t_{tabel} = 2.007$  sedangkan signifikansi  $= 0.015 < \alpha = 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan

**Kata Kunci:** pengungkapan *corporate social responsibility*, Nilai perusahaan

RamadhanKurniaHadi

Department of Accounting, Faculty of Economics, University of Jember

## ABSTRACT

*A good company should be able to control the potential financial and non-financial potential in increasing the company's value for the company's existence in the long term. The higher the value of the company described the greater prosperity that will be accepted by the stakeholders.*

*This research is associative which aims to determine the relationship between two variables or more independent variables (the disclosure of corporate social responsibility (CSR)) and the dependent variable (the value of the company) at the company's manufacturing base and chemical industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange. The data used in this research is secondary data .. The population of this study are all companies manufacturing base and chemical industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange period in 2014 amounted to 61 companies. The sample size is determined by the formula slovin by 53 companies using random sampling techniques. Data were analyzed using simple regression. The results showed that the value of  $t = 2,511 > t \text{ table} = 2.007$  whereas the value of significance  $= 0.015 < \alpha = 0,05$  so that  $H_0$  refused and  $H_a$  accepted means of CSR disclosure of significant influence (real) against the value perusahaan.*

*The conclusion from this study is that there is a positive and significant influence of disclosure of corporate social responsibility (CSR) to the value of the company at the company's manufacturing base and chemical industry sectors listed on the Indonesia Stock Exchange. This means that if there is no disclosure of CSR will participate decrease the value of the company*

*Keywords: disclosure of corporate social responsibility, enterprise value*

## RINGKASAN

**Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia;** Ramadhan Kurnia Hadi, 080810301069; 2014; 37 halaman; Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh stakeholder. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel, yaitu variabel independen (pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR)) dan variabel dependen (nilai perusahaan) pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 berjumlah 61 perusahaan. Besar sampel ditentukan dengan rumus slovin sebesar 53 perusahaan dengan menggunakan teknik random sampling. Data dianalisis dengan menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} = 2.511 > \text{nilai } t_{tabel} = 2.007$  sedangkan signifikansi =  $0.015 < \alpha = 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima berarti pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan (nyata) terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan.

## PRAKATA

Segala puji bagi Allah SWT  
atas limpahan rahmat dan hidayahnya. Dengan mengucapkan Alhamdulillah  
atas limpahan rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia” yang telah disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Selama penyusunan skripsi ini,  
penulis tidak lepas dari bantuan semua pihak. Dalam kesempatan ini,  
penulis ingin menyampaikan hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Moh. Hasan, M.Sc., Phd., selaku Rektor Universitas Jember
2. Dr. Moehammad Fathorrazi, SE, M.Si.,  
selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember
3. Dr. Muhammad Miqdad, SE, MM,  
Ak, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Jember
4. Dr. Siti Maria Wardayati, M.Si, Ak dan Indah Purnamawati SE M.Si,  
Aksi selaku dosen pembimbing yang  
dengan ketulusan hati dan kesabaran memberikan bimbingan dan masuk dalam penyusunan hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak/ Ibu dosen serta karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membimbing dan mengasah intelektualitas serta dukungan yang diberikan, semoga dapat menjadi ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua Orang tuaku tercinta yang  
dengan tulus dan ikhlas mencurahkan segala do'a dan kasih sayangnya.
7. Teman-teman seperjuanganku Akuntansi,  
terimakasih atas kerjasamanya dan bantuannya selama ini.

8. Serta \_\_\_\_\_ kepadasemuapihak \_\_\_\_\_ yang namanyatidakdapatdisebutkansatupersatupenulismengucapkanterimakasihbanya katasemuabantuan yang diberikan.

Skripsiinimasihjauhdarikesempurnaan, sehinggapenulismengharapkanmasukandan \_\_\_\_\_ saran \_\_\_\_\_ ataspenelitianini, sehinggadapatmenyempurnakanskripsiini.Akhir \_\_\_\_\_ kata penulisberharapsemogaskripsiinidapatmemberikanmanfaatkepadapenulisdanparapem baca.

Jember, 13 Oktober 2015

**RamadhanKurniaHadi**

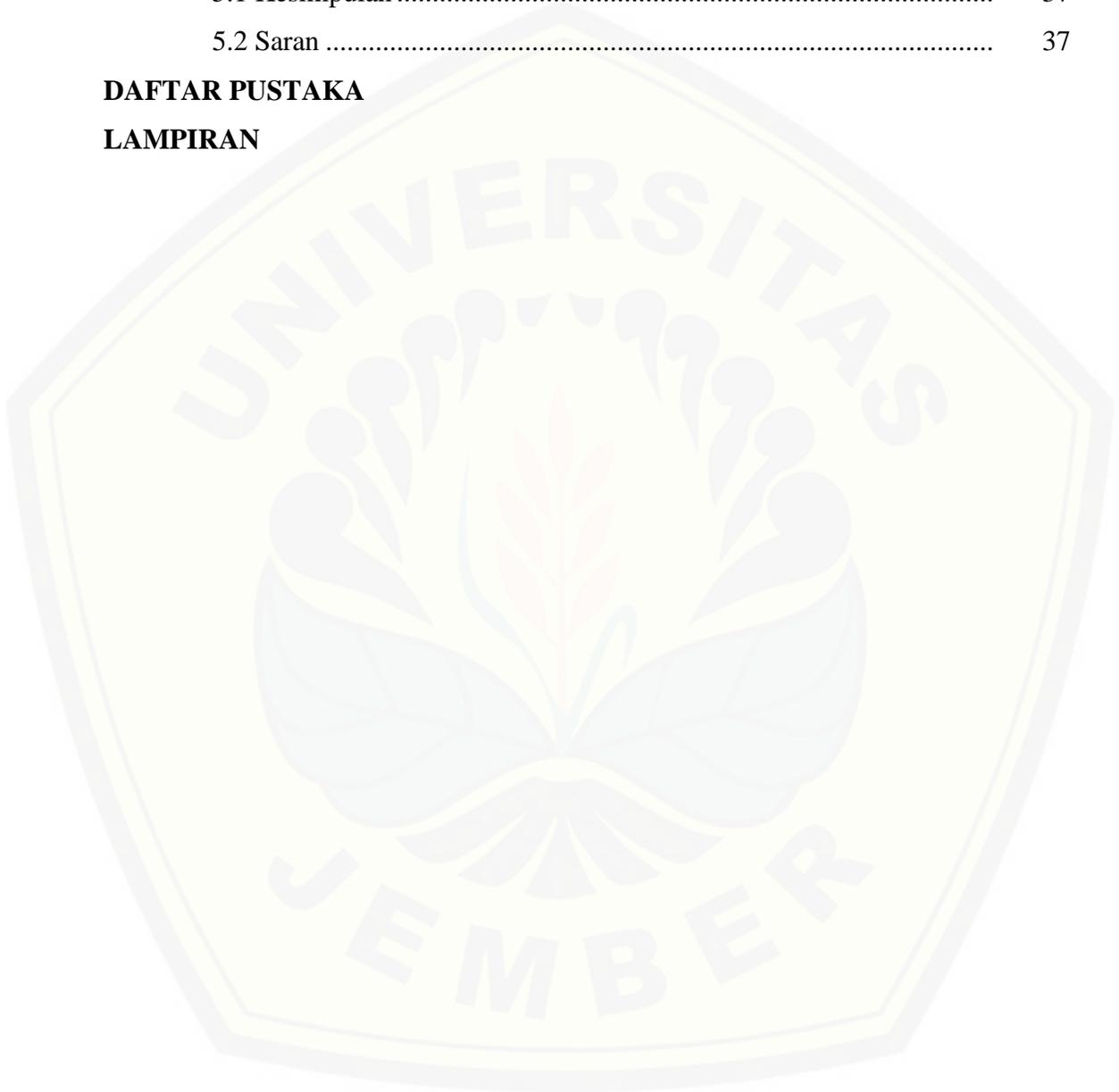


DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PEMBIMBINGAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>RINGKASAN</b> .....	<b>x</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xx</b>
<b>BAB 1. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LatarBelakangMasalah.....	1
1.2 PerumusanMasalah.....	4
1.3 Tujuan dankegunaanPenelitian .....	5
<b>BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 TinjauanTeori.....	6
2.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	6
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	6
2.2.2 KomponenUtama CSR .....	7
2.2.3 Kategori CSR .....	9
2.2.4 Manfaat CSR .....	10

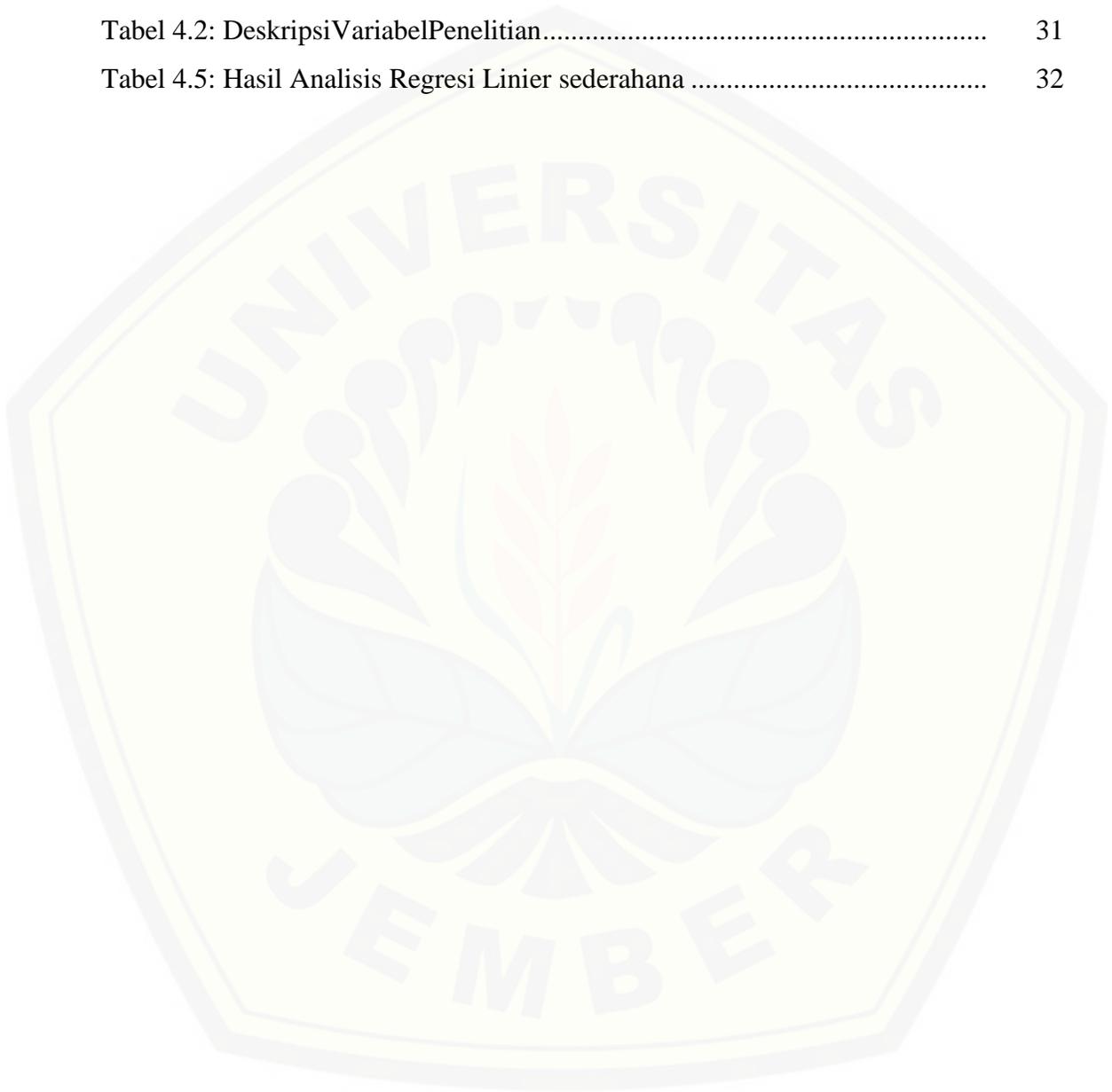
2.2.5 Tahap-tahap Pelaksanaan CSR.....	12
2.2.6 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	13
2.3 Nilai Perusahaan .....	14
2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	14
2.3.2 Penilaian Perusahaan .....	15
2.4 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	17
2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	19
2.6 Hipotesis .....	20
2.7 Kerangka Konseptual.....	21
<b>BAB 3. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>22</b>
5.1 Jenis Penelitian .....	22
5.2 Jenis Data.....	22
5.3 Populasi dan Sampel.....	23
5.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
5.5 Definisi Operasional Variabel .....	24
5.6 Metode Analisis Data.....	26
5.6.1 Uji Normalitas Data.....	26
5.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	26
5.6.3 Teknik Analisis Data .....	27
5.6.4 Uji Hipotesis.....	27
5.7 Kerangka Pemecahan Masalah .....	29
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	30
4.2 Analisis Data .....	30
4.2.1 Analisis Deskriptif Statistik.....	30
4.2.2 Uji Normalitas .....	32
4.2.3 Analisis Regresi.....	32
4.2.4 Uji Hipotesis.....	33

4.3 Pembahasan .....	34
<b>BAB 5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN.....</b>	<b>37</b>
5.1 Kesimpulan .....	37
5.2 Saran .....	37
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	



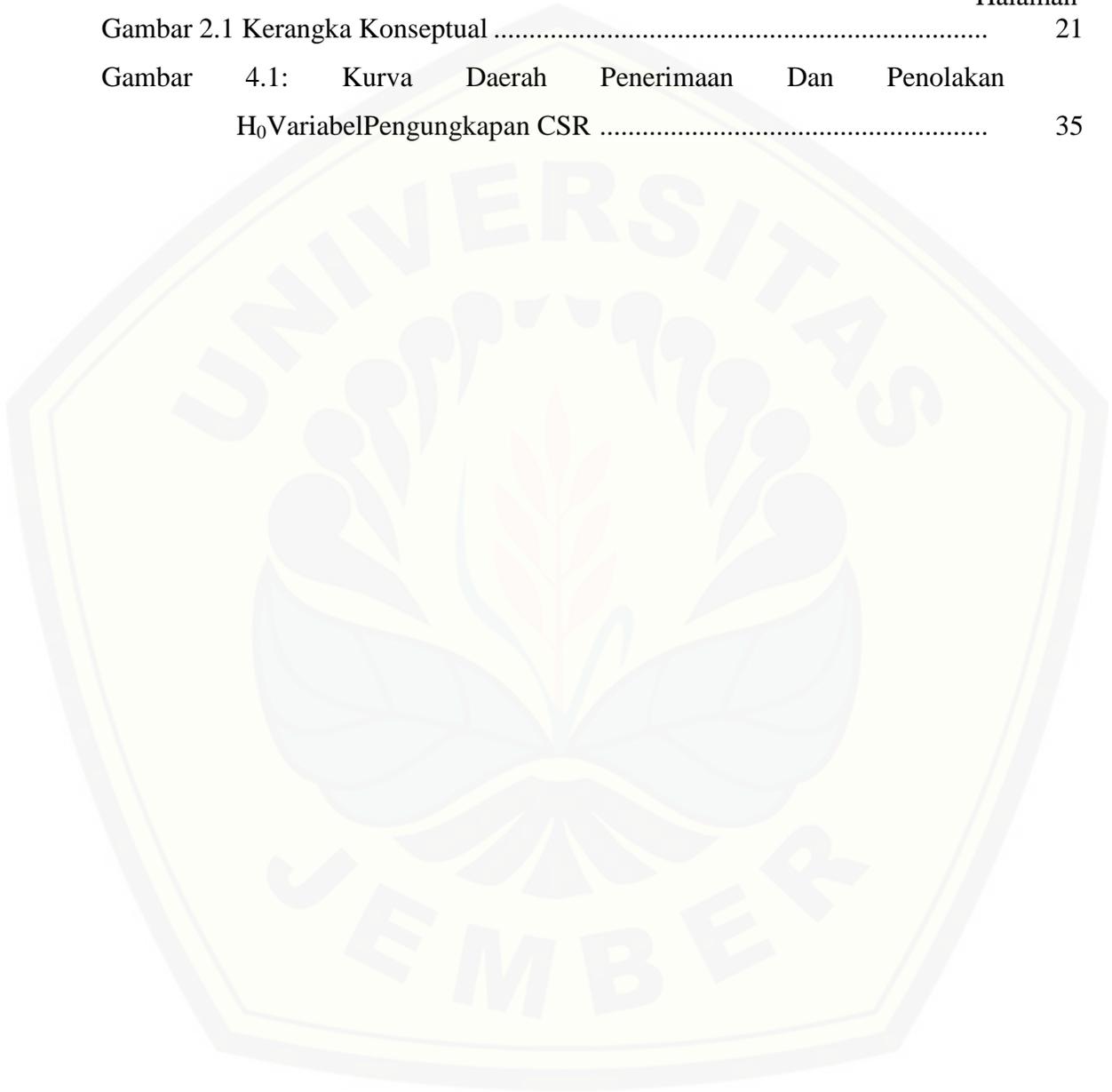
**DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 4.2: Deskripsi Variabel Penelitian.....	31
Tabel 4.5: Hasil Analisis Regresi Linier sederhana .....	32



**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	21
Gambar 4.1: Kurva Daerah Penerimaan Dan Penolakan $H_0$ Variabel Pengungkapan CSR .....	35



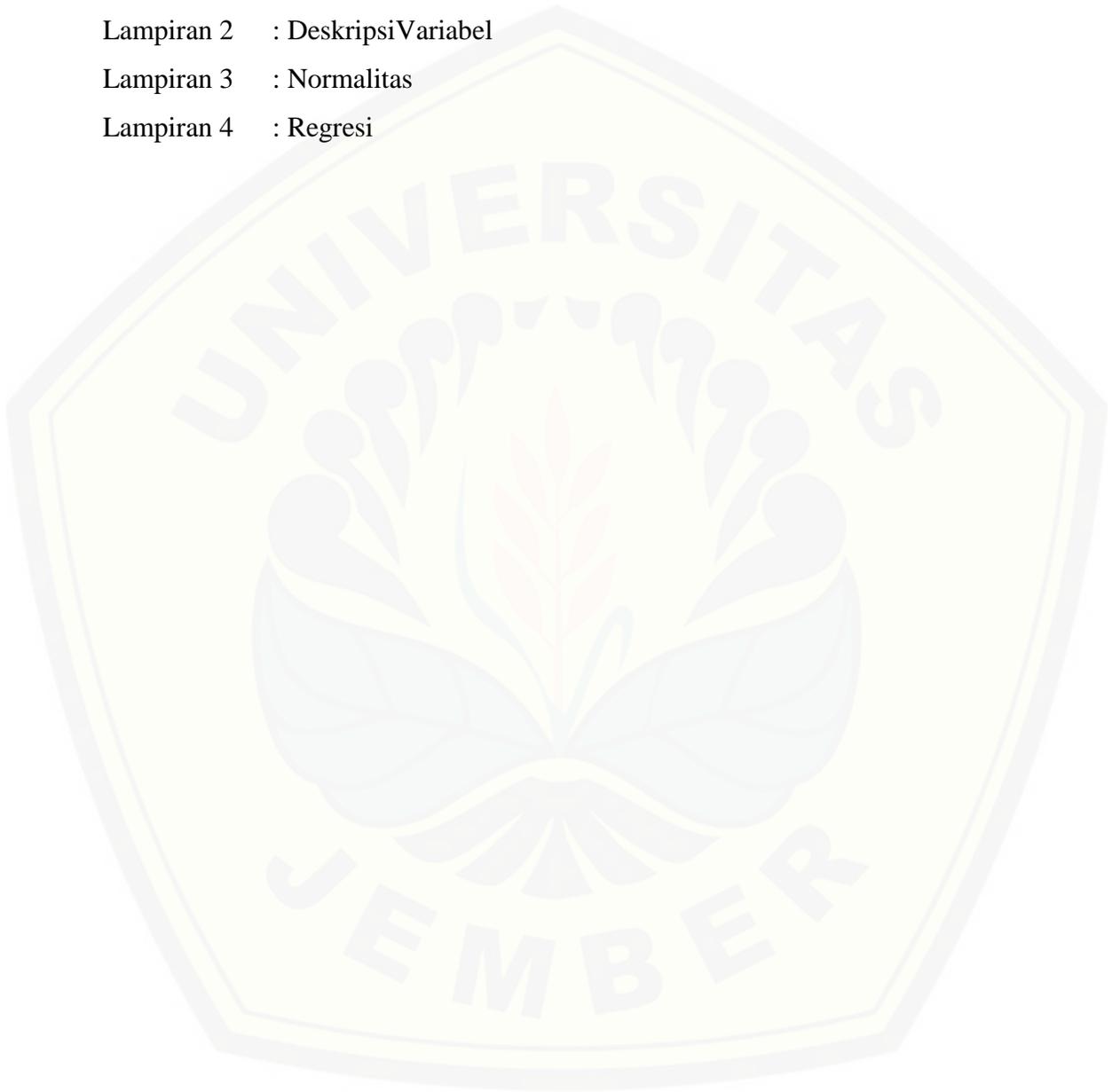
**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Matrik Data

Lampiran 2 : Deskripsi Variabel

Lampiran 3 : Normalitas

Lampiran 4 : Regresi



## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh stakeholder. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Sartono (2001 : 369), menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh nilai modal sendiri dan nilai utang. Nilai perusahaan berhubungan erat dengan kemampuan perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran pemegang sahamnya. Bagi perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*), indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang diperjualbelikan di bursa efek. Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*).

Keown (2004) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada

kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Secara umum, para pemodal menyerahkan pengelolaan nilai perusahaan kepada para profesional seperti manajer ataupun komisaris. Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham.

Menurut Narver (1971) dalam McWilliams dan Siegel (2000) kondisi keuangan tersebut ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan berbeda dalam kondisi yang berbeda pula. Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan, istilah pengungkapan dikaitkan secara langsung dengan laporan keuangan. Pada kenyataannya ternyata pengungkapan juga berhubungan dengan informasi lainnya diluar laporan keuangan. Pengungkapan merupakan suatu alat yang penting untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dengan pemilik perusahaan (Januarti, 2009)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat. Kesadaran

tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh Undang-Undang PT No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Susanto, 2007:3) dalam Rimba (2010).

Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan. Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari estetika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham /shareholder). Social responsibility dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan kompetitor (Nurlela dan Islahudin 2008).

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

Sebuah perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (signalling theory), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009). Perusahaan berharap dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan

akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Selain itu, pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan image perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sayekti dan Ludovicus, 2007).

Pengungkapan tanggungjawab Sosial Perusahaan perusahaan dapat memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka image perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik.

Berdasarkan latar belakang di atas dan penelitian terdahulu, maka penelitian ini berjudul pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

## 1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah yang menjadi pokok permasalahan dari penelitian ini adalah apakah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.**

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Investor

Penelitian ini diharapkan memberi gambaran dan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan dan sebagai sebuah informasi yang dapat dijadikan pertimbangan dalam berbagai keputusan yang akan diambil investor dalam berinvestasi di pasar modal terutama dalam hal pengelolaan pertanggung jawaban sosial dan hubungannya dengan nilai perusahaan

2. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi khususnya tentang pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan dan hubungannya dengan nilai perusahaan serta memberikan kontribusi bagi penelitian selanjutnya dengan mengkaji variabel lain yang tidak dalam penelitian ini.

3. BEI

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan kontribusi dalam meningkatkan kinerja BEI dalam memberikan informasi yang akurat kepada investor berkaitan dengan kegiatan CSR perusahaan yang terdaftar di BEI.

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Teori

Keberadaan teori sangat penting bagi penelitian, karena teori merupakan realitas sosial yang menjadi fokus dalam suatu penelitian. Teori mempunyai peranan yang sangat penting bagi penelitian, untuk memecahkan suatu permasalahan diperlukan adanya teori yang berguna sebagai landasan yang dipakai dalam menentukan langkah-langkah untuk memberi kemudahan serta menyederhanakan pemikiran sehingga diperoleh fokus penelitian. Landasan teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan tantangan variable yang akan diteliti, serta sebagai dasar untuk memberi gambaran sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan.

### 2.2 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

#### 2.2.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)*

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah konsep bagi suatu organisasi untuk wajib mengintegrasikan kepeduliannya terhadap sosial dan lingkungan ke dalam operasinya dan hubungannya dengan *stakeholders*. Menurut Kotler dan Nancy (2005) *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan.

Wibisono (2007) mendefinisikan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Menurut Guthrie dan Mathews dalam Sembiring (2005) tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat

dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mendefinisikan CSR sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

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

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan didalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006).

### 2.2.2 Komponen Utama CSR

Wibisono (2007:134), menyatakan bahwa CSR terdiri dari beberapa komponen utama yaitu perlindungan lingkungan, perlindungan dan jaminan karyawan, interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, kepemimpinan dan pemegang saham, penanganan produk dan pelanggan, pemasok (*supplier*), serta komunikasi dan laporan.

#### 1. Perlindungan lingkungan

Perlindungan lingkungan dilakukan perusahaan sebagai wujud kontrol sosial yang berfokus pada pembangunan berkelanjutan. Lingkungan tempat usaha harus dijaga keadaannya jangan sampai terjadi kerusakan.

Sehingga, eksistensi perusahaan juga dapat terjamin. Contohnya: pengelolaan limbah yang dihasilkan sebagai residu dari proses produksi harus terlebih dahulu di netralisir sebelum akhirnya dibuang.

## 2. Perlindungan dan jaminan karyawan

Tanpa karyawan perusahaan sudah dapat dipastikan tidak mampu menjalankan kegiatannya. Kesejahteraan karyawan merupakan hal mutlak yang menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam menghargai karyawannya. Pada saat karyawan merasa bahwa dirinya bersinergi dengan perusahaan hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan. perusahaan memberikan imbalan yang sesuai maka karyawan akan memberikan kontribusi yang positif, dan bekerja keras demi perusahaan yang telah berjasa baginya. Contohnya: pelatihan.

### a. Interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat.

Peran masyarakat dalam menentukan kebijakan perusahaan penting. Sehingga perusahaan dengan masyarakat sekitarnya harus menjaga harmonisasi agar bersinergi. Pada saat masyarakat lokal memboikot keberadaan perusahaan ini merupakan masalah yang serius bagi keberlanjutan usaha. Contoh kegiatan yang dapat mengakomodasi faktor ini adalah memperkerjakan native atau penduduk lokal.

### b. Kepemimpinan dan pemegang saham

Pemegang saham merupakan pihak yang paling memiliki kepentingan terhadap pencapaian keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini disebabkan mereka telah berinvestasi dan mengharapkan hasil investasi yang paling maksimal dari saham yang mereka miliki. Contohnya: semua informasi tentang program yang dilakukan perusahaan dapat melibatkan pemegang saham dalam hal-hal yang bersifat non finansial.

### c. Penanganan pelanggan dan produk

Pelanggan adalah raja merupakan pepatah yang benar adanya. Pada saat pelanggan merasa puas dengan produk yang dihasilkan maka mereka akan *repeat orde*. Hal ini yang membuat bisnis dapat terus

berrgulir dan keuntungan dapat dinikmati. Pada saat hal-hal yang mendetail mengenai pelanggan diabaikan mereka akan melakukan *brandswitching*. Hal ini yang akan membuat perusahaan mengalami kerugian. Contoh : menanggapi keluhan pelanggan dengan menyediakan *customer service* yang mudah diakses.

d. Pemasok (*supplier*)

Pemasok merupakan pihak yang menguasai jaringan distribusi. Hubungan yang baik dengan pemasok menguntungkan perusahaan. Karena pemasok telah mengetahui keinginan perusahaan dan memenuhinya. Contohnya: komunikasi dengan pemasok.

e. Komunikasi dan laporan

Keterbukaan terhadap komunikasi dan pelaporan yang tercermin melalui sistem informasi akan membantu dalam pengambilan keputusan. Diperlukan keterbukaan informasi material dan relevan bagi stakeholder. Contohnya: mencantumkan pengungkapan kontribusi sosial ke dalam laporan tahunan.

### 2.2.3 Kategori CSR

Susanto (2007) menyatakan bahwa apabila melihat praktek pelaksanaan CSR, maka sekurang-kurangnya dapat dikelompokkan dalam tiga bagian yaitu:

1. *Social Obligation*

CSR dianggap sebagai salah satu bentuk kewajiban sehingga pelaksanaannya hanya mengikuti persyaratan minimal yang ditetapkan oleh peraturan pemerintah. Disini ada keterpaksaan bagi korporasi dalam menjalankan program CSR.

2. *Social Reaction*

Pada tahap ini korporasi sudah menjalankan CSR dengan lebih maju karena sudah mulai tumbuh kesadaran akan arti pentingnya CSR. Namun karena berbagai alasan pelaksanaan CSR masih jauh dari yang diharapkan meskipun sudah diatas sekedar memenuhi persyaratan

minimal. Dalam konteks ini, perusahaan masih membutuhkan dorongan-dorongan eksternal agar pelaksanaan CSR lebih maju.

### 3. *Social Response*

Didalam tahap ini korporasi dan masyarakat mampu secara bersama-sama mencari peluang-peluang untuk memberikan kontribusi demi kepentingan masyarakat. Dalam konteks ini, kegiatan CSR mengalami perubahan paradigm. Kalau pada masa sebelumnya lebih pada pendekatan *ad hoc*, *charity*, serta *externally driven* maka sekarang lebih *internally driven* dengan menekankan pentingnya *partnership*.

#### 2.2.4 Manfaat CSR

Anggraini (2003) menyatakan bahwa manfaat CSR dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.  
Perbuatan destruktif pasti akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, kontribusi positif pasti juga akan mendongkrak reputasi dan image positif perusahaan. Inilah yang menjadi modal non financial utama bagi perusahaan sementara bagi stakeholder nya menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.
2. Layak mendapatkan *Social License to Operate*  
Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan sehingga imbalan diberikan ke perusahaan paling tidak adalah kekeluasaan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi diharapkan CSR sebagai asuransi sosial yang akan menghasilkan harmonisasi dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan  
Mengelola resiko di tengah kompleksnya permasalahan perusahaan merupakan hal yang esensial untuk suksesnya usaha. perusahaan harus menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi stakeholders pasti

akan menjadi bom waktu yang dapat memicu resiko yang tidak diharapkan misalnya disharmoni dengan stakeholder hingga pembatalan atau penghentian operasi, yang ujungnya akan merusak dan menurunkan reputasi bahkan kinerja perusahaan.

4. Melebarkan akses sumber daya.

Pengelolaan yang baik CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5. Membentangkan akses menuju pasar

Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi jalan bagi perusahaan menuju peluang besar yang terbuka lebar. Termasuk di dalamnya akan memupuk realitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. Mengurangi biaya

Banyak keuntungan yang didapat dari melaksanakan program CSR diantaranya pengurangan limbah industri melalui proses daur ulang kedalam proses produksi.

7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders

Pelaksanaan CSR akan menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholders. Hubungan ini dapat membentuk kepercayaan terhadap perusahaan.

8. Memperbaiki hubungan dengan regulator

Perusahaan yang melakukan program CSR pada dasarnya membantu meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggung jawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.

9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan

Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. oleh karenanya wajar bila karyawan terpacu untuk meningkatkan

kinerjanya. Disamping itu reputasi perusahaan yang baik dimata stakeholders juga merupakan vitamin tersendiri bagi karyawan untuk meningkatkan motivasi dalam berkarya.

#### 10. Peluang mendapatkan penghargaan

Banyak reward ditawarkan bagi penggiat CSR. Sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai peluang yang cukup tinggi.

### 2.2.5 Tahap-tahap Pelaksanaan CSR

Susanto (2007) menjelaskan langkah pertama yang harus dilakukan adalah *community net analysis*. Di sini dilakukan analisa secara komprehensif perbedaan-perbedaan yang ada di masyarakat, seperti kategori kelompok eksekutif, legislatif, pedagang, petani dan sebagainya. Berdasarkan stratifikasi yang dilakukan itu selanjutnya kita berusaha menemukan kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda kita tidak menyamaratakan begitu saja. Bahkan, kebutuhan dan keinginan tokoh masyarakat, atau Pembina masyarakat dengan masyarakat yang dibinanya juga berbeda. Pemahaman terhadap perbedaan ini sangat penting sebab akan mendasari langkah berikutnya terutama dalam pengembangan dan upaya melibatkan mereka dalam proyek pengembangan masyarakat.

Langkah selanjutnya adalah sosialisasi. Di dalam tahap ini target yang harus dicapai adalah adanya rasa ownership antara masyarakat dan korporasi. Sebab itu, tahap ini bisa pula disebut ownership transfer. Disini kita mulai melakukan program-program pengembangan masyarakat di mana rasa memiliki sudah terpupuk. Dengan bekal ini maka program pengembangan menjadi berdayaguna. Apalagi apabila pemanfaatan atau utilitas proyek juga melibatkan sasaran masyarakat. Ini semua akan meningkatkan perasaan kepemilikan.

Langkah selanjutnya tinggal melakukan kastemisasi (*customization*) sesuai dengan sensitifitas dan kebutuhan masing-masing daerah. Kalau langakah-langkah di atas sudah berhasil, perusahaan tinggal melakukan sosialisasi ulang agar lebih meningkatkan rasa kebanggaan mereka; kebanggan terhadap perusahaan , program, kelompok mereka serta dalam proyek pengembangan.

Setelah itu dapat dilakukan reevaluasi atau melakukan audit proyek pengembangan. Hal itu harus dilakukan guna perbaikan proyek selanjutnya juga membantu perusahaan dalam menyusun strategic planning berkaitan dengan masalah lingkungan hidup, pemanfaatan sumber daya alam, masyarakat sekitar sehingga peningkatan servis yang hendak dilakukan.

### **2.2.6 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Secara konseptual, pengungkapan (*disclosure*) merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh statemen keuangan (Swardjono, 2005). Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab social dan lingkungan adalah proses yang digunakan oleh perusahaan untuk mengungkapkan informasi berkaitan dengan kegiatan perusahaan dan pengaruhnya terhadap kondisi social masyarakat dan lingkungan. Jenis 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.

Salah satu badan yang aktif mengeluarkan pedoman bagi perusahaan terkait pengungkapan lingkungan hidup adalah Global Reporting Initiative (GRI). Dalam Standar GRI Indikator kinerja di bagi menjadi 3 komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial yang mencakup hak azasi manusia, praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, tanggung jawab produk, dan masyarakat. Beberapa aspek yang diungkapkan dalam *sustainability report*, yaitu:

1. Ekonomi yang terdiri dari Aspek Kinerja Ekonomi, Aspek Kehadiran Pasar
2. Aspek Lingkungan yang terdiri dari Aspek Material, Aspek Energi, Aspek Air, Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati), Aspek Emisi, Efluen dan Limbah, Aspek Produk dan Jasa, Aspek : Kepatuhan, Aspek Pengangkutan/ Transportasi, Aspek Menyeluruh.

3. Praktek Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak yang terdiri dari Aspek Pekerjaan, Aspek Tenaga Kerja/ Hubungan Manajemen, Aspek Kesehatan dan Keselamatan Jabatan, Aspek Pelatihan dan Pendidikan, Aspek Keberagaman dan Kesempatan Setara.
4. Hak Asasi Manusia yang terdiri dari Aspek Praktek Investasi dan Pengadaan, Aspek Nondiskriminasi, Aspek Kebebasan berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul, Aspek Pekerja Anak, Aspek Kerja Paksa dan Kerja Wajib, Aspek Praktek/Tindakan Pengamanan, Aspek Hak Penduduk Asli.
5. Masyarakat yang terdiri dari Aspek Komunitas, Aspek Korupsi, Aspek Kebijakan Publik, Aspek Kelakuan Tidak Bersaing, Aspek Kepatuhan.
6. Tanggung Jawab Produk yang terdiri dari Aspek Kesehatan dan Keamanan Pelanggan, Aspek Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa Aspek Komunikasi Pemasaran, Aspek Keleluasaan Pribadi (*privacy*) Pelanggan, Aspek Kepatuhan.

Ketentuan mengenai kegiatan di Indonesia diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal (UUPM) dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) yang menyatakan bahwa setiap perseroan atau penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, norma, dan budaya masyarakat setempat. Konsep CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya.

## **2.3 Nilai Perusahaan**

### **2.3.1 Pengertian Nilai Perusahaan**

Husnan (2007:34) pengertian Nilai perusahaan adalah nilai yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang tercermin dari harga pasar perusahaan. Menurut Keown (2004:46) nilai perusahaan

merupakan Persepsi Investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Samuel (2000) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi (2005) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut di jual. Menurut Kisiwati (2007:40) mengenai Nilai Perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki.”

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

### **2.3.2 Penilaian Perusahaan**

Penilaian perusahaan terkandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan judgment. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu : nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah : a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau price earning ratio, metode kapitalisasi proyeksi laba; b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; d) pendekatan aktiva antara lain

metode penilaian aktiva; e) pendekatan harga saham; f) pendekatan economic value added (Suharli, 2006).

Herwidayatmo (2000) mengatakan nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau nilai buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar bisa menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian terhadap perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurutnya kondisi perusahaan mengalami banyak perubahan setiap waktu secara signifikan. Sebelum krisis nilai perusahaan dan nominalnya cukup tinggi. Tapi setelah krisis kondisi perusahaan merosot sementara nilai nominalnya tetap (Tempointeraktif.com, dalam Kurniawan, 2008).

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

Fama (1978) menyatakan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

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, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur (Sukamulja, 2004).

Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut (Sukamulja, 2004).

#### **2.4 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Pengungkapan *corporate social responsibility* mencerminkan suatu pendekatan manajemen adaptive dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk survive dalam lingkungan perusahaan masa kini (Florence, et al., 2004).

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signalling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009).

Pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya.

Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

Diharapkan dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan (Rimba, 2010).

Pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Hartanti, 2006 dalam Rustiarini, 2010). Menurut Rustiarini (2010: 12) beberapa hal yang dapat menyebabkan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu: (1) manajemen menyadari arti penting CSR sebagai investasi sosial jangka panjang, (2) manajemen memahami bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan, (3) pengungkapan CSR merupakan sinyal positif bahwa perusahaan telah menerapkan good corporate governance, (4) informasi tanggung jawab sosial perusahaan telah direspon baik oleh investor, (5) perusahaan telah melakukan pengkomunikasian pesan CSR secara tepat sehingga makna CSR dapat diterima dengan baik oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Barnea dan Rubin (2006) dalam Suranta (2008: 8) menemukan bahwa investor dalam menanamkan investasinya lebih tertarik terhadap perusahaan yang melaporkan informasi sosial dalam laporan keuangannya daripada perusahaan yang tidak mencantumkan informasi sosial. Informasi tersebut berupa keamanan dan kualitas produk serta aktivitas lingkungan. Selain itu mereka menginginkan informasi mengenai etika, hubungan dengan karyawan dan masyarakat Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di

dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting* (laporan keberlanjutan). CSR dapat menjadi berkelanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 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 *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu yaitu landasan yang diacu pada jurnal atau penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang melakukan penelitian yaitu:

Rika Nurlala dan Islahuddin, 2008. Tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dijelaskan oleh nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh dari hasil pengolahan data dalam penelitian ini sebesar 17,336 sedangkan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 5% menunjukkan angka sebesar 3,252, dengan demikian dapat diambil kesimpulan

bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , yang artinya secara simultan variabel independent yang terdapat dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependent. Sedangkan secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel lainnya yang terdapat dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan hasil penelitian terhadap variabel prosentase kepemilikan manajemen ( $X_2$ ) di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,412 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 2,021 hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan signifikansi sebesar 0,000 atau probabilitas di atas  $\alpha = 5\%$ .

Silvia Agustina, 2013 meneliti tentang pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang: (1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (2) Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Jenis penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2010 berjumlah 158 perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling. Sampel penelitian ini berjumlah 25 perusahaan. Analisis data dengan regresi berganda. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi  $0,048 < 0,05$  dan koefisien beta positif (+) sehingga H1 diterima. (2) Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi  $0,042 < 0,05$  dan koefisien beta positif (+) sehingga H2 diterima.

## 2.6 Hipotesis

Hipotesis adalah alternatif dugaan jawaban yang dibuat oleh penelitian bagi problematika yang diajukan penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang bersifat sementara, yang akan diuji kebenarannya

dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan kedudukannya itu maka hipotesis dapat berubah menjadi kebenaran, akan tetapi juga dapat tumbang sebagai kebenaran (Arikunto, 2002: 26).

Dengan mendasarkan pada hasil-hasil penelitian terdahulu dan rasionalisasi dari hubungan antar variabel dalam penelitian ini, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

## 2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan gambaran dan arahan asumsi mengenai variabel-variabel yang akan diteliti, atau memiliki arti hasil sebuah sintesis dari proses berpikir deduktif maupun induktif dengan kemampuan kreatif dan inovatif diakhiri konsep atau ide baru (Sugiyono, 2008). Kerangka konsep dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Sumber : model yang dikembangkan peneliti

## BAB 3 METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah suatu jenis penelitian dengan menggunakan metode penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2000:11) menyatakan bahwa penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Creswell, dalam Alsa (2003:13) bahwa penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan, yang dianalisis dengan menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan atau hipotesis penelitian yang sifatnya spesifik, dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel tertentu mempengaruhi variabel yang lain.

### 3.2 Jenis Data.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014, diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (BEI) atau website perusahaan, tanggal publikasi laporan tahunan yang diperoleh dari situs Bapepam, data harga saham perusahaan, data indeks harga saham gabungan (IHSG).

### 3.3 Populasi dan Sampel

Pengumpulan data dalam suatu penelitian dilakukan dengan jalan mencatat seluruh elemen menjadi objek penelitian, kumpulan dari seluruh elemen tersebut dinamakan populasi. Elemen itu bisa berupa orang, rumah tangga, perusahaan industri dan lain-lain (Supranto, 2001:48). Menurut Sugiyono (2007; 24) menyatakan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri

dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014 berjumlah 61 perusahaan.

Pengertian sampel itu sendiri menurut Sugiyono (2007; 24) adalah sebagai berikut: “Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”, dan besarnya sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap dapat mewakili dari populasi yang ada. Besar sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin mengingat populasi dalam penelitian ini adalah homogen, dengan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir atau diinginkan pada penelitian ini sebesar 5%

1 : konstanta

Penentuan besar sampel menurut Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{61}{1 + 61(0.05^2)}$$

$$n = \frac{61}{1 + 61(0.0025)}$$

$$n = \frac{16}{1 + 0.1525}$$

$$n = \frac{61}{1.1525}$$

$n = 52.9$  dibulatkan menjadi 53

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random sampling*. *Random sampling* menurut Sugiyono (2007; 25) “adalah teknik penentuan sampel secara acak. Pada penelitian ini pengambilan secara acak

dengan menggunakan lotre/undian. Sehingga perusahaan yang dijadikan sampel berdsarkan hasil lotre/undian

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan (Indriantoro dan Supomo, 2001):

1. Studi Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dan informasi melalui catatan-catatan, dokumen-dokumen, dan literatur-literatur serta hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini

2. Dokumentasi

Yaitu metode pengumpulan data dengan cara mempergunakan data yang disediakan oleh perusahaan atau instansi terkait yang berhubungan dengan pokok permasalahan yang diteliti, seperti : catatan-catatan sejarah instansi, catatan tentang bahan-bahan yang diperlukan dalam kaitannya dengan pelaporan data yang berguna bagi penelitian ini.

### 3.5 Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah perilaku atau karakteristik yang memberikan nilai beda terhadap sesuatu (Nursalam, 2011). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen dan variabel independen yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen. Instrumen pengukuran CSR yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005). Mengacu pada penelitian Sayekti & Wondabio (2007), penghitungan *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0

jika tidak diungkapkan. Beberapa aspek yang diungkapkan dalam *sustainability report*, yaitu:

1. Ekonomi yang terdiri dari Aspek Kinerja Ekonomi, Aspek Kehadiran Pasar, Aspek
2. Lingkungan yang terdiri dari Aspek Material, Aspek Energi, Aspek Air, Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati), Aspek Emisi, Efluen dan Limbah, Aspek Produk dan Jasa, Aspek : Kepatuhan, Aspek Pengangkutan/ Transportasi, Aspek Menyeluruh.
3. Praktek Tenaga Kerja dan Pekerjaan Layak yang terdiri dari Aspek Pekerjaan, Aspek Tenaga Kerja/ Hubungan Manajemen, Aspek Kesehatan dan Keselamatan Jabatan, Aspek Pelatihan dan Pendidikan, Aspek Keberagaman dan Kesempatan Setara.
4. Hak Asasi Manusia yang terdiri dari Aspek Praktek Investasi dan Pengadaan, Aspek Nondiskriminasi, Aspek Kebebasan berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul, Aspek Pekerja Anak, Aspek Kerja Paksa dan Kerja Wajib, Aspek Praktek/Tindakan Pengamanan, Aspek Hak Penduduk Asli.
5. Masyarakat yang terdiri dari Aspek Komunitas, Aspek Korupsi, Aspek Kebijakan Publik, Aspek Kelakuan Tidak Bersaing, Aspek Kepatuhan.
6. Tanggung Jawab Produk yang terdiri dari Aspek Kesehatan dan Keamanan Pelanggan, Aspek Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa Aspek Komunikasi Pemasaran, Aspek Keleluasaan Pribadi (*privacy*) Pelanggan, Aspek Kepatuhan.

Pengungkapan CSR (*corporate reponsibility responsibility*) menggunakan rasio yang diperoleh melalui rumus :

$$CSR D = \frac{\sum \text{item yang diungkapkan}}{\text{item yang diharapkan}}$$

## 2. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan terbuka yang terdaftar di BEI dalam mengelola sumber daya pada tahun berjalan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksi melalui *price to book value* (PBV), yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku per saham masing-masing perusahaan terbuka. Data PBV diukur dengan skala rasio dan dinyatakan dalam satuan kali (x). Data PBV sudah tersaji di ICMD, atau dapat dihitung secara manual dengan rumus berikut ini (Brigham dan Ehrhardt, 2006):

$$\text{Price To Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Saham Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

## 3.6 Metode Analisis Data

### 3.6.1 Uji Normalitas Data

Normalitas data adalah syarat yang harus dipenuhi oleh suatu sebaran data sebelum melakukan analisis regresi. Hal ini berguna untuk menghasilkan model regresi yang baik. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Santoso, 2001). Uji normalitas yang dilakukan terhadap sampel dilakukan dengan menggunakan *kolmogrov-smirnov* test dengan menetapkan derajat keyakinan ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Kriteria pengujian dengan melihat besaran *kolmogrov-smirnovtest* adalah sebagai berikut:

- Jika signifikansi  $> 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal.
- Jika signifikansi  $< 0,05$  maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

### 3.6.2 Uji heteroskedastisitas

Asumsi ini menyatakan bahwa apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan yang lain. Jika varians satu dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas.

Namun jika varians satu pengamatan lain berbeda, disebut heteroskedastisitas (Santoso, 2004). Pada penelitian ini uji Heteroskedastisitas melihat penyebaran data. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat ( $Z_{pred}$ ) dengan residualnya ( $S_{resid}$ ). Jika dalam model regresi tidak terdapat Heteroskedastisitas, maka harus memenuhi syarat Data berpencar disekitar titik nol. Jika tidak ada pola yang ada serta titik-titik menyebar diatas dengan dibawah angka 0 pada suatu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas

### 3.6.3 Teknik Analisis Data

#### 1. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau deskripsi atas suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum.

#### 2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Teknik ini digunakan untuk mengetahui pengaruh keseluruhan variabel bebas dengan variabel terikat. Regresi linier sederhana dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

x = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

e = Error Term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

### 3.6.4 Uji Hipotesis

Uji t di digunakan untuk menguji adanya pengaruh antara variabel (X) terhadap variabel terikat secara individu (Supranto, 2001;53) dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{b}{Sb}$$

Dimana :

t = Besarnya nilai hitung

b = Koefisien regresi

sb = Standar deviasi dari variabel bebas

Dimana prosedur penelitian :

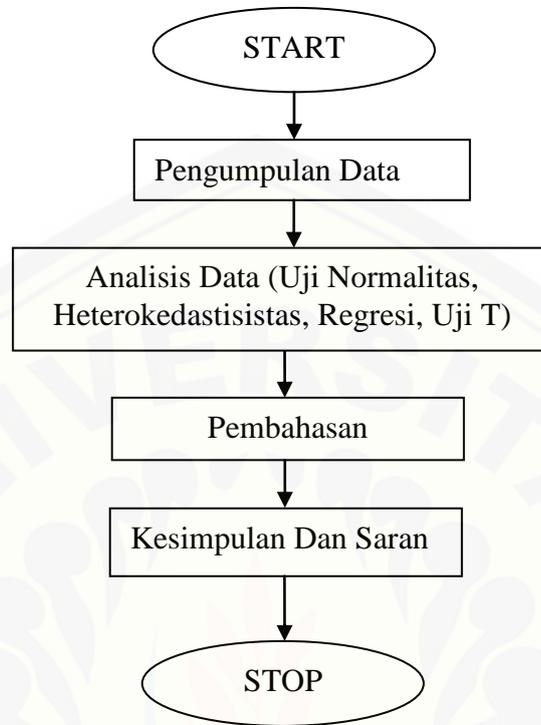
Ho :  $\beta_i = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ha :  $\beta_i \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

*Level Significant* 95 % ( $\alpha = 0,05$ ), menggunakan  $\alpha = 0,05$  karena paling sesuai untuk mengetahui tingkat signifikansi variabel X terhadap variabel Y. Kriteria pengujian :

- Jika T hitung > T tabel, maka Ho ditolak artinya ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
- Jika T hitung < T tabel, maka Ho diterima artinya tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

### 3.7 Kerangka Pemecahan Masalah



Keterangan :

- a. Start, yaitu tahap awal sebelum melakukan penelitian.
- b. Pengumpulan data, mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk kebutuhan penelitian baik itu data primer maupun sekunder.
- c. Analisa Data terdiri dari uji normalitas, heterokedastisistas, regresi, dan uji T.
- d. Pembahasan.
- e. Kesimpulan, menarik suatu kesimpulan dari analisis dan memberikan saran sesuai dengan perhitungan yang telah dilakukan.
- f. Stop, akhir penelitian yang telah dilakukan.

## BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini berarti jika tidak ada pengungkapan CSR maka akan turut serta menurunkan nilai perusahaan

### 5.3. Saran

1. Mengingat pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan maka perlu perusahaan lainnya yang terdaftar di BEI melakukan pengungkapan CSR agar dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor terhadap perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang berbeda, sehingga bisa terjadi keberagaman penelitian.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen yang terkait dengan nilai perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sartono, 2001. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPEF
- Anggraini, Fivi. 2003. *Pengaruh Customization dan Interdependensi Terhadap Karakteristik Informasi Sistem Akuntansi Manajemen Broad Scope dan Aggregation*. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* Vol. 6 No. 1. Hlm. 23-40.
- Anggraini, Fr.Reni Retno, 2006. *Pengungkapan Informasi Sosial dan FaktorFaktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*, Simposium Nasional Akuntansi IX, Padang.
- Alsa, Asmadi. 2003. *Pendekatan Kuantitaif dan Kualitatif Serta Kombinasinya dalam Penelitian*. Psikologi. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arthur, J Keown, dkk. 2004, *Prinsip-prinsip dan Aplikasi Manajemen. Keuangan*, Jakarta, Penerbit Indeks
- B. Susanto, A. B. 2007. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: The Jakarta Consulting. Group.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston, 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, alih bahasa Ali Akbar Yulianto, Buku satu, Edisi sepuluh*, Jakarta: PT. Salemba Empat
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi. Fakultas Ekonomi: Universitas Diponegoro Semarang*
- Dahlia, L. dan Siregar, V.S. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006)*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Florence, Devina, Suryanto, L dan Zulaikha. 2004. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ)*. *Jurnal Maksi* Volume 4, Agustus : 161-177.

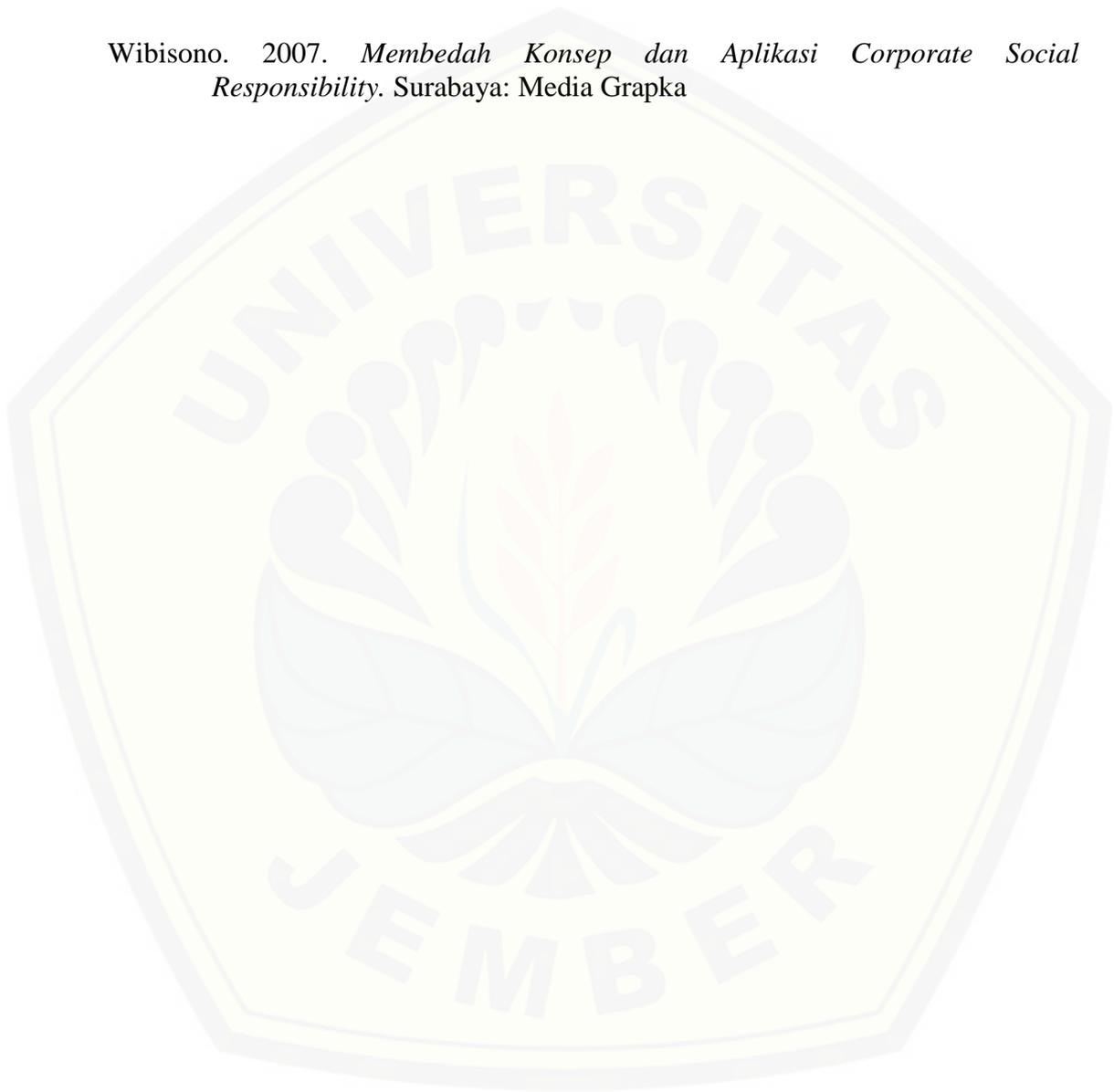
- Herwidayatmo. 2000. *Implementasi Good Corporate Governance Untuk Perusahaan Publik Indonesia*. (Online), (<http://www.imfeui.com/uploads/file110-XXIX-Oktober-2000.PDF>, diakses pada tanggal 15 Januari 2015).
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. 2007. *Manajemen Keuangan, Edisi Kelima*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta
- Indriantoro, dan Supomo, 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi Pertama*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta
- J. Supranto, 2001. *Statistik Teori dan Aplikasi, Cetakan Kedua*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Januarti, Indira. 2009. *Analisis Pengaruh Faktor Perusahaan, Kualitas Auditor, Kepemilikan Perusahaan terhadap Penerimaan Opini Audit Going Concern (Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Simposium Nasional Akuntansi XII (6): 1-26.
- Kawatu, Freddy Samuel, 2000, *Mekanisme Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba sebagai Variabel Intervening*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol, 13 No, 3, Hal 405 – 417.
- Kotler, P. and Nancy, L. 2005. *Corporate Social Responsibility : Doing The Most Good For Your Company and Your Cause. Best Practices From Hewlett Packard, Ben & Jerry's, and Other Leading Companies*. Jhon Wiley & Sons, Inc. United States of America.
- Kumorotomo, Wahyudi. 2005. *Akuntabilitas Birokrasi Publik : Sketsa pada Masa Transisi*. Yogyakarta: Pusat Pelajar.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi, UNDIP Semarang.
- McWilliams, A. dan D. Siegel. 2001. *Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective*. *Academy of Management Review*, 26(1): 117–127.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating*, Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak.
- Nursalam. 2011. *Konsep dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan, Edisi II*. Jakarta: Salemba Medika.

- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. *Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto.
- Sayekti, Yosefa dan Sensi Wondabio, Ludovicus. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient: Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek*. Simposium Nasional Akuntansi X.
- Sembiring, Eddy, 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Simposium Nasional Akuntansi VIII, Solo
- Silvia Agustina, 2013. *Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Universitas Negeri Padang
- Sri Suranta. 2008. *Pengaruh Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial (Corporate Social Responsibility) terhadap Firm Value pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia*. Penelitian Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta. Diakses 12 April 2014, dari: <http://www.sirine.uns.ac.id>.
- Sukamulja, Sukmawati. 2004. *Good corporate governance di Sektor Keuangan: Dampak GCG terhadap Kinerja Perusahaan (kasus di Bursa Efek Jakarta)*. BENEFIT
- Sugiarto. 2009. *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Edisi Permata .Yogyakarta : Graha Ilmu
- Sugiyono; 2000. *Metode Penelitian Administrasi*; Jakarta: Alfabeta
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Suharli, Michell, 2006. *Akuntansi untuk Bisnis Jasa dan Dagang, Edisi Pertama*., Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*, Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>, Diakses tanggal 30 Oktober 2014

Suwardjono, 2005. *Teori Akuntansi: Perekayasa Pelaporan Keuangan (Edisi III)*. Yogyakarta: BPFÉ.

Wahidahwati. 2002. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial Dan Kepemilikan Institusional Pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency* , Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Vol. 5, No.1, Januari: Hal 1-16.

Wibisono. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Surabaya: Media Grapka



Lampiran 1 : Matrik Data

Matrik Data

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	yang Diungkap	CSR	harga saham perlembar saham	Jumlah Saham	saham yang beredar	rasio	PBV
1	INTP	Indocement Tunggak Prakasa Tbk	11	0.44	21,000	3681231699	1957500	1880.5781	11.17
2	SMBR	Semen Baturaja Tbk	10	0.4	314	9837678500	119641200	82.226511	3.82
3	SMCB	Holcim Indonesia Tbk	9	0.36	1,520	7662900000	80140000	95.618917	15.90
4	SMGR	Semen Indonesia (Persero) Tbk	9	0.36	12,100	5931520000	2751500	2155.7405	5.61
5	WTON	Wijaya Karya Beton Tbk	12	0.48	1,010	8715466600	93110000	93.60398	10.79
6	AMFG	Asahimas Flat Glass Tbk	9	0.36	7,200	434000000	348000	1247.1264	5.77
7	ARNA	Arwana Citramulia Tbk	6	0.24	580	7341430976	99652000	73.670684	7.87
8	IKAI	Intikeramik Alamasri Industri Tbk	13	0.52	102	791383786	64552000	12.259632	8.32
9	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi Tbk	15	0.6	103	14929100000	2999522000	4.9771597	20.69
10	MLIA	Mulia Industrindo Tbk	16	0.64	640	1323000000	9862000	134.15129	4.77
11	TOTO	Surya Toto Indonesia Tbk	14	0.56	3,990	990720000	3542400	279.6748	14.27
12	ALKA	Alakasa Industrindo Tbk	9	0.36	765	101533011	2115000	48.006152	15.94
13	ALMI	Alumindo Light Metal Industry Tbk	9	0.36	234	616000000	5655000	108.93015	2.15
14	BAJA	Saranacentral Bajatama Tbk	15	0.6	148	1800000000	232045000	7.7571161	19.08
15	BTON	Betonjaya Manunggal Tbk	7	0.28	10	180000000	43124000	4.1740098	2.40
16	CTBN	Citra Tubindo Tbk	9	0.36	5,700	800371500	2134000	375.05694	15.20
17	GDST	Gunawan Dianjaya Steel Tbk	11	0.44	66	8200000000	1296740000	6.3235498	10.44

# Digital Repository Universitas Jember

18	INAI	Indal Aluminium Industry Tbk	6	0.24	377	316800000	6560000	48.292683	7.81
19	ISSP	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	9	0.36	188	7185992035	345520000	20.797615	9.04
20	JKSW	Jakarta Kyoei Steel Works Tbk	10	0.4	90	150000000	23556000	6.3678044	14.13
21	JPRS	Jaya Pari Steel Tbk	5	0.2	205	750000000	43510000	17.237417	11.89
22	KRAS	Krakatau Steel (Persero) Tbk	9	0.36	358	15775000000	343224000	45.961238	7.79
23	LION	Lion Metal Works Tbk	19	0.76	9,000	52016000	31000	1677.9355	5.36
24	LMSH	Lionmesh Prima Tbk	5	0.2	6,150	9600000	4200	2285.7143	2.69
25	NIKL	Pelat Timah Nusantara Tbk	7	0.28	89	2523350000	281347200	8.9688115	9.92
26	PICO	Pelangi Indah Canindo Tbk	2	0.08	143	568375000	36740000	15.470196	9.24
27	TBMS	Tembaga Mulia Semanan Tbk	9	0.36	6,000	18367000	6350	2892.4409	2.07
28	BRPT	Barito Pacific Tbk	9	0.36	243	6979892784	207250000	33.678614	7.22
29	BUDI	Budi Acid Jaya Tbk	15	0.6	89	4098997362	284545600	14.405415	6.18
30	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	16	0.64	424	331129952	8535100	38.796259	10.93
31	EKAD	Ekadharna International Tbk	8	0.32	445	698775000	9965000	70.12293	6.35
32	ETWA	Eterindo Wahanatama Tbk	9	0.36	150	968297000	27524000	35.180097	4.26
33	INCI	Intanwijaya Internasional Tbk	7	0.28	291	181035556	3120000	58.024217	5.02
34	SOBI	Sorini Agro Asia Corporindo Tbk	9	0.36	2,500	925211250	844000	1096.2219	2.28
35	SRSN	Indo Acidatama Tbk	9	0.36	50	6020000000	1285450000	4.6831849	10.68
36	TPIA	Chandra Asri Petrochemical Tbk	9	0.36	3,350	3286962558	8570000	383.54289	8.73
37	UNIC	Unggul Indah Cahaya Tbk	16	0.64		383331363	3724000	102.93538	

# Digital Repository Universitas Jember

					1,425				13.84
38	AKKU	Alam Karya Unggul Tbk	12	0.48	305	253000000	6424000	39.383562	7.74
39	AKPI	Argha Karya Prima Industry Tbk	15	0.6	600	680000000	8954300	75.941168	7.90
40	APLI	Asiaplast Industries Tbk	9	0.36	73	1500000000	77240000	19.41999	3.76
41	BRNA	Berlina Tbk	6	0.24	650	690000000	7440000	92.741935	7.01
42	FPNI	Titan Kimia Nusantara Tbk	10	0.4	88	5566414000	325240000	17.114789	5.14
43	IGAR	Champion Pacific Indonesia Tbk	21	0.84	269	972204500	84562000	11.496943	23.40
44	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk	13	0.52	8,175	483350000	752040	642.71847	12.72
45	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry Tbk	6	0.24	73	6443379509	912160000	7.0638698	10.33
46	SIAP	Sekawan Intipratama Tbk	15	0.6	202	24000000000	594142000	40.394384	5.00
47	SIMA	Siwani Makmur Tbk	4	0.16	101	442589871	18125400	24.418213	4.14
48	TALF	Tunas Alfin Tbk	15	0.6	400	1353435000	37523100	36.069381	11.09
49	TRST	Trias Sentosa Tbk	9	0.36	290	2808000000	261700000	10.729843	27.03
50	YPAS	Yanaprima Hastapersada Tbk	8	0.32	695	668000089	9857000	67.769107	10.26
51	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	9	0.36	2,840	16398000000	52850000	310.27436	9.15
52	JPFA	JAPFA Comfeed Indonesia Tbk	9	0.36	560	10660522910	111424100	95.675199	5.85
53	MAIN	Malindo Feedmill Tbk	7	0.28	1,740	1791000000	4254000	421.01551	4.13

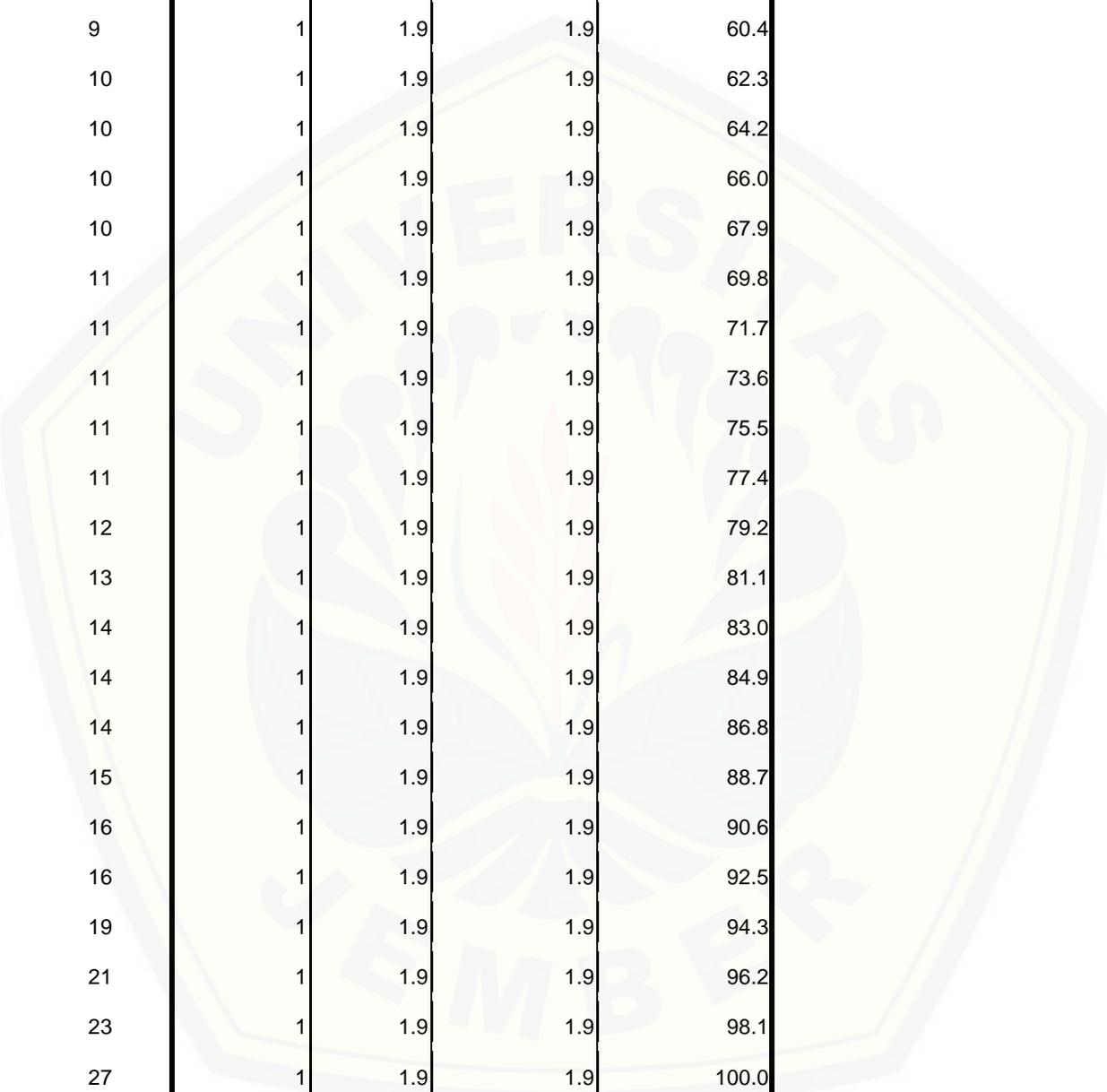
## Lampiran 2 : Deskripsi Variabel

**Pengungkapan Corporate Sosial Respon**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	1.9	1.9	1.9
	0	1	1.9	1.9	3.8
	0	2	3.8	3.8	7.5
	0	4	7.5	7.5	15.1
	0	4	7.5	7.5	22.6
	0	2	3.8	3.8	26.4
	0	18	34.0	34.0	60.4
	0	3	5.7	5.7	66.0
	0	2	3.8	3.8	69.8
	0	2	3.8	3.8	73.6
	1	2	3.8	3.8	77.4
	1	1	1.9	1.9	79.2
	1	6	11.3	11.3	90.6
	1	3	5.7	5.7	96.2
	1	1	1.9	1.9	98.1
	1	1	1.9	1.9	100.0
	Total	53	100.0	100.0	

Nilai Perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.9	1.9	1.9
	2	1	1.9	1.9	3.8
	2	1	1.9	1.9	5.7
	2	1	1.9	1.9	7.5
	3	1	1.9	1.9	9.4
	4	1	1.9	1.9	11.3
	4	1	1.9	1.9	13.2
	4	1	1.9	1.9	15.1
	4	1	1.9	1.9	17.0
	4	1	1.9	1.9	18.9
	5	1	1.9	1.9	20.8
	5	1	1.9	1.9	22.6
	5	1	1.9	1.9	24.5
	5	1	1.9	1.9	26.4
	5	1	1.9	1.9	28.3
	6	1	1.9	1.9	30.2
	6	1	1.9	1.9	32.1
	6	1	1.9	1.9	34.0
	6	1	1.9	1.9	35.8
	6	1	1.9	1.9	37.7
	7	1	1.9	1.9	39.6
	7	1	1.9	1.9	41.5
	8	1	1.9	1.9	43.4
	8	1	1.9	1.9	45.3
	8	1	1.9	1.9	47.2
	8	1	1.9	1.9	49.1
	8	1	1.9	1.9	50.9

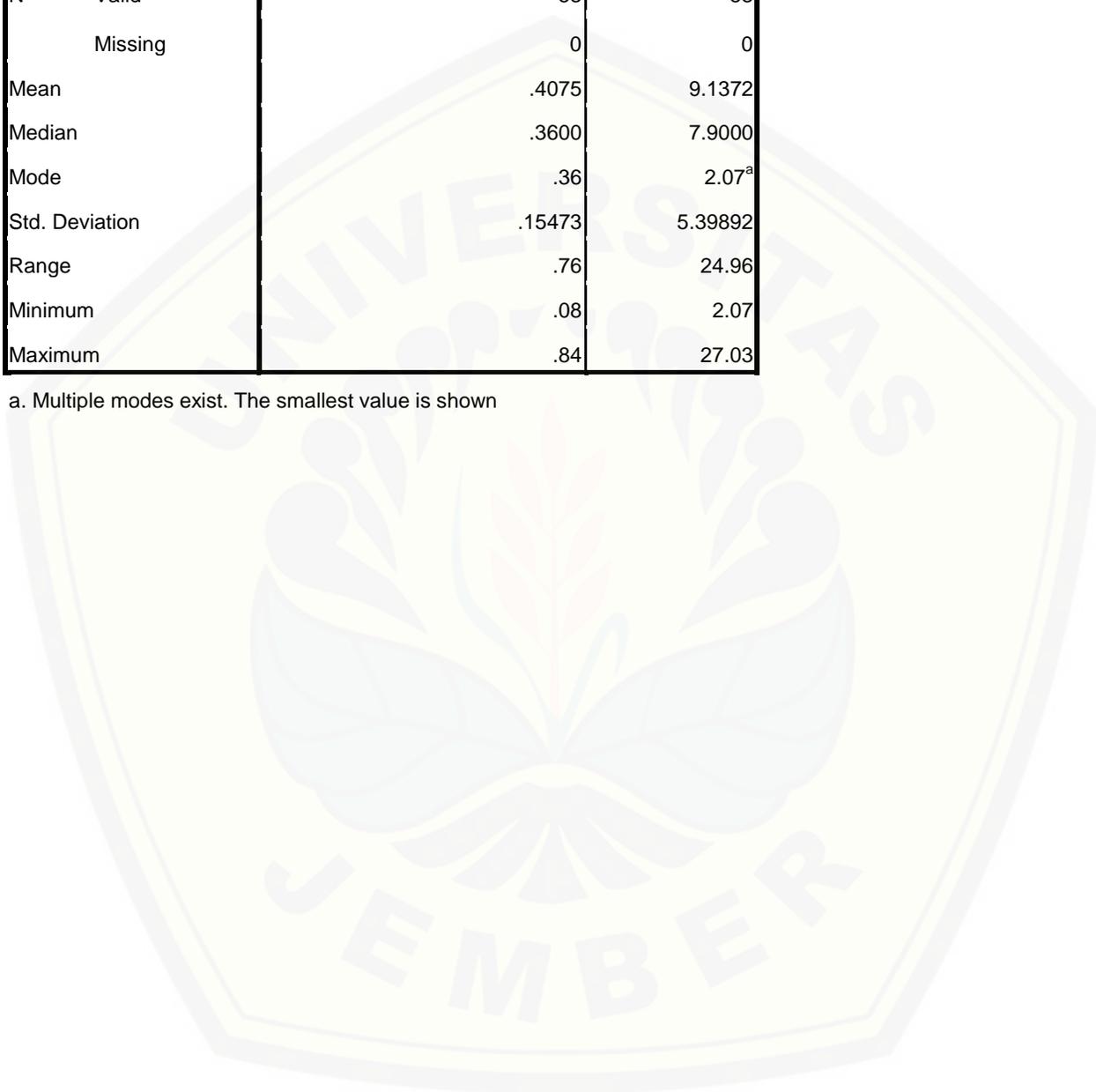


8	1	1.9	1.9	52.8
9	1	1.9	1.9	54.7
9	1	1.9	1.9	56.6
9	1	1.9	1.9	58.5
9	1	1.9	1.9	60.4
10	1	1.9	1.9	62.3
10	1	1.9	1.9	64.2
10	1	1.9	1.9	66.0
10	1	1.9	1.9	67.9
11	1	1.9	1.9	69.8
11	1	1.9	1.9	71.7
11	1	1.9	1.9	73.6
11	1	1.9	1.9	75.5
11	1	1.9	1.9	77.4
12	1	1.9	1.9	79.2
13	1	1.9	1.9	81.1
14	1	1.9	1.9	83.0
14	1	1.9	1.9	84.9
14	1	1.9	1.9	86.8
15	1	1.9	1.9	88.7
16	1	1.9	1.9	90.6
16	1	1.9	1.9	92.5
19	1	1.9	1.9	94.3
21	1	1.9	1.9	96.2
23	1	1.9	1.9	98.1
27	1	1.9	1.9	100.0
Total	53	100.0	100.0	

## Statistics

		Pengungkapan Corporate Sosial Respon	Nilai Perusahaan
N	Valid	53	53
	Missing	0	0
Mean		.4075	9.1372
Median		.3600	7.9000
Mode		.36	2.07 <sup>a</sup>
Std. Deviation		.15473	5.39892
Range		.76	24.96
Minimum		.08	2.07
Maximum		.84	27.03

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown



## Lampiran 3 : Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		53
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.09316533
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.064
Kolmogorov-Smirnov Z		.733
Asymp. Sig. (2-tailed)		.656

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

## Lampiran 4 : Regresi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.332 <sup>a</sup>	.110	.093	5.143

a. Predictors: (Constant), Pengungkapan Corporate Sosial Respon

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.814	1	166.814	6.307	.015 <sup>a</sup>
	Residual	1348.897	51	26.449		
	Total	1515.712	52			

a. Predictors: (Constant), Pengungkapan Corporate Sosial Respon

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166.814	1	166.814	6.307	.015 <sup>a</sup>
	Residual	1348.897	51	26.449		
	Total	1515.712	52			

a. Predictors: (Constant), Pengungkapan Corporate Sosial Respon

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.420	2.007		2.202	.032
	Pengungkapan Corporate Sosial Respon	11.575	4.609	.332	2.511	.015

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan