

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TEHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL
*MODERATING***

**(Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di
Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

DYAH ARDANA RISWARI
NIM. C2C308005

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2012**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama penyusu : Dyah Ardana Riswari
Nomor Induk Mahasiswa : C2C308005
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TEHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)**
Dosen pembimbing : Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 15 Maret 2012
Dosen Pembimbing,






(Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt.)
NIP. 19810813 200801 2007

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama penyusu : Dyah Ardana Riswari
Nomor Induk Mahasiswa : C2C308005
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Akuntansi
Judul Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TEHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL *MODERATING* (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)**

Telah dinyatakan lulus ujian tanggal 20 April 2012

Tim Penguji

1. Nur Cahyonowati, S.E., M.Si., Akt. ()
2. Anis Chariri, S.E., M.Com., Ph.D, Akt. ()
3. Aditya Septiani, S.E., M.Si., Akt. ()

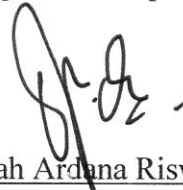
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Dyah Ardana Riswari, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel *Moderating* adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 9 Maret 2012

Yang membuat pernyataan,



(Dyah Ardana Riswari) -
NIM. C2C308005

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**"...Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali orang-orang yang khusyuk.."
(QS. Al Baqarah : 45)**

**"Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan"
(Q.S Al Insyirah : 5-6)**

**DO what you love! LOVE what you do!
Pilihlah apa yang kamu cintai untuk kamu lakukan. Tetapi, jika kamu tidak berkesempatan untuk berbuat demikian, cintailah apa yang kamu lakukan
(Young on Top_Billy Boen)**

**"Man Jadda Wa Jadd"
Kau Kan Mendapatkan Apa Yang Kau Usahakan!**

Kupersembahkan :
Teruntuk ibu dan bapak yang telah membesarkan, mendidik dengan penuh syukur dan kesabaran serta doa yang tak pernah putus.
Untuk adik-adikku yang selalu menghibur dengan penuh canda dan tawa.
Untuk keluarga besar yang selalu mendukungku.
Kekasihku yang selalu memberikan semangat untukku.
Dan untuk seluruh teman-teman yang telah menjadi keluarga kedua bagiku.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah *corporate social responsibility* dan *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan apakah *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada kategori *corporate social reporting* untuk menghitung *Corporate Social Responsibility Indeks (CSRI)* yang dilihat dari laporan tahunan perusahaan.

Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan sektor *non financial* pada tahun 2008-2009 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Total sampel sebanyak 35 perusahaan dengan dua tahun pengamatan. Jadi total sampel penelitian ada 70. Proses analisis data yang dilakukan terlebih dahulu adalah *confirmatory factor analysis*, uji asumsi klasik, kemudian dilanjutkan dengan pengujian hipotesis. Data yang digunakan adalah laporan keuangan dari masing-masing perusahaan sampel yang dipublikasikan melalui situs www.idx.co.id.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan *corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan serta *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, *corporate governance*, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan

ABSTRACT

This study aimed to analyze whether corporate social responsibility and corporate governance affect corporate value and whether corporate governance becomes the moderating variable of corporate social responsibility and corporate value. The measurement of the corporate social responsibility is conducted based on corporate social reporting category to calculate the Corporate Social Responsibility Index (CSRI) which is reviewed from the company's annual report.

The sample of the study was non-financial companies in 2008-2009 and it was collected using purposive sampling method. The total sample was 35 companies with two years of observation. So, the total sample was 70. The data analysis process was started with confirmatory factor analysis, classical assumption test, and continued with hypothesis test. The data used in this study are the financial statements of each sample company published online at www.idx.co.id.

The results of the study indicate that the variables of corporate social responsibility and corporate governance effect positively on corporate value and the corporate governance is the moderating variable of corporate social responsibility and corporate value. Meanwhile, the company size, as the control variable, has no significant effect on corporate value.

Keywords : corporate social responsibility, corporate governance. Corporate social responsibility, corporate value and company size.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahahirabbil ‘Aalamiin. Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TEHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, petunjuk, saran serta fasilitas dari berbagai pihak. Oleh karenanya pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, tak lupa penulis sampaikan rasa terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Drs. Mohamad Nasir, M.Si., Akt., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Ibu Nur Cahyonowati SE, MSi., Akt, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan nasihat, dan pengarahan dalam skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr. Much. Syafrudin, M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
4. Bapak Drs Sudarno, SE. M.Si. Akt., Ph.D, selaku Dosen Wali.

5. Segenap dosen dan tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang sangat membantu terselesaikannya skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku, terima kasih : *viii* a, kasih sayang, materi dan dukungan semangat tiada henti yang selalu tercurahkan kepada penulis.
7. Adik-adikku dan saudara-saudaraku tersayang yang senantiasa memberikan doa dan berharap yang terbaik untuk penulis.
8. Dwi Ary Widagdo yang selalu memberikan semangat dan motivasi penulis sehingga penulis dapat segera menyelesaikan skripsi.
9. Rekan-rekan kerja Pengadilan Militer II-10 Semarang atas segala dukungan dan perhatian kepada penulis.
10. Para sahabat dan teman-teman angkatan 2008 dan 2009 yang selalu memberikan doa dan semangat.
11. Semua pihak yang telah membantu baik secara moral maupun material dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, banyak kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis akan menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Semarang, 7 Maret 2012

Dyah Ardana Riswari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penulisan	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
Bab II Telaah Pustaka	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Legitimasi	11

2.1.2 Teori Stakeholder	12
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
2.1.4 <i>Corporate Governance</i>	18
2.1.5 Nilai Perusahaan	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis	27
Bab III Metode Penelitian	33
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	33
3.1.1 Variabel Dependen	33
3.1.2 Variabel Independen	34
3.1.2.1 <i>Corporate Social Responsibility</i>	34
3.1.2.2 <i>Corporate Governance</i>	35
3.1.3 Variabel Pemoderasi	36
3.1.4 Variabel Kontrol	36
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis	38
3.5.1 Analisis Faktor	38
3.5.2 Analisis Statistik Diskriptive	39
3.6 Uji Asumsi Klasik	39
3.6.1 Uji Normalitas.....	39

3.6.2 Uji Multikolonieritas	40
3.6.3 Uji Autokorelasi	40
3.6.4 Uji Heteroskedastisitas	41
3.7 Analisis Regresi	42
3.8 Uji Hipotesis.....	43
3.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	44
3.8.2 Uji Signifikansi Simultan.....	44
3.8.3 Uji Parsial (<i>t-test</i>).....	45
Bab IV Hasil dan Pembahasan	46
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	46
4.2 Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
4.2.1 Analisis Faktor	47
4.2.2 Statistik Deskriptif	48
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	49
4.2.3.1 Uji Normalitas	49
4.2.3.2 Uji Multikolonieritas	54
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas	55
4.2.3.4 Uji Autokorelasi	57
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	58
4.2.4.1 Analisis Regresi Berganda.....	58
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	59
4.2.4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	60
4.2.4.4 Uji Individual (Uji t).....	61

4.3 Intepretasi Hasil	63
Bab V Penutup	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Keterbatasan Penelitian	68
5.3 Saran	69
Daftar Pustaka	70

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Sampel Penelitian.....	46
Tabel 4.2 Hasil Uji KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)	47
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Kolmogorov-Sminrov Model Regresi I.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Kolmogorov-Sminrov Model Regresi II	53
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikoleniaritas Model Regresi I	54
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikoleniaritas Model Regresi II.....	55
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi I	56
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model Regresi II.....	56
Tabel 4.10 Hasil uji Autokorelasi Durbin-Watson	57
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 4.1 Hasil uji Normalitas: Grafik Histogram Model Regresi I	50
Gambar 4.2 Hasil uji Normalitas: Grafik Normal P-P Plot Model Regresi I ..	50
Gambar 4.3 Hasil uji Normalitas: Grafik Histogram Model Regresi II	52
Gambar 4.4 Hasil uji Normalitas: Grafik Normal P-P Plot Model Regresi II.	52

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN A Daftar Item Pengungkapan CSR
- LAMPIRAN B Data Pengungkapan CSR Perusahaan
- LAMPIRAN C Daftar Perusahaan Sampel Penelitian
- LAMPIRAN D Hasil Uji Analisis Faktor
- LAMPIRAN E Hasil Uji Statistik Diskriptif
- LAMPIRAN F Hasil Uji Asumsi Klasik
- LAMPIRAN G Hasil Analisis Regresi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah wacana yang menjadikan perusahaan tidak hanya berkewajiban atau beroperasi untuk pemegang saham (*shareholders*) saja namun juga mempunyai tanggung jawab sosial terhadap *stakeholders*. Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Hackston dan Miley (1996) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat didefinisikan sebagai penyediaan informasi keuangan dan non keuangan yang berkaitan dengan kegiatan operasi perusahaan dengan keadaan sosial dan lingkungan, sebagaimana dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial yang terpisah. Pengungkapan tanggung jawab sosial mencakup rincian lingkungan, energi, sumber daya manusia, produk, dan keterlibatan masyarakat.

Menurut Daniri (dalam Novita dan Djakman, 2008), CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab

perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial 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. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*.

Menurut Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) ada beberapa perusahaan yang telah menjalankan CSR tapi sangat sedikit yang mengungkapkannya ke dalam sebuah laporan. Alasan mengapa hal itu terjadi mungkin karena belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil baik penyusun laporan maupun auditor.

Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Menurut Kiroyan (dikutip dari Sayekti dan Wondabio, 2007), perusahaan berharap jika dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini

menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki dampak produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan (Lely dan Siregar, 2008).

Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang go publik telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Artinya bahwa investor sudah memulai merespon dengan baik informasi informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan.

Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan pelaksanaan *corporate governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance*. Perusahaan yang

telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial (Rustiarini, 2010).

Shleifer dan Vishny (dalam Herawaty, 2008) menyatakan bahwa *corporate governance* merupakan cara atau mekanisme untuk memberikan keyakinan pada para pemasok dana perusahaan akan diperolehnya *return* atas investasi mereka. *Forum of Corporate Governance in Indonesia* (dalam Rustiarini, 2010) menyatakan bahwa *corporate governance* adalah seperangkat peraturan yang menetapkan hubungan antara pemegang saham, pengurus, pihak kreditur, pemerintah, karyawan serta para pemegang kepentingan internal dan eksternal lainnya sehubungan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan.

Pemahaman terhadap prinsip-prinsip dasar *good corporate governance* sebenarnya merupakan kebutuhan yang mendasar dalam rangka implementasi *good corporate governance*. Prinsip-prinsip utama dari *corporate governance* yang menjadi indikator, sebagaimana ditawarkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah: *Fairness* (keadilan), *Disclosure/ Transparency* (keterbukaan/ transparansi), *Accountability* (akuntabilitas), *Responsibility* (responsibilitas) dan *Independency* (independen).

Rustiarini (2010) menyatakan bahwa pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan yang tinggi akan menjadi keunggulan kompetitif perusahaan.

Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya.

Penelitian yang dilakukan Ni Wayan Rustiarini (2010) menguji pengaruh pengungkapan CSR dan *corporate governance* pada nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *corporate governance* berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *good corporate governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating* menemukan bahwa *corporate social responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun secara parsial yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara *corporate social responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Ni Wayan Rustiarini (2010). *Corporate governance* sebagai variabel pemoderasi dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat hubungan

pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Indikator *corporate governance* yang digunakan adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Ni Wayan Rustriarini (2010). Perbedaan yang pertama adalah tahun pengamatan. Tahun pengamatan penelitian terdahulu menggunakan 1 (satu) tahun pengamatan yaitu tahun 2008, sedangkan penelitian ini menggunakan 2 (dua) tahun pengamatan yaitu tahun 2008 dan 2009. Perbedaan yang kedua adalah sampel perusahaan yang diteliti. Untuk sampel pengamatan penelitian acuan menggunakan perusahaan manufaktur, sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel perusahaan non finansial. Perbedaan yang ketiga adalah item pengungkapan yang digunakan. Penelitian acuan masih menggunakan item pengungkapan tanggung jawab sosial yang digunakan Sembiring (2005), sedangkan penelitian ini menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai dasar item pengungkapan tanggung jawab sosial. Item pengungkapan GRI digunakan karena telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, dimana GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Sutantoputra, 2009). Selain itu, penelitian ini menggunakan 2 (dua) tahun pengamatan yaitu tahun 2008 dan 2009. Dan yang terakhir penelitian ini juga ditambahkan variabel kontrol. Variabel tersebut dinyatakan dengan ukuran perusahaan yang mengacu pada penelitian dari Sari Kusumastuti (2007).

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel *Moderating*“**.

1.2 Rumusan Masalah

1.2 Rumusan Masalah

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tumbuh jika perusahaan tidak hanya memperhatikan dimensi ekonomi tetapi juga dimensi sosial dan lingkungan hidup. Keselarasan antara dimensi – dimensi tersebut dapat terwujud apabila didukung dengan baiknya pengawasan terhadap kinerja perusahaan melalui mekanisme *corporate governance*. Salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance* adalah implementasi CSR. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustriarini, 2010).

Di Indonesia masih jarang penelitian tentang CSR yang menggunakan item pengungkapan GRI untuk mengukur luas pengungkapan CSR. Alasan dipilihnya standar GRI karena Standar GRI (*Global Reporting Initiatives*) merupakan standar pengungkapan yang berfokus pada 6 komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, human rights, social, dan product responsibility*. Selain itu, Item pengungkapan GRI telah diterima secara global sebagai suatu standar untuk mengungkapkan pelaksanaan

tanggung jawab sosial perusahaan dimana GRI membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (Sutantoputra, 2009) dan standar GRI merupakan standar yang dirujuk oleh Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) dalam pemberian penghargaan *Indonesia Sustainability Report Awards (ISRA)* kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan keberlanjutan atau *sustainability report*.

Penelitian ini tidak menggunakan perusahaan *financial* karena indeks yang dipergunakan dalam perusahaan *finansial* pada hal-hal tertentu berbeda dengan indeks pengungkapan perusahaan *non financial*, sehingga indeks yang digunakan merupakan indeks GRI yang sudah dimodifikasi (Mulyana, 2007). Oleh karena itu dapat dirumuskan masalah penelitian dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap:

1. Pengujian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2. Pengujian pengaruh *corporate governance* terhadap nilai perusahaan.
3. Pengujian pengaruh *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh *corporate governance* terhadap nilai perusahaan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Menyediakan informasi yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*, *corporate governance*, nilai perusahaan yang dapat digunakan untuk penelitian para akademisi dan praktisi dibidang akuntansi di masa yang akan datang.
2. Diharapkan dapat memberi manfaat kontribusi dalam pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan praktik pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan.
3. Bagi masyarakat, akan memberikan rangsangan secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

BAB pendahuluan berisi latar belakang masalah merupakan landasan pemikiran secara garis besar, baik secara teoritis dan atau fakta serta pengamatan yang menimbulkan minat dan penting untuk dilakukan penelitian. Perumusan

masalah adalah pernyataan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan pemecahan dan atau memerlukan jawaban melalui suatu penelitian dan pemikiran mendalam dengan menggunakan ilmu pengetahuan dan alat-alat yang relevan. Tujuan penelitian dan kegunaan penelitian bagi pihak-pihak yang terkait. sistematika penulisan merupakan bagian yang mencakup uraian ringkas dan materi yang dibahas setiap bab.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

BAB tinjauan pustaka terdiri dari landasan teori mengenai teori yang melandasi penelitian ini dan menjadi acuan teori dalam analisis penelitian. Penelitian terdahulu, kerangka pemikiran yang merupakan permasalahan yang akan diteliti dan pengembangan hipotesis adalah dugaan sementara yang disimpulkan dari landasan teori dan penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

BAB metode penelitian berisi variabel penelitian dan definisi operasional penelitian yaitu tentang diskripsi tentang variabel-variabel dalam penelitian yang didefinisikan secara jelas, penentuan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, metode pengumpulan data, dan metode analisis merupakan deskripsi tentang jenis atau model analisis dan mekanisme alat analisis yang digunakan dalam penelitian

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

BAB hasil dan analisis berisi deskripsi objek penelitian, analisis data yang dikaitkan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis model regresi dan

interpretasi hasil sesuai dengan teknik analisis yang digunakan, termasuk didalamnya dasar pembenaran dan perbandingan dengan penelitian terdahulu.

BAB V : PENUTUP

BAB penutup berisi simpulan berisi penyajian secara singkat apa yang telah diperoleh dari pembahasan interpretasi hasil, keterbatasan penelitian yang menguraikan tentang kelemahan dan kekurangan yang ditemukan setelah dilakukan analisis dan interpretasi hasil dan saran bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimasi

Menurut Haniffa et al., (dalam Sayekti dan Wondabio, 2007), dalam *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. Menurut Haniffa et al (dikutip dari Sayekti dan Wondabio, 2007), 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.

Nasi, Philips, and Zyglidopoulos (dalam Nurhayati et al., 2006) mengatakan bahwa “*Legitimacy theory focuses of the adequacy of corporate social behaviour*”. Ini berarti bahwa *society judge* organisasi berdasarkan atas

image (citra) yang akan perusahaan ciptakan untuk perusahaan itu sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik. Ketika terdapat kesenjangan antara pengharapan dari masyarakat dan perilaku sosial perusahaan, maka akan muncul masalah legitimasi (Nurhayati et al., 2006)

Uraian di atas menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007).

2.1.2 Teori Stakeholders

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). Menurut Freeman (1984) (dalam Moir, 2001) *stakeholder* adalah setiap kelompok/individu yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi tujuan umum dari sebuah organisasi. *Stakeholder* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Yang termasuk *stakeholder* primer adalah *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun customer. Sedangkan yang termasuk *stakeholder* sekunder adalah pemerintah, masyarakat umum dan lingkungan. Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui

sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustiarini, 2010)

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Meskipun konsep CSR baru dikenal pada awal tahun 1970 an, namun konsep tanggung jawab sosial sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Dwi Kartini, 2009). Menurut Carroll (dikutip dari Dwi Kartini, 2009), konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Economic responsibilities*

Tanggung jawab sosial perusahaan yang utama adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. *Legal responsibilities*

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3. *Ethical responsibilities*

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis yaitu menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara

perorangan maupun kelembagaan untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

4. *Discretionary responsibilities*

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

Selain itu menurut Deegan (dalam Chariri dan Ghazali, 2007) alasan yang mendorong praktik pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan antara lain:

1. Mematuhi persyaratan yang ada dalam Undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Mematuhi pelaporan dan proses akuntabilitas.
4. Mematuhi persyaratan peminjaman.
5. Mematuhi harapan masyarakat.
6. Konsekuensi ancaman atas legitimasi perusahaan.
7. Mengelola kelompok *stakeholder* tertentu.
8. Menarik dana investasi.
9. Mematuhi persyaratan industry.
10. Memenangkan penghargaan pelaporan.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (dalam Rika dan Ishlahuddin, 2008), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut

dilakukan 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.

Menurut Boone dan Kurtz (dikutip oleh Harmoni dan Ade, 2008), pengertian tanggung jawab sosial (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Tamam Achda (2007) mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus-menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Priyanto, 2008).

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

Sustainability Reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI (*Global Reporting Initiatives*). Ikatan Akuntan Indonesia, Kompartemen Akuntan Manajemen (IAI-KAM) atau sekarang dikenal dengan Ikatan Akuntan Manajemen Indonesia (IAMI) merujuk standar yang dikembangkan oleh GRI dalam pemberian penghargaan *Indonesia Sustainability Report Awards (ISRA)* kepada perusahaan-perusahaan yang ikut serta dalam membuat laporan keberlanjutan atau *sustainability report*. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, *rigor*, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Dalam Standar GRI (GRI, 2006) 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. Total indikator kinerja mencapai 79 indikator, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan hidup, 14 indikator praktek tenaga kerja, 9 indikator Hak Asasi manusia, 8 indikator kemasyarakatan, dan 9 indikator tanggung jawab produk.

Jadi, dalam melakukan penilaian luas pengungkapan CSR, item-item yang akan diberikan skor akan mengacu kepada indikator kinerja atau item yang disebutkan dalam GRI *guidelines*, minimal yang harus ada antara lain:

- 1) Indikator kinerja ekonomi, meliputi aspek kinerja ekonomi, keberadaan pasar dan dampak ekonomi tidak langsung.
- 2) Indikator kinerja lingkungan hidup, meliputi aspek material, energi, air, keanekaragaman hayati, emisi, effluent, dan limbah; produk dan jasa, aspek kesesuaian, transportasi, dan aspek secara keseluruhan.
- 3) Indikator kinerja praktek ketenagakerjaan dan lingkungan kerja, meliputi aspek ketenagakerjaan, hubungan tenaga kerja/manajemen, keselamatan dan kesehatan kerja, pendidikan dan pelatihan, serta aspek keanekaragaman dan kesempatan yang sama.
- 4) Indikator kinerja hak azasi manusia, meliputi aspek praktek investasi dan pengadaan, aspek non-diskriminasi, kebebasan berserikat dan daya tawar kelompok, tenaga kerja anak, pegawai tetap dan kontrak, praktik keselamatan serta hak masyarakat (adat).
- 5) Indikator kinerja masyarakat, meliputi aspek kemasyarakatan, kebijakan mengenai korupsi, kebijakan umum/publik, perilaku anti persaingan, dan aspek kesesuaian.
- 6) Indikator kinerja Tanggung jawab produk, yang meliputi aspek keselamatan dan kesehatan konsumen, Labeling produk dan jasa, komunikasi pemasaran, privasi konsumen dan aspek kesesuaian.

2.1.4 *Corporate Governance*

Good corporate governance (GCG) menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) adalah salah satu pilar dari sistem ekonomi pasar. *Corporate governance* berkaitan erat dengan kepercayaan baik terhadap perusahaan yang melaksanakannya maupun terhadap iklim usaha di suatu negara. Penerapan GCG mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif. Oleh karena itu diterapkannya GCG oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sangat penting untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkesinambungan. Penerapan GCG juga diharapkan dapat menunjang upaya pemerintah dalam menegakkan *good corporate governance* pada umumnya di Indonesia. Saat ini Pemerintah sedang berupaya untuk menerapkan *good corporate governance* dalam birokrasinya dalam rangka menciptakan Pemerintah yang bersih dan berwibawa.

Corporate governance didefinisikan oleh Monks dan *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI, 2001) merumuskan *corporate governance* sebagai suatu sistem tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan berbagai partisipan dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Tujuan *corporate governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi *stakeholders*. *Corporate governance* yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Manfaat dari penerapan *corporate governance* dapat diketahui dari harga saham perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor .

Corporate governance merupakan kumpulan hukum, peraturan dan kaidah yang wajib dipenuhi, yang dapat mendorong kinerja perusahaan bekerja secara

efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan.

Prinsip-prinsip utama dari *good corporate governance* yang menjadi indikator, sebagaimana ditawarkan oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) adalah :

1. *Fairness* (Keadilan)

Prinsip keadilan (*fairness*) merupakan prinsip perlakuan yang adil bagi seluruh pemegang saham. Keadilan yang diartikan sebagai perlakuan yang sama terhadap para pemegang saham, terutama kepada pemegang saham minoritas dan pemegang saham asing dari kecurangan, dan kesalahan perilaku insider. Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan harus senantiasa memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan asas kewajaran dan kesetaraan.

2. *Disclosure/Transparency* (Keterbukaan/Transparansi)

Transparansi adalah adanya pengungkapan yang akurat dan tepat pada waktunya serta transparansi atas hal penting bagi kinerja perusahaan, kepemilikan, serta pemegang kepentingan. Untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menyediakan informasi yang material dan relevan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh pemangku kepentingan. Perusahaan harus mengambil inisiatif untuk mengungkapkan tidak hanya masalah yang disyaratkan oleh peraturan perundang-undangan, tetapi juga hal yang penting untuk pengambilan keputusan oleh pemegang saham, kreditur dan pemangku kepentingan lainnya.

3. *Accountability* (Akuntabilitas)

Akuntabilitas menekankan pada pentingnya penciptaan sistem pengawasan yang efektif berdasarkan pembagian kekuasaan antara komisaris, direksi, dan pemegang saham yang meliputi monitoring, evaluasi, dan pengendalian terhadap manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pihak-pihak berkepentingan lainnya. Perusahaan harus dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan wajar. Untuk itu perusahaan harus dikelola secara benar, terukur dan sesuai dengan kepentingan perusahaan dengan tetap memperhitungkan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain. Akuntabilitas merupakan prasyarat yang diperlukan untuk mencapai kinerja yang berkesinambungan.

4. *Responsibility* (Responsibilitas)

Responsibility (responsibilitas) adalah adanya tanggung jawab pengurus dalam manajemen, pengawasan manajemen serta pertanggungjawaban kepada perusahaan dan para pemegang saham. Prinsip ini diwujudkan dengan kesadaran bahwa tanggungjawab merupakan konsekuensi logis dari adanya wewenang, menyadari akan adanya tanggungjawab sosial, menghindari penyalahgunaan wewenang kekuasaan, menjadi profesional dan menjunjung etika dan memelihara bisnis yang sehat.

5. *Independency* (Independen)

Untuk melancarkan pelaksanaan asas GCG, perusahaan harus dikelola secara independen sehingga masing-masing organ perusahaan tidak saling mendominasi dan tidak dapat diintervensi oleh pihak lain. Independen diperlukan

untuk menghindari adanya potensi konflik kepentingan yang mungkin timbul oleh para pemegang saham mayoritas. Mekanisme ini menuntut adanya rentang kekuasaan antara komposisi komisaris, komite dalam komisaris, dan pihak luar seperti auditor. Keputusan yang dibuat dan proses yang terjadi harus obyektif tidak dipengaruhi oleh kekuatan pihak-pihak tertentu. Prinsip-prinsip transparansi, keadilan, akuntabilitas, responsibilitas dan independen GCG dalam mengurus perusahaan, sebaiknya diimbangi dengan *good faith* (bertindak atas itikad baik) dan kode etik perusahaan serta pedoman GCG, agar visi dan misi perusahaan yang berwawasan internasional dapat terwujud. Pedoman GCG yang telah dibuat oleh Komite Nasional *Corporate Governance* hendaknya dijadikan kode etik perusahaan yang dapat memberikan acuan pada pelaku usaha untuk melaksanakan GCG secara konsisten dan konsekuen. Hal ini penting mengingat kecenderungan aktivitas usaha yang semakin mengglobal dan dapat dijadikan sebagai ukuran perusahaan untuk menghasilkan suatu kinerja perusahaan yang lebih baik.

Dengan adanya penerapan *corporate governance* dalam suatu perusahaan maka menghasilkan suatu manfaat yang diperoleh, yaitu :

1. Meningkatkan kinerja perusahaan melalui terciptanya proses pengambilan keputusan yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dengan lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional serta lebih meningkatkan pelayanan kepada *shareholders*.

2. Mempermudah diperolehnya dana pembiayaan yang lebih murah (karena faktor kepercayaan) yang pada akhirnya akan meningkatkan *corporate value*.
3. Mengembalikan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya di Indonesia.
4. Pemegang saham akan merasa puas dengan kinerja perusahaan karena sekaligus akan meningkatkan *shareholders value* dan deviden khusus bagi BUMN akan membantu penerimaan APBN terutama dari hasil privatisasi.
5. Penerapan prinsip *good corporate governance* ini adalah untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang efektif dan efisien, melalui harmonisasi manajemen perusahaan. Dibutuhkan peran yang penuh komitmen dan independen dari dewan direksi dan dewan komisaris dalam menjalankan kegiatan perusahaan, sehingga menghasilkan kinerja perusahaan yang baik.

2.1.4.1 Kepemilikan Manajerial

Christiawan dan Josua (2005) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial adalah situasi dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut sekaligus sebagai pemegang saham perusahaan. Dalam laporan keuangan, keadaan ini ditunjukkan dengan besarnya persentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer.

2.1.4.2 Kepemilikan Institusional

Menurut Bushee (dalam Boediono, 2005) menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengurangi insentif para manajer yang mementingkan diri sendiri melalui tingkat pengawasan yang intens. Kepemilikan institusional dapat menekan kecenderungan manajemen untuk memanfaatkan *discretionary* dalam laporan keuangan sehingga memberikan kualitas laba yang dilaporkan. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif sehingga mengurangi tindakan manajemen melakukan manajemen laba. Persentase saham tertentu yang dimiliki oleh institusi dapat mempengaruhi proses penyusunan laporan keuangan yang tidak menutup kemungkinan terdapat akrualisasi sesuai kepentingan pihak manajemen.

2.1.4.3 Komisaris Independen

Dewan komisaris sebagai puncak dari sistem pengelolaan internal perusahaan, memiliki peranan terhadap aktivitas pengawasan (Siallagan dan Machfoedz, 2006). Fama dan Jensen (dalam Ujiyantho dan Pramuka, 2007) menyatakan bahwa *non-executive director* (komisaris independen) dapat bertindak sebagai penengah dalam perselisihan yang terjadi diantara para manajer internal dan mengawasi kebijakan manajemen serta memberikan nasihat kepada manajemen. Komisaris independen merupakan posisi terbaik untuk melaksanakan fungsi monitoring agar tercipta perusahaan yang *good corporate governance*.

2.1.4.4 Komite Audit

Dalam rangka pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik Bursa Efek Jakarta (BEJ) mengeluarkan peraturan 1 Juli 2001 yang mengatur tentang pembentukan dewan komisaris independen dan komite audit. Peraturan mewajibkan perusahaan tercatat memiliki komite audit. Komite audit harus beranggotakan minimal tiga orang independen dan salah satunya memiliki keahlian dalam bidang akuntansi. Salah seorang anggota komite audit harus berasal dari komisaris independen yang merangkap sebagai ketua komite audit

Menurut Bradbury et al. (dikutip dari Suaryana, 2005) komite audit bertugas membantu dewan komisaris untuk memonitor proses pelaporan keuangan oleh manajemen untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan. Tugas komite audit meliputi menelaah kebijakan akuntansi yang diterapkan oleh perusahaan, menilai pengendalian internal, menelaah sistem pelaporan eksternal dan kepatuhan terhadap peraturan. Di dalam pelaksanaan tugasnya komite menyediakan komunikasi formal antara dewan, manajemen, auditor eksternal, dan auditor internal . Adanya komunikasi formal antara komite audit, auditor internal, dan auditor eksternal akan menjamin proses audit internal dan eksternal dilakukan dengan baik. Proses audit internal dan eksternal yang baik akan meningkatkan akurasi laporan keuangan dan kemudian meningkatkan kepercayaan terhadap laporan keuangan (Suaryana, 2005)

2.1.5 Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham

(Wahidawati, 2002). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006) . Menurut Van Horne (dikutip Diah dan Erman, 2009) “*Value is represented by the market price of the company’s common stock which in turn, is a function of firm’s investment, financing and dividend decision.*” Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral di semua pelaku pasar, harga pasar saham merupakan barometer kinerja perusahaan.

Menurut Rika dan Ishlahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja

lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga (Rustriarini, 2010).

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).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai CSR dan nilai perusahaan telah banyak dilakukan baik di Indonesia maupun di negara lainnya. CSR saat ini sedang menjadi perhatian dalam dunia usaha kaitannya dengan *corporate governance* dan nilai perusahaan sehingga penelitian mengenai CSR semakin banyak dilakukan dan dikembangkan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan antara lain :

1. Wahyudi dan Pawesti (2006) tentang implikasi struktur kepemilikan terhadap nilai perusahaan dengan keputusan keuangan sebagai variabel intervening dengan sampel perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEJ tahun 2003 dan tahun 2002 sebagai komperasinya yang menemukan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang go publik telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Artinya bahwa investor sudah memulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan.
3. Deni Darmawati, Khomsiyah, Rika Gelar Rahayu, 2005 menguji pengaruh *corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel dependen dan independen. Variabel dependen yang digunakan yaitu kinerja dan variabel independen adalah *corporate governance*. Dalam penelitian ini juga memasukkan variabel kontrol yang terdiri dari komposisi aktiva, kesempatan tumbuh dan ukuran perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa, *corporate governance*

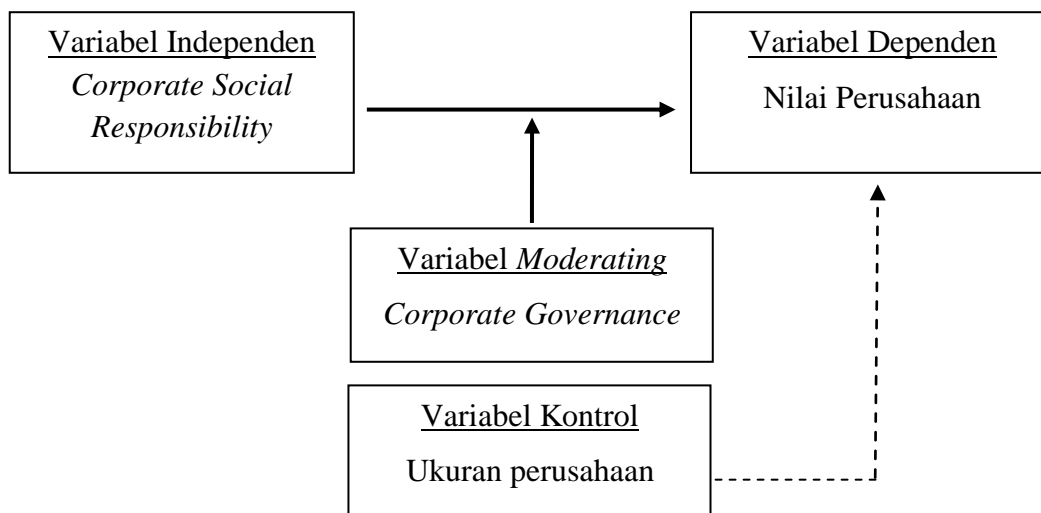
secara statistik signifikan mempengaruhi *return on equity* sedangkan tidak ada satupun variable kontrol yang secara statistik signifikan mempengaruhi *return on equity*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *corporate governance* mempengaruhi kinerja operasi perusahaan.

4. Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating* menemukan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan persentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. Ni Wayan Rustiarini (2010) menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel *moderating*. Dalam penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan CSR, *corporate governance* berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta *corporate governance* merupakan variabel pemoderasi pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini berarti penerapan *good corporate governance* telah menuntun perusahaan untuk melaksanakan CSR sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, *corporate governance* dan nilai perusahaan maka kerangka pemikiran dapat dinyatakan dalam gambar 2.1

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran
Kerangka Konseptual



Keterangan :



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan bersama antara perusahaan, pemerintah, lembaga sumber daya masyarakat, serta komunitas setempat. Kewajiban perusahaan atas CSR diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan

Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Pengaturan CSR juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya.

Menurut Haniffa et al (dikutip dari Sayekti dan Wondabio, 2007), jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007).

Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan

dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham.

Penelitian Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa aktivitas CSR terbukti berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Konsisten dengan hal itu, penelitian yang dilakukan Rustiarini (2010) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Dari hasil kajian empiris tersebut, maka hipotesis yang dapat dikemukakan adalah:

H1: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.2 *Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Pengungkapan informasi tentang perusahaan ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*. Sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan yang telah dilakukannya.

Kepercayaan *stakeholder* terhadap iklim usaha dan kinerja perusahaan tentunya tidak terlepas dari peran *corporate governance*. *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (FCGI, 2001) merumuskan *corporate governance* sebagai suatu sistem tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan berbagai partisipan dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Tujuan *corporate governance* adalah menciptakan nilai tambah bagi *stakeholders*. *Corporate*

governance yang efektif diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Manfaat dari penerapan *corporate governance* dapat diketahui dari harga saham perusahaan yang bersedia dibayar oleh investor (Rustiarini, 2010).

Hasil penelitian Klapper dan Love (2002) menemukan adanya hubungan positif CG dan kinerja perusahaan. Penerapan CG akan lebih berarti apabila dilakukan di negara berkembang daripada di negara maju. Hasil penelitian Silveira dan Barros (2006) menemukan adanya pengaruh signifikan CG terhadap nilai pasar perusahaan. Apabila dilihat dari aspek kepemilikan manajerial, beberapa penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh pada nilai perusahaan (Rachmawati dan Triatmoko, 2007; Nurlala dan Islahuddin, 2008). Semakin tinggi kepemilikan *insider*, semakin tinggi nilai perusahaan. Selain itu, kepemilikan institusional dalam proporsi yang besar juga mempengaruhi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat meningkat jika lembaga institusi mampu menjadi alat pemantauan yang efektif. Penelitian mengenai dampak komisaris independen terhadap kinerja perusahaan menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh positif pada kinerja (Yermack, 1996), komite audit juga berpengaruh pada nilai perusahaan (Siallagan dan Machfoedz, 2006). Dengan demikian, maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

H2: *Corporate governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, dan Nilai Perusahaan

Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan pelaksanaan *corporate governance* adalah mendorong

timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *corporate governance*.

Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan yang telah melaksanakan *corporate governance* dengan baik sudah seharusnya melaksanakan aktivitas CSR sebagai wujud kepedulian perusahaan pada lingkungan sosial. Penganut paham *corporate governance* lebih mudah menerima adanya kebutuhan dan kewajiban untuk melaksanakan CSR karena kedua kegiatan tersebut berlandaskan pemahaman falsafah yang sama. *Corporate governance* menyangkut tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak lain yang berkepentingan terutama atas kegiatan ekonomi dan segala dampaknya, sedangkan CSR adalah kegiatan yang diselenggarakan perusahaan untuk menaikkan tingkat kesejahteraan masyarakat di luar kegiatan utama perusahaan. Kedua kegiatan tersebut sama-sama bertujuan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan bagi pemegang saham namun tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya (Zarkasyi, 2008). Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan sejumlah kebijakan untuk menuntun pelaksanaan CSR. Semua hal tersebut tidak terlaksana dengan baik apabila perusahaan tidak menerapkan *good corporate governance* beserta aspek-aspek yang termasuk di dalamnya. Dengan demikian, maka hipotesis yang dikemukakan adalah:

H3: *Corporate governance* berpengaruh positif pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, digunakan dua variabel bebas, satu variabel terikat dan satu variabel pemoderasi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan *corporate governance*, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dan variabel pemoderasinya adalah *corporate governance* yang diproksi dengan kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen dan jumlah komite audit. Variabel kontrol yang digunakan untuk mengontrol variabel terikat dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan.

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan adalah nilai perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dan dari segi perubahan harga saham. Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. Variabel ini telah digunakan oleh Rika dan Islahudin (2008) dan Rustiarini (2010). Tobin's Q dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan:

MVE = *closing price* x *q shares*

DEBT = total utang perusahaan

TA = total aktiva

3.1.2 Variabel Independen

3.1.2.1 *Corporate Social Responsibility*

Berdasar penelitian yang dilakukan Rika dan Ishlahuddin (2008) dan Rustiarini (2010), variabel independennya adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunan perusahaan yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan. Indikator yang digunakan dalam *checklist* mengacu pada indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, human rights, society*, dan *product responsibility* sebagai dasar *sustainability reporting* yang diukur dengan menggunakan variabel dummy yaitu :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1: Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Bambang Suripto, 1999), yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$\text{CSD} = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

CSD = indeks pengungkapan perusahaan

n = jumlah item pengungkapan yang dipenuhi

k = jumlah semua item yang mungkin dipenuhi.

3.1.2.2 Corporate Governance

Corporate governance dalam penelitian ini diproksikan menggunakan:

1. Kepemilikan manajerial yang diukur dengan persentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar (Rustiarini, 2010).
2. Kepemilikan institusional yang diukur dengan persentase kepemilikan saham institusi dibagi dengan total jumlah saham beredar (Rustiarini, 2010).
3. Proporsi dewan komisaris independen dihitung dengan membagi jumlah dewan komisaris independen dengan total anggota dewan komisaris (Veronica, 2005).
4. Jumlah anggota komite audit yang diukur dengan menghitung jumlah anggota komite audit dari setiap perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini (Rustiarini, 2010).

3.1.3 Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi dalam penelitian ini adalah *corporate governance*. Selain sebagai variabel independen, *corporate governance* dalam penelitian ini juga digunakan sebagai variabel pemoderasi dengan menggunakan proksi yang sama yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi dewan komisaris independen dan jumlah komite audit. Kemudian keempat variabel tersebut dianalisis menggunakan *confirmatory factor analysis* hingga terbentuk satu variabel baru yaitu *corporate governance*.

3.1.4 Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat tidak dipengaruhi oleh faktor diluar yang tidak diteliti. Penelitian ini menggunakan satu variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan (*SIZE*). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan logaritma natural dari total *asset* perusahaan (Kusumastuti, 2005).

Perusahaan besar cenderung mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat dan di bawah tekanan publik yang lebih besar untuk menunjukkan tanggung jawab sosial (Cowen et al, 1987.). Pengungkapan CSR juga dapat ditujukan untuk melindungi atau meningkatkan citra perusahaan atau reputasinya. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan *non financial* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2008 dan 2009. Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* (BEI 2008 dan 2009). Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel adalah:

1. Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI dan sahamnya aktif diperdagangkan selama tahun 2008 dan 2009.
2. Perusahaan tersebut menerbitkan *annual report* periode 2008 dan 2009.
3. Perusahaan tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR dan memiliki data mengenai kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen dan jumlah komite audit.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapat dari:

1. Laporan tahunan perusahaan tahun 2008-2009 yang dipublikasikan untuk umum yang diperoleh dari situs web resmi masing-masing perusahaan.
2. Jurnal, makalah, penelitian, buku, dan situs internet yang berhubungan dengan tema penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan sosial. Selain itu juga dengan melakukan studi dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan data sekunder dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), Pojok BEI Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro dan situs BEI yaitu www.idx.co.id

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Faktor

Penelitian ini menggunakan *confirmatory factors analysis*, yaitu analisis faktor yang digunakan untuk mengkonfirmasi apakah suatu konstruk yang secara teoritis telah dibentuk dapat dikonfirmasi dengan data empirisnya. Jadi analisis faktor merupakan suatu cara meringkas (*summarize*) informasi yang ada dalam variabel asli (awal) menjadi satu dimensi baru atau *variate* (faktor) (Ghozali, 2006). Variabel asli yang diringkas menjadi variabel baru dalam penelitian ini adalah kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen dan jumlah komite audit yang diringkas menjadi satu dimensi baru yaitu *corporate governance*.

3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan adalah rata-rata, maksimal, minimal, dan standar deviasi untuk mendeskripsikan variabel penelitian.

3.6 Uji Asumsi Klasik

3.6.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2009). Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample KS)*. Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah (Ghozali, 2009) :

1. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* adalah (Ghozali, 2009):

1. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.

2. Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka H_0 diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

3.6.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2009). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya

Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.

3.6.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi penelitian ini menggunakan metode uji Durbin-Watson (DW test). Metode Durbin-Watson menggunakan titik kritis yaitu batas bawah dl dan batas

atas du. H_0 diterima jika nilai Durbin-Watson lebih besar dari batas atas nilai Durbin-Watson pada tabel.

Dasar pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi dengan menggunakan tabel Durbin-Watson (Ghozali, 2009):

1. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bila nilai DW lebih rendah dari pada batas bawah (dl), maka koefisien autokorelasi lebih dari nol berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih dari pada $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan (dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

3.6.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2009). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat melalui hasil uji statistik. Uji statistik yang dilakukan adalah dengan menggunakan *Uji Glejser*.

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan absolut residual (AbsUt) sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen tetap. Jika variabel

independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada terjadi Heteroskedastisitas dan apabila terlihat nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas (Ghozali, 2009).

3.7 Analisis Regresi

Analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan 2 model. Penggunaan 2 model regresi dimaksudkan untuk membandingkan hasil pengujian dari kedua model regresi. Model Regresi I digunakan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen tanpa memasukkan variabel pemoderasi dan variabel kontrol. Sedangkan untuk Model Regresi II seluruh variabel dimasukkan dalam uji penelitian. Untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

Persamaan Regresi Model I :

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{CG} + e$$

Keterangan

Y = Tobin's Q

α = konstanta

β_1 - β_2 = koefisien regresi

CSR	= <i>corporate social responsibility</i>
CG	= <i>corporate governance</i>
e	= <i>error term</i> , yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

Persamaan regresi model II :

$$Y = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 CG + \beta_3 SIZE + \beta_4 CSR \times CG + e$$

Keterangan:

Y	= Tobin's Q
α	= konstanta
$\beta_1 - \beta_3$	= koefisien regresi
CSR	= <i>corporate social responsibility</i>
CG	= <i>corporate governance</i>
SIZE	= ukuran perusahaan
CSR \times CG	= Interaksi antara CSR dan CG
e	= <i>error term</i> , yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.8 Uji Hipotesis

Terdapat dua jenis alat uji statistik, yaitu statistik parametrik dan statistik non parametrik. Statistik parametrik digunakan jika distribusi data yang digunakan normal, sedangkan data yang bersifat tidak normal menggunakan uji statistik non parametrik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pengujian statistik parametrik.

Statistik parametrik digunakan apabila peneliti mengetahui fakta yang pasti mengenai sekelompok data yang menjadi sumber sampel (J.Supranto, 2001). Menurut Ghozali (2009) ada beberapa kondisi yang harus dipenuhi agar uji statistik parametrik dapat digunakan, yaitu:

1. Observasi harus independen.
2. Populasi asal observasi harus berdistribusi normal.
3. *Variance* populasi masing-masing grup dalam hal analisis dengan dua grup harus sama.
4. Variabel harus diukur paling tidak dalam skala interval.

Jika distribusi data bersifat normal, maka digunakanlah uji statistik parametrik. Uji regresi merupakan salah satu jenis uji statistik parametrik. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti, maka akan dilakukan uji pengaruh simultan (*F test*), uji koefisien determinasi, dan uji pengaruh parsial (*t-test*).

3.8.1 Uji Koefisien Determinasi (R²)

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

3.8.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dalam uji F kesimpulan yang diambil adalah dengan melihat signifikansi (α) dengan ketentuan:

$\alpha > 10\%$: H0 diterima

$\alpha < 10\%$: H0 ditolak.

3.8.3 Uji Parsial (*t-test*)

Uji t digunakan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan perbandingan nilai t hitung masing-masing koefisien t regresi dengan t tabel sesuai dengan tingkat signifikansi yang digunakan. Jika t hitung koefisien regresi lebih kecil dari t tabel, maka variabel independen secara individu tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya hipotesis ditolak. Sebaliknya jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen, artinya hipotesis diterima.