

**PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
PADA HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DAN NILAI PERUSAHAAN
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**RARA SARASWATI
NIM. 12030110151178**

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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Rara Saraswati

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151178

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
PADA HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DAN NILAI
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI**

Dosen Pembimbing : Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, MSAcc, Akt

Semarang, 24 September 2012

Dosen Pembimbing,

Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, MSAcc, Akt

NIP. 196101091988031001

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Rara Saraswati

Nomor Induk Mahasiswa : 12030110151178

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE*
PADA HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* DAN NILAI
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 27 September 2012

Tim Penguji :

1. Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, MSAcc, Akt (.....)
2. Pujiharto, SE., M.Si.,Akt.,Ph.D (.....)
3. Shiddiq Nur Rahardjo, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini saya, Rara Saraswati, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pengaruh *Corporate Governance* Pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI**, 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 salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis lainnya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja 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, 24 September 2012

Yang membuat pernyataan

(Rara Saraswati)

Nim. 12030110151178

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan) kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan orang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap” (Q.S. Al – Insyirah: 6-8)

“Orang yang sukses tidak harus pintar, tapi mereka memiliki mimpi yang besar, mereka menjadi pintar karena pengalaman mereka”

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk kedua orangtuaku dan kakak-kakakku tercinta. Terima kasih untuk doa, dukungan, cinta, dan kasih sayang yang diberikan

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of corporate governance and corporate social responsibility (CSR) on firm value of manufacturing companies listed on the Stock Exchange. Corporate governance is represented with managerial ownership, institutional ownership, independent commissary proportion, and the member of audit committee as the moderating variabel.

The sample is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange on 2010-2011. The sample was selected using purposive sampling method and obtained a sample of 37 companies. Data analysis was performed with factor analysis, classical assumptions, and hypothesis testing with absolute value regression methode.

The results show that corporate social responsibility has a significantly influence on firm value and corporate governance as a moderating variable significantly influence on CSR and corporate value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menyelidiki pengaruh *corporate governance* dan *corporate social responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Corporate governance* diwakili dengan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan anggota komite audit sebagai variabel moderating.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2010-2011. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 37 perusahaan yang menjadi sampel. Analisis data dilakukan dengan analisis faktor, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi nilai selisih mutlak.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate governance* (CG) sebagai variabel moderating berpengaruh signifikan terhadap CSR dan nilai perusahaan

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Corporate Governance*, Nilai Perusahaan

KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr. Wb. Alhamdulillahirabbil'alamin, penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI**". Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan untuk menyelesaikan studi sarjana S-1 Fakultas Ekonomika Jurusan Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan ketulusan hati mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Prof. Drs. H.Mohamad Nasir, M.Si.,Akt.,Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomika Universitas Diponegoro Semarang
2. Dr. P. Basuki Hadiprajitno, MBA, MAcc, Akt selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, saran, kritik dan pengarahan dengan penuh kesabaran sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
3. Indira Januarti S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis selama proses perkuliahan.
5. Papa dan Mama terimakasih untuk semua doa, cinta, kasih sayang, kesabaran, perhatian, dukungan dan motivasi baik moril maupun materiil yang tak pernah putus. Semoga penulis selalu dapat memberikan yang terbaik dan menjadi anak yang berbakti. Insya Allah suatu saat nanti penulis akan membuat kalian bangga.
6. Kakak-kakakku yang terbaik Maria, Ella, Odon serta kakak iparku Manes, Mas Abonk dan Kingka terima kasih untuk nasehat, dukungan, bantuan, dan teladan selama ini kepada penulis.
7. Fahmi Risala yang memberikan inspirasi, menemani, menyemangati dan membantu dengan kasih sayang dan kesabaran
8. Teman seperjuanganku Laras Surya Ramadhani terimakasih untuk kebersamaan, bantuan, saran dan motivasi selama proses pengerjaan.
9. Teman-teman seperjuangan, Dini, Shanti, Ala', RA, Emon, Mia, Ulul, Arini dan seluruh teman-teman Akuntansi Reguler II angkatan 2010. Terima kasih untuk kekeluargaan, kebersamaan, kekompakan, doa dan dukungan selama di bangku kuliah.
10. Semua pihak yang telah sangat membantu namun tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk sekecil apapun doa yang kalian berikan. Semoga kita bisa menggapai kesuksesan dunia dan akhirat.

Penulis memohon maaf sekiranya penyajian maupun pembahasan skripsi ini masi jauh dari sempurna. Semoga Penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, khususnya bidang akuntansi.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 24 September 2012

Rara Saraswati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
1.4 Sistematika Penulisan	7
BAB II TELAAH PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu	9
2.1.1 Teori Legitimasi (<i>Legitimacy Theory</i>).....	9

2.1.2	Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>)	10
2.1.3	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	11
2.1.4	Nilai Perusahaan.....	13
2.1.5	<i>Corporate Governance</i>	15
2.1.6	Penelitiann Terdahulu	18
2.2	Kerangka Pemikiran	19
2.3	Hipotesis.....	20
2.3.1	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan.....	20
2.3.2	<i>Corporate social responsibility, corporate governance</i> , dan Nilai Perusahaan.....	21
BAB III METODE PENELITIAN		23
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	23
3.1.1	Variabel Dependen.....	23
3.1.2	Variabel Independen	23
3.1.3	Variabel Moderating	25
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.3	Jenis dan Sumber Data	27
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	28
3.5	Metode Analisis Data.....	28
3.5.1	Uji Statistik Deskriptif	28
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.5.2.1	Uji Normalitas	29
3.5.2.2	Uji Multikolinearitas	29
3.5.2.3	Uji Heteroskedastisitas	29
3.5.2.4	Uji Autokorelasi	31
3.5.3	Analisis Regresi	30
3.5.4	Pengujian Hipotesis.....	32
3.5.4.1	Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F).....	32

3.5.4.2 Uji Signifikansi Koefisien Determinasi (<i>goodness of fit test</i>)	33
3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t).	33
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	35
4.2 Analisis Data	35
4.2.1 Statistik Deskriptif	34
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
4.2.2.1 Variabel Komposit <i>Corporate Governance</i>	39
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.2.3.1 Uji Normalitas	40
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas	44
4.2.3.3 Uji Heteroskedastisitas	45
4.2.3.4 Uji Autokorelasi	46
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis	48
4.2.4.1 Hasil Uji Regresi	48
4.2.4.2 Hasil Uji Signifikansi Simultan (uji Statistik F)	50
4.2.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	50
4.2.4.4 Hasil uji Statistik t.....	51
4.3 Interpretasi Hasil	53
4.3.1 Pengaruh CSR terhadap Tobin's Q	53
4.3.2 Pengaruh <i>corporate governance</i> dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap Tobin's Q	54
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	57
5.3 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	: Hasil Analisis CSR.....	35
Tabel 4.2	: Statistik Deskriptif.....	36
Tabel 4.3	: Kelayakan Model Variabel Komposit CG	39
Tabel 4.4	: Loading Factor Variable CG	40
Tabel 4.5	: Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	42
Tabel 4.6	: Hasil Uji Kolmogorov – Smirnov	44
Tabel 4.7	: Hasil Uji Multikolineritas.....	45
Tabel 4.8	: Hasil Uji Autokorelasi – Durbin – Watson Test	47
Tabel 4.9	: Hasil Uji Runs Test	48
Tabel 4.10	: Model Penelitian.....	49
Tabel 4.11	: Hasil Uji Statistik F	50
Tabel 4.12	: Hasil Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.13	: Hasil Uji Statistik t	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran	19
Gambar 4.1 : Grafik Normal P-P Plot Regression Standardized Residual ..	41
Gambar 4.2 : Grafik Histogram.....	41
Gambar 4.3 : Grafik Normal P-P Plot Regression Standardized Residual .	43
Gambar 4.4 : Grafik Histogram Setelah Transformasi Ln	42
Gambar 4.5 : Grafik Scaterrplots	45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Daftar Nama-Nama Perusahaan Sampel	62
Lampiran 2	: Item Pengungkapan CSR.....	64
Lampiran 3	: Item Pengungkapan CSR Tahun 2010	67
Lampiran 4	: Item Pengungkapan CSR Tahun 2011	69
Lampiran 5	: Indeks <i>Corporate Governance</i> dan Tobin's Q.....	71
Lampiran 6	: Hasil Pengolahan Data	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Topik mengenai Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah muncul secara global sejak lama di berbagai negara. Kesadaran akan penerapan tanggung jawab sosial menjadi penting seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk/barang yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah sosial. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Selain memberikan keuntungan bagi pemegang saham, suatu perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap pihak-pihak lain seperti pemerintah, konsumen dan masyarakat. Harmonisasi antara perusahaan dengan masyarakat sekitarnya dapat tercapai apabila komitmen penuh dari top management perusahaan terhadap penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai akuntabilitas publik (Effendi,2006).

Perusahaan tidak diharapkan pada tanggung jawab yang hanya berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan saja. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, selain aspek keuangan juga tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan tanggung jawab atas

kelestarian lingkungan hidup (*sustainable environment responsibility*). Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Selain mengejar profit, perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Perusahaan berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Survey yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 menunjukkan bahwa minoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Saat ini dunia usaha tidak hanya memperhatikan keuntungan yang didapatkan, namun juga harus memperhitungkan aspek sosial dan lingkungan. Ketiga elemen inilah yang kemudian bersinergi membentuk konsep pembangunan berkelanjutan (Wisnu,2009).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu wujud kepedulian perusahaan kepada lingkungan sekitarnya. CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati

investor. *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. H.R. Bowen berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat (Wartick dan Cochran,1985). Dengan demikian, CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela.

Tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Bringham Gapensi (1996) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Penelitian mengenai CSR dan kinerja perusahaan telah banyak dilakukan namun menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian awal dilakukan oleh

Spicer (1978) yang menemukan adanya asosiasi antara nilai investasi saham dengan kinerja sosial perusahaan meskipun tingkat asosiasi menurun dari tahun ke tahun. Penelitian Alexander dan Buchloz (1978) tidak menemukan adanya pengaruh antara pengungkapan sosial dengan harga saham. Penelitian Suratno *et al.* (2006) menemukan hasil yang berbeda yaitu kinerja lingkungan berpengaruh positif terhadap kinerja ekonomi. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan penelitian Siegel dan Paul (2006) yang menunjukkan bahwa aktivitas CSR berpengaruh pada efisiensi perubahan teknikal dan skala ekonomi perusahaan.

Menurut *Prince of Wales Foundation* ada lima hal penting yang dapat mempengaruhi implementasi CSR, salah satunya adalah *corporate governance*. Struktur *corporate governance* (tata kelola perusahaan) menetapkan distribusi hak dan kewajiban di antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi. Pengelolaan perusahaan harus diawasi untuk menjamin terjadinya optimalisasi nilai perusahaan bagi para pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingannya.

Good Corporate Governance (GCG) mengatur mengenai prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Implementasi CSR juga menjadi salah satu prinsip pelaksanaan GCG, sehingga perusahaan yang melaksanakan GCG sudah seharusnya melakukan pelaksanaan CSR. Sebagaimana dijelaskan dalam Pedoman Umum *Good Corporate Governance* Indonesia khususnya prinsip *responsibility*, dimana dalam pedoman tersebut dinyatakan, “Perusahaan harus mematuhi peraturan perundang-undangan serta melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan

usaha dalam jangka panjang”. Semua hal tersebut tidak akan terlaksana dengan baik apabila perusahaan tidak menerapkan *corporate governance* yang baik (GCG).

Indikator *corporate governance* yang digunakan adalah kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit. Pengelolaan perusahaan harus diawasi untuk menjamin terjadinya optimalisasi nilai perusahaan bagi pemegang saham dengan tetap memperhatikan pemangku kepentingan lainnya.

Banyak terdapat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan tetapi melalui penelitian-penelitian sebelumnya ditemukan adanya hasil yang tidak konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Selanjutnya, *corporate governance* (tata kelola perusahaan) sebagai variabel pemoderasi digunakan dalam penelitian karena secara teoritis, penerapan *corporate governance* dapat mengendalikan perilaku tata kelola perusahaan agar tidak bertindak hanya untuk kepentingan diri sendiri, melainkan juga harus memperhatikan kepentingan sosial disekitarnya untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan populasi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2011. Pemilihan tahun 2010-2011 sebagai tahun pengamatan karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat penelitian dilakukan. Berdasarkan uraian di atas, maka dalam penelitian ini akan penulis kaji lebih jauh dalam “PENGARUH *CORPORATE GOVERNANCE* PADA HUBUNGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka terdapat beberapa identifikasi masalah terhadap nilai perusahaan, maka penulis ingin mengetahui dan menelaah lebih lanjut tentang beberapa hal sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan?
2. Apakah pengaruh *corporate governance* pada hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang telah peneliti rumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan
2. Pengaruh *corporate governance* pada hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh beberapa manfaat yang antara lain sebagai berikut:

1. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu akuntansi dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan

dengan tata kelola perusahaan pada tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk mendewasakan wawasan

2. Bagi pemerintah dan lembaga-lembaga penyusun standar akuntansi, sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada
3. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan meningkatkan pemahaman masyarakat akan pentingnya *Corporate Social Responsibility* terhadap lingkungan, masyarakat serta karyawan
4. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya tanggung jawab sosial dan tata kelola perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial

1.4 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibagi menjadi lima bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal penelitian yang menyajikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dalam penelitian skripsi ini.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang Landasan Teori yang melandasi penelitian ini yang digunakan sebagai dasar dalam melakukan analisa terhadap permasalahan yang ada. Kemudian berisi kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang diperoleh dari variabel-variabel penelitian serta dari penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis, serta tahap pelaksanaan kegiatan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran obyek penelitian serta menyajikan penelitian dan pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bagian akhir yang berisi simpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang diberikan berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Operasi perusahaan seringkali mempengaruhi masyarakat sekitarnya. Eksistensinya dapat diterima sebagai anggota masyarakat, sebaliknya eksistensinya pun dapat terancam bila perusahaan tidak dapat menyesuaikan diri dengan norma yang berlaku dalam masyarakat tersebut atau bahkan merugikan anggota komunitas tersebut. Keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakat ini tidak selamanya sejalan seperti yang diharapkan. Oleh karena itu, perusahaan melalui top manajemennya mencoba memperoleh kesesuaian antara tindakan organisasi dan nilai-nilai dalam masyarakat umum dan publik.

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik maupun non fisik. O'Donovan (2002) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

Legitimasi dapat dikatakan sebagai sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah individu dan kelompok masyarakat. Ketika ada perbedaan nilai-nilai yang dianut

perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat, legitimasi perusahaan berada pada posisi terancam. Legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) untuk mendapatkan nilai positif masyarakat demi meningkatkan reputasi perusahaan.

2.1.2 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara pihak pemegang saham dan pemilik manajer perusahaan. Teori keagenan muncul berdasarkan adanya fenomena pemisahan pemilik perusahaan (pemegang saham) dengan para manajer yang mengelola perusahaan. Teori keagenan memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri (*self interest*) bukan sebagai pihak yang bijaksana dan adil terhadap pemegang saham. Adanya perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak dapat menimbulkan konflik keagenan.

Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan adanya konflik kepentingan dalam hubungan keagenan. Konflik kepentingan ini terjadi dikarenakan perbedaan tujuan dari masing-masing pihak. Dalam menjalankan tugasnya, manajer sebagai agen memiliki kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemilik perusahaan (prinsipal) baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Di sisi lain, manajer juga memiliki kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraannya sendiri. Adanya perbedaan tujuan antara prinsipal dan agen serta adanya pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan akan menyebabkan manajer bertindak tidak sesuai dengan keinginan prinsipal. Akibatnya, manajer

akan mengambil tindakan yang dapat memperbaiki kesejahteraan sendiri tanpa memikirkan kepentingan pemegang saham.

Corporate governance merupakan respon perusahaan terhadap konflik keagenan. *Corporate governance* berkembang dengan bertumpu pada teori keagenan di mana pengelolaan perusahaan harus diawasi dan dikendalikan untuk memastikan bahwa pengelolaan dilakukan dengan penuh kepatuhan kepada berbagai peraturan dan ketentuan yang berlaku. Sebagaimana telah dijelaskan, perusahaan perlu mengembangkan sejumlah kebijakan untuk menuntun pelaksanaan CSR.

Aspek-aspek *corporate governance* seperti kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit dipandang sebagai mekanisme kontrol yang tepat untuk mengurangi konflik keagenan.

2.1.3 *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pada prinsipnya *Corporate Social Responsibility* atau biasa dikenal dengan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki definisi yang beragam, tergantung pada visi perusahaan. Menurut Boone dan Kurtz (dikutip oleh Harmoni dan Ade, 2008), pengertian tanggung jawab sosial secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk memepertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Putri (2007) dalam Nor Hadi (2011) mendefinisikan CSR

sebagai cara perusahaan dalam mengelola bisnis dengan menghasilkan produk yang berorientasi positif terhadap masyarakat dan lingkungan demi terjaminnya *going concern* perusahaan.

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mengungkapkan bahwa *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.

Meski CSR memiliki banyak definisi, namun secara esensi CSR merupakan wujud kegiatan ekonomi perusahaan yang berkelanjutan. Kegiatan ekonomi perusahaan secara umum memang didirikan atas dasar orientasi ekonomi, akan tetapi dengan tidak melupakan aspek sosial dan lingkungan demi terjaminnya kelangsungan hidup perusahaan.

Pentingnya perusahaan untuk menyelenggarakan CSR diatur dalam Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas, yang tertuang dalam Pasal 74:

- (1) Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
- (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran
- (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah

Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal juga mengatur akan pentingnya CSR yang tertulis pada Pasal 15 bahwa setiap penanam modal berkewajiban menerapkan prinsip tata kelola perusahaan yang baik dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaannya.

Ketentuan ini dimaksudkan untuk mendukung terjalinnya hubungan perusahaan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

2.1.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya. Tujuan pokok yang ingin dicapai perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Tujuan tersebut dipergunakan karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka pemilik perusahaan akan menjadi lebih makmur atau menjadi semakin kaya (Husnan,2000:7). Nilai perusahaan dapat diukur dari berbagai 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 Christiawan dan Tarigan (2007), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain:

- a. Nilai nominal yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif
- b. Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham
- c. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- d. Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi
- e. Nilai likuidasi, adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Berbagai macam faktor dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain kepemilikan manajerial, kinerja keuangan suatu perusahaan, kebijakan deviden, *corporate governance* dan lain sebagainya. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti penerapan *corporate governance*.

2.1.5 *Corporate Governance*

Istilah “*corporate governance*” (tata kelola perusahaan) berasal dari suatu analogi antara pemerintahan suatu negara atau kota dengan pemerintahan dalam suatu perusahaan (Becht *et al.*,2002). Definisi dan prinsip *corporate governance* yang saat ini masih bertahan dan dapat diakomodasi serta diadaptasi oleh berbagai regulasi yang ada khususnya di negara Indonesia (Utama, 2004), yaitu:

1. Cadbury Committee

Menurut komite Cadbury (2004), *corporate governance* adalah sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan dengan tujuan agar mencapai keseimbangan antara kekuatan kewenangan yang diperlukan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan eksistensinya dan pertanggungjawaban kepada pemegang saham. Hal ini berkaitan dengan peraturan kewenangan pemilik, direktur, manajer, pemegang saham serta para pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya.

2. OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*)

“Corporate governance is the system by which business corporations are directed and controlled. The corporate governance structure specifies the distribution of the right and responsibilities among different participants in the corporation, such as the board, managers, shareholders and other stakeholders.”

(*Corporate governance* merupakan suatu sistem untuk mengarahkan dan mengendalikan perusahaan. Struktur *corporate governance* menetapkan distribusi hak dan kewajiban di antara berbagai pihak yang terlibat dalam suatu korporasi seperti dewan direksi, para manajer, para pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya.”)

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) diyakini mampu menciptakan kondisi yang kondusif dan landasan yang kokoh untuk menjalankan operasional perusahaan yang baik, efisien dan menguntungkan. GCG dapat didefinisikan sebagai struktur, sistem, dan proses yang digunakan oleh organ-organ perusahaan sebagai upaya untuk memberikan nilai tambah perusahaan secara berkesinambungan dalam jangka panjang (IICG,2010)

Implementasi GCG akan dilaksanakan dengan berhasil jika memiliki sejumlah prinsip. Dalam GCG sudah diatur mengenai prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik. Prinsip-prinsip tersebut adalah:

- a. *Transparansi (transparency)*, yaitu keterbukaan mengenai informasi kinerja perusahaan, baik ketetapan waktu dan akurasinya. Hal ini berkaitan dengan kualitas informasi akuntansi yang dihasilkan
- b. *Akuntabilitas (accountability)*, yaitu kejelasan fungsi, struktur, sistem dan pertanggungjawaban organ perusahaan sehingga pengelolaan perusahaan menjadi efektif
- c. *Responsibilitas (responsibility)*, yaitu kesesuaian perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan dan tanggung jawab terhadap

masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha jangka panjang

- d. Independensi (*independency*), yaitu keadaan perusahaan harus dikelola secara professional tanpa pengaruh tekanan dari pihak manapun
- e. Kewajaran dan kesetaraan (*fairness*), yaitu perilaku yang adil dan setara di dalam memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan perjanjian atau perundang-undangan

Penelitian ini menggunakan empat aspek *corporate governance* yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit. Kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor. Kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dipandang dapat menyelaraskan kepentingan antara pemegang saham luar. Seperti penelitian yang dilakukan (Barako *et al.* 2006) bahwa kepemilikan manajerial dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kepemilikan institusional dalam jalannya perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan.

Keberadaan komisaris independen sangat diperlukan sebagai salah satu elemen *corporate governance* yang membantu meningkatkan akuntabilitas dewan komisaris. Komisaris independen membantu merencanakan strategi jangka panjang dan secara berkala melakukan *review* atas implementasi strategi tersebut. Sehingga diharapkan dapat memberikan benefit yang tinggi bagi perusahaan.

2.1.6 Penelitian Terdahulu

Ni Wayan Rustriani (2010) meneliti tentang pengaruh *corporate governance* sebagai variabel moderating terhadap *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Variabel pemoderasi diproksikan dengan menggunakan kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit. sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan, serta *corporate social responsibility* dengan *corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Waryanto (2010) melakukan penelitian yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Said *et.al.* (2009) di Malaysia. Namun, penelitian ini menggunakan sampel yang berbeda yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2008. Penelitian ini menggunakan sepuluh variabel independen yaitu ukuran dewan komisaris, jumlah rapat dewan komisaris, independensi dewan komisaris, ukuran komite audit, jumlah rapat komite audit, kompetensi komite audit, kepemilikan saham manjerial, kepemilikan saham institusional, kepemilikan saham asing, kepemilikan saham terkonsentrasi. Penelitian ini juga menggunakan variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan dan *leverage*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial hanya faktor kepemilikan saham terkonsentrasi, ukuran perusahaan, dan *leverage* yang berpengaruh terhadap CSR.

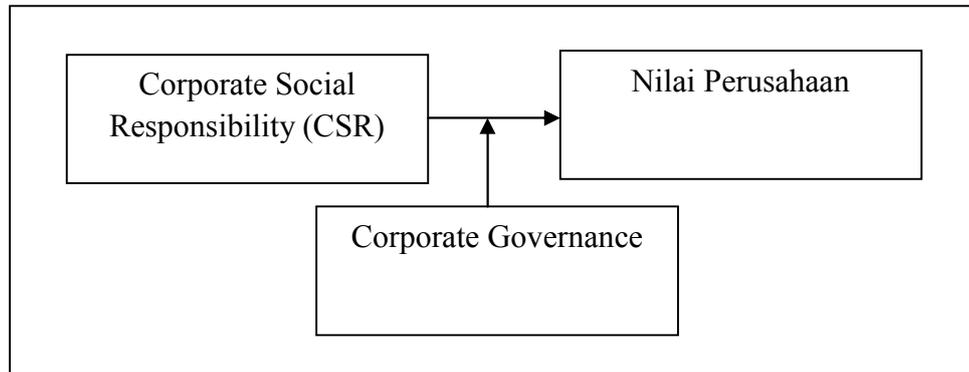
Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan

manajemen sebagai variabel moderating. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dan juga untuk melihat pengaruh persentase kepemilikan manajemen dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian menggunakan data 41 perusahaan pada tahun 2005 yang telah memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Penelitian ini menemukan bahwa *corporate social responsibility*, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan persentase kepemilikan manajemen serta simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Siallagan dan Machfoedz (2006) meneliti hubungan mekanisme *corporate governance*, kualitas laba, dan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini mekanisme *corporate governance* diproksi oleh kepemilikan manajerial, keberadaan komite audit, dan proporsi dewan komisaris independen. Hasil menunjukkan bahwa mekanisme *corporate governance* mempengaruhi nilai perusahaan (Tobin's Q).

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu yang telah diuraikan di atas, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara CSR sebagai variabel independen, nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan *corporate governance* sebagai variabel pemoderasi yang akan diuji. Kerangka pemikiran disusun untuk mempermudah memahami hipotesis yang dibangun di dalam penelitian.

Gambar 2.1**Kerangka Pemikiran****2.3 Hipotesis****2.3.1 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan**

Pengungkapan (*disclosure*) mengandung arti bahwa laporan keuangan harus memberi informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007). Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi tambahan dari perusahaan. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Hackson dan Milne, 1996 dalam Devina dan Zulaikha, 2004).

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*).

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. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan.

H1 : Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2.3.2 Corporate Social Responsibility, Corporate Governance, dan Nilai Perusahaan

Corporate governance menyangkut tanggung jawab perusahaan kepada pihak-pihak 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)

Nilai perusahaan akan naik apabila pemilik perusahaan bisa mengendalikan perusahaan dan dapat menentukan arah dan kinerja perusahaan. *Corporate governance* merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Penerapan *good corporate governance* yang efektif dalam jangka panjang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan menguntungkan para pemegang saham.

Salah satu Pedoman umum *Good Corporate Governance* menyatakan bahwa perusahaan harus melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan usaha jangka panjang suatu perusahaan. Perusahaan perlu mengembangkan sejumlah kebijakan untuk menuntun pelaksanaan CSR, semua hal tersebut dapat terlaksana baik apabila perusahaan menerapkan GCG beserta aspek-aspek di dalamnya.

H2 : *Corporate governance* berpengaruh positif pada hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen dan variabel pemoderasi.

2.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Penelitian ini menggunakan variabel nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Dalam penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q 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

2.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Variabel independen pada penelitian ini adalah *corporate social responsibility (CSR)*. CSR merupakan komitmen perusahaan atau

dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Putri, 2007; dalam Untung, 2008).

Berdasarkan peraturan BAPEPAM No.VIII.G.2 tentang laporan tahunan dan kesesuaian item untuk diaplikasikan di Indonesia dan diterapkan pada penelitian ini, terdapat 78 item pengungkapan yang sesuai diterapkan di Indonesia (Sembiring, 2008).

Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diukur dengan proksi CSRI (*Corporate Social Responsibility Reporting Index*). CSRI dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan CSR pada Laporan Tahunan perusahaan. Pengukuran pengungkapan CSR tersebut dilakukan dengan cara mengamati ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan, apabila item informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Adapun rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

$CSRI_j$ = *corporate social responsibility index* perusahaan j

$\sum X_{ij}$ = jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

n_j = jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

2.1.3 Variabel Moderating

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel dependen dan variabel independen. Dalam penelitian ini *corporate governance* sebagai variabel moderating.

Variabel pemoderasi (*corporate governance*) dalam penelitian ini yang diproksikan menggunakan:

1. Kepemilikan manajerial yang diukur dengan presentase kepemilikan saham dewan direksi dan dewan komisaris dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

$$\text{MANJ} = \frac{\text{saham yang dimiliki direksi dan komisaris}}{\text{total saham}}$$

2. Kepemilikan institusional yang diukur dengan persentase kepemilikan saham oleh perbankan, perusahaan asuransi, dana pensiun, reksadana, dan institusi lain dibagi dengan total jumlah saham yang beredar

$$\text{INST} = \frac{\text{saham yang dimiliki institusi}}{\text{total saham}}$$

3. Proporsi komisaris independen yang diukur persentase jumlah komisaris independen dibagi dengan total jumlah anggota dewan komisaris

$$\text{INDEP} = \frac{\text{jumlah komisaris independen}}{\text{jumlah anggota dewan komisaris}}$$

4. Jumlah anggota komite audit yang diukur dengan menghitung jumlah anggota komite audit dari setiap perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini

KA = Jumlah anggota komite audit

Variabel pemoderasi (*corporate governance*) yang terdiri dari kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit merupakan komposit dari keempat mekanisme *corporate governance* tersebut, maka penggabungan keempatnya dilakukan dengan menggunakan analisis faktor (*factor analysis*). (Ghozali, 2006).

Analisis faktor adalah mencari nilai-nilai bobot faktor sehingga variabel-variabel tersebut dapat digabungkan menjadi satu variabel komposit. Selanjutnya nilai skor faktor F digunakan sebagai ukuran *Corporate Governance (CG)*. Analisis faktor bertujuan untuk mendefinikan struktur suatu data dan menganalisis struktur saling hubungan antar sejumlah variabel. Dengan analisis faktor, dapat mengidentifikasi dimensi suatu struktur dan kemudian menentukan sampai seberapa jauh setiap variabel dapat dijelaskan oleh setiap dimensi. Analisis faktor dalam penelitian ini digunakan untuk mereduksi empat variabel moderasi yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan jumlah anggota komite audit menjadi satu faktor yaitu *corporate governance*.

Rumus perhitungan analisis faktor:

$$F = w_1X_1 + w_2X_2 + \dots w_kX_k$$

Keterangan :

F = skor faktor komposit

$w_1..w_k$ = bobot faktor (*loading factor*) dari masing-masing variabel penyusun

$X_1..X_k$ = Variabel penyusun

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 dan 2011. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu merupakan tipe pemilihan sampel secara tidak acak dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan atau kriteria tertentu (nur dan Bambang, 2002)

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu:

1. Perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan sahamnya aktif diperdagangkan tahun 2010 dan 2011
2. Perusahaan manufaktur tersebut menerbitkan *annual report* tahun 2010 dan 2011
3. Perusahaan manufaktur tersebut menyediakan informasi mengenai pelaksanaan CSR dalam *annual report* atau *sustainability report* tahun 2010 dan 2011
4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari IDX (*Indonesian Stock Exchange*) tahun 2010 dan 2011. Alasan peneliti menggunakan data sekunder karena data sekunder lebih mudah diperoleh, biayanya lebih murah,

sudah ada penelitian dengan jenis data ini, serta lebih dapat dipercaya keabsahannya karena laporan keuangannya telah diaudit oleh akuntan publik.

3.4 Metode pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumenter. Data yang dikumpulkan melalui dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara studi kepustakaan, yaitu melalui pengumpulan dan data sekunder. Studi kepustakaan diperoleh dari buku, literatur, artikel, jurnal terdahulu dan situs internet yang berhubungan dengan tema penelitian.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran menarik yang sangat penting bagi data dan sampel. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi antara lain mean, median, maksimum, minimum, dan deviasi standar dan untuk mengetahui tingkat pengungkapan variabel-variabel yang diteliti. Variabel yang diteliti menggunakan analisis deskriptif dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*, *corporate governance* dan nilai perusahaan.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini akan diuji menggunakan metode regresi untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi dengan uji nilai selisih mutlak. Untuk menghasilkan nilai yang tepat terlebih dahulu akan dilakukan pengujian asumsi klasik dalam menentukan ketepatan model. Uji asumsi klasik yang akan digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis grafik histogram dan normal probability plot, dan analisis statistik non parametrik *one sample kolmogorov-smirnov test*. Dalam uji ini menunjukkan tingkat signifikansi di atas 0,05 yang berarti variabel-variabel tersebut berdistribusi normal.

3.5.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance kurang dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95%.

3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2009). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu melihat grafik plot antara variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya yaitu SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi – Y sesungguhnya) yang telah di *studentized*. Dasar analisisnya adalah:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selain itu dilakukan juga uji statistik yang lebih dapat menjamin keakuratan hasil. Uji statistik yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah uji Glejser. (Ghozali, 2006). Uji Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2006) dengan persamaan regresi :

$$U_t = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada indikasi terjadi Heteroskedastisitas. Apabila variabel independen tidak signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolute U_t (Abs U_t) dengan probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5 %, maka dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$. Uji Durbin Watson ini hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat 1 (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel lag diantara variabel independen. Hipotesis yang akan diuji adalah : $H_0 =$ tidak ada autokorelasi ($r = 0$), dan $H_a =$ ada korelasi ($r \neq 0$). (Ghozali, 2006).

3.5.3 Analisis Regresi

Analisis regresi memiliki tiga cara untuk menguji regresi dengan variabel moderating. Frucot and Shearon (1991) mengajukan model regresi yang agak berbeda untuk menguji pengaruh moderasi yaitu dengan model nilai selisih mutlak dari variabel independen. Penelitian ini menggunakan nilai uji selisih mutlak dengan alasan yaitu:

1. Model ini mampu mengatasi multikolinearitas yang umumnya terjadi sangat tinggi apabila menggunakan uji interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen)
2. Model ini memasukkan variabel efek utama dalam analisis regresi, sedangkan uji residual hanya memasukkan efek interaksi saja. Menghilangkan efek-efek utama menyebabkan hasil koefisien interaksi bias menuju arah signifikan sehingga menghilangkan arti dari efek interaksi.

Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan penelitian ini:

$$Q = \alpha + \beta_1 \text{CSRI} + \beta_2 \text{CG} + \beta_3 \text{CSRI} - \text{CG} + e$$

Keterangan :

Q = Tobin's Q

α = konstanta

β_1 - β_3 = koefisien regresi

CSRI = *corporate social responsibility disclosure index*

CG = *corporate governance*

AbsCSRI-CG= | CSRI-CG |

e = error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, digunakan uji koefisien determinasi, uji signifikansi parameter individual (uji statistik t), dan uji signifikansi simultan (uji statistik f).

3.5.4.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan mempengaruhi variabel dependen. Kriteria pengujian adalah :

1. Ho diterima jika nilai probabilitas ($\text{sig } f$) $> \alpha$ (0,05) dan p value $> 0,05$
2. Ho ditolak jika nilai probabilitas ($\text{sig } f$) $< \alpha$ (0,05) dan p value $< 0,05$

3.5.4.2 Uji Koefisien Determinasi (*goodness of fit test*)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan modal dalam menerapkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam *adjusted R square* (R^2).

3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (uji statistik t)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria pengujian adalah :

1. Ho diterima jika nilai probabilitas ($\text{sig } t$) $> \alpha$ (0,05) dan p value $> 0,05$
2. Ho ditolak jika nilai probabilitas ($\text{sig } t$) $< \alpha$ (0,05) dan p value $< 0,05$