

EVALUASI CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

OLEH:
NILA AYU SUSANTI

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze: 1) The influence of Corporate Social Responsibility on firm value. 2) The influence of management ownership as a moderating variable in relations between Corporate Social Responsibility and firm value.

The research sample in this study is manufacturing companies listed on the Stock Exchange over the period 2011 to 2013 as many as 27 categories of high profile companies, so that the total sample data there are 81 data. The data are obtained from the website www.idx.co.id and Indonesian Capital Market Directory (ICMD) in 2012, 2013 dan 2014. The research is conducted with a quantitative approach. The method analysis of this research used multiple regression analysis.

This result of study shows that: 1) corporate social responsibility has significant effect on firm value. 2) Managerial ownership proved unable to moderate the influence of corporate social responsibility on firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Management Ownership, Firm Value.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat (Priantinah dan Retno 2012).

Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (pemilik perusahaan). Konflik tersebut dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut, diantaranya dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen (Tendi Haruman, 2008). Dengan kepemilikan saham oleh manajerial, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan para *principal* karena manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kinerja dan nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Siallagan dan Machfoedz, 2006).

B. Rumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tergolong *high profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2011, 2012 dan 2013?
2. Apakah kepemilikan manajerial berperan sebagai variabel moderating dalam pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tergolong *high profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2011, 2012 dan 2013?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tergolong *high profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2011, 2012 dan 2013.
2. Untuk menganalisis kepemilikan manajerial berperan sebagai variabel moderating dalam pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang tergolong *high profile* yang terdaftar di BEI pada tahun 2011, 2012 dan 2013.

TINJAUAN PUSTAKA

A. *Corporate Social Responsibility*

CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan didefinisikan sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum (McWilliams dan Siegel, 2001 dalam Agustine, 2014). Darwin (2004) dalam Anna Marina, mendefinisikan pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

Corporate Social Responsibility merupakan strategi perusahaan untuk memuaskan keinginan para *stakeholder*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menjadi penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan agar *stakeholder* makin terpuaskan dan akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala aktivitasnya yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencapai laba serta pada akhirnya menaikkan nilai perusahaan (Putri dan Raharja, 2013). Indeks CSR diperoleh dari skor setiap jumlah item pengungkapan sosial sampel perusahaan dengan menggunakan rumus CSR_j sebagai berikut: (Agustina, 2010).

$$CSR_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Dimana:

CSR_j: *Corporate Social Responsibility* perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j

X_j : *Dummy Variable*

Score 0 : jika item j tidak diungkapkan.

Score 1 : jika item j diungkapkan.

B. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Nurlela dan Islahudin (2010) didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer atau komisaris.

Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Chong dan López-de-Silanes (2006), dan Darmawati et al. (2004) menggunakan *Tobin's Q* sebagai proksi dari nilai perusahaan. Rasio *Tobin's Q* didefinisikan sebagai nilai pasar dari ekuitas ditambah dengan total kewajiban dan kemudian dibagi dengan total aktivasnya (Chong dan López-de-Silanes, 2006 dalam Kusumastuti, Supatmi, dkk, 2007).

$$Q = \frac{(MVE + D)}{TA}$$

Dimana:

Q	: Nilai Perusahaan
MVE (Nilai Pasar Ekuitas)	: <i>closing price</i> x jumlah saham yang beredar
D (Nilai Total Kewajiban)	: (CL – CA) + INV + LTL
CL (<i>Current Liabilities</i>)	: Kewajiban jangka pendek
CA (<i>Current Asset</i>)	: Aktiva lancar
INV	: Nilai buku persediaan
LTL	: Kewajiban jangka panjang
TA	: Nilai buku dari total aktiva (<i>Firm's Asset</i>)

C. Kepemilikan Manajerial

Menurut Downes dan Goodman (1999) dalam Agustine (2014) kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan. Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa kepentingan manajemen dan kepentingan pemegang saham mungkin bertentangan. Konflik antara pihak manajemen dan pemegang saham tersebut berkurang apabila jika ada kepemilikan manajemen didalamnya.

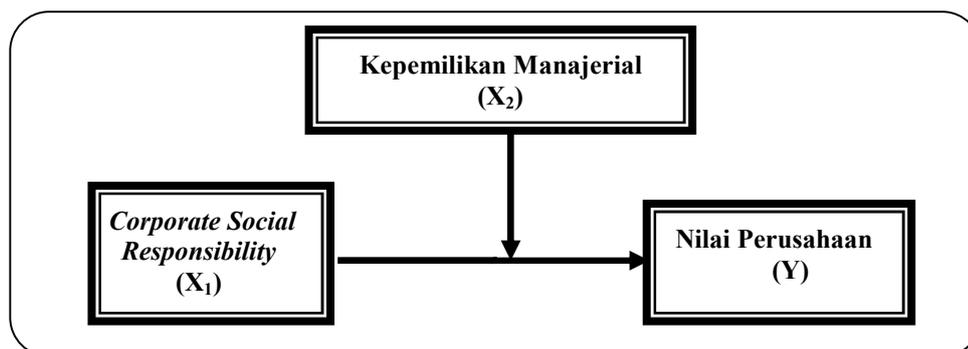
Variabel kepemilikan manajerial dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, dengan nilai 1 jika terdapat kepemilikan manajerial dalam perusahaan dan nilai 0 jika sebaliknya (Putri dan Raharja, 2013).

D. Industri *High Profile*

Perusahaan *high-profile* ditentukan berdasarkan kriteria Hackston dan Milne (1996) dalam Yap dan Widyaningdyah (2009), yaitu: Perusahaan yang termasuk dalam tipe *high-profile* adalah perusahaan yang mempunyai tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan, tingkat resiko politik atau tingkat kompetisi yang ketat. Industri yang termasuk dalam kategori ini adalah: perusahaan perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau, rokok, makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan, serta transportasi dan pariwisata.

KERANGKA KONSEPTUAL

Keberadaan CSR merupakan salah satu komitmen perusahaan untuk memuaskan para pemegang saham (*stakeholder*) selain itu sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki kerusakan lingkungan akibat kegiatan yang dilakukan perusahaannya. Semakin banyak aktivitas CSR terhadap lingkungannya, citra perusahaan akan semakin baik hal ini diikuti oleh meningkatnya kerelaan para investor untuk memiliki perusahaan tersebut. Ketika masyarakat mempunyai penilaian baik terhadap perusahaan, dalam jangka panjang masyarakat akan loyal terhadap barang yang dihasilkan dan nantinya akan menaikkan nilai perusahaan dimata mereka. Sedangkan, adanya kepemilikan manajerial dalam perusahaan para manajer akan berusaha lebih giat untuk meningkatkan kinerjanya dalam menaikkan citra perusahaan, meskipun mereka harus rela mengeluarkan biaya yang cukup banyak untuk aktivitas tersebut. Variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 1
Hubungan CSR, Nilai Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial

HIPOTESIS PENELITIAN

A. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Rika dan Islahuddin, 2008).

Hackson dan Milne (1996) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

Penelitian Gunawan dan Utami (2008), Agustina (2010) serta Putri dan Raharja (2013) menguji tentang peranan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan

B. Pengaruh Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Setiap manajer akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya untuk kepentingan pemegang saham serta untuk kepentingannya sendiri karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka nilai kemakmuran mereka sebagai pemegang saham juga akan meningkat. Semakin besar kepemilikan manajerial di dalam perusahaan, manajer akan mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial yang banyak ke dalam program *Corporate Sosial Responsibility*.

Penelitian Solihan dan Taswon (dalam Jogi dan Josua, 2007) menemukan hubungan yang signifikan dan positif antara kepemilikan manajemen dan nilai perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan Laster dan Faccio (1999) menemukan hubungan yang lemah antara kepemilikan manajemen dan nilai perusahaan. Begitu pula menurut Siallagan dan Machfoedz (2006) menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q.

Nurlela dan Islahuddin (2008) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga, hipotesis yang terbangun dalam penelitian ini adalah

H₂ : Kepemilikan Manajerial memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *high profile*.

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

- Variabel Penelitian**
1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen dengan simbol (X₁).
 2. Variabel Dependen adalah Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dengan simbol (Y).
 3. Variabel Moderating yaitu tipe variabel-variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel

dependen (Indriantoro dan Supomo, 2014). Penelitian ini menggunakan variabel Kepemilikan Manajerial sebagai variabel moderating dengan symbol (X_2).

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran variabel sebagai berikut:

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

$$CSR_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Dimana:

CSR_j : Corporate Social Responsibility perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j

X_j : Dummy Variable

Score 0 : jika item j tidak diungkapkan.

Score 1 : jika item j diungkapkan.

2. Kepemilikan Manajerial

Variabel kepemilikan manajerial dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, dengan nilai 1 jika terdapat kepemilikan manajerial dalam perusahaan dan nilai 0 jika sebaliknya (Putri dan Raharja, 2013).

3. Nilai Perusahaan

$$Q = \frac{(MVE + D)}{TA}$$

Dimana:

Q : Nilai Perusahaan

MVE (Nilai Pasar Ekuitas) : *closing price* x jumlah saham yang beredar

(Nilai Total Kewajiban) : $(CL - CA) + INV + LTL$

CL (*Current Liabilities*) : Kewajiban jangka pendek

CA (*Current Asset*) : Aktiva lancar

INV : Nilai buku persediaan

LTL : Kewajiban jangka panjang

TA : Nilai buku dari total aktiva (*Firm's Asset*)

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan *high profile* pada bidang manufaktur yang terdaftar (*listing*) di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2011, 2012 dan tahun 2013 dikarenakan bahwa kegiatan operasional perusahaan manufaktur yang tergolong *high profile* sangat mempengaruhi lingkungan alam sekitar.

Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2014).

Tabel 1
Sampel Perusahaan

Keterangan	Jumlah
Perusahaan Manufaktur yang tergolong <i>high profile</i> terdaftar di BEI pada periode tahun 2011, 2012 dan 2013	114
Perusahaan yang tidak terdaftar berturut-turut di BEI pada tahun 2011, 2012 dan 2013	(10)
Tidak mempublikasikan <i>annual report</i> selama tahun 2011, 2012 dan 2013	(53)
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel kepemilikan manajerial yang digunakan dalam penelitian	(17)
Tidak menggunakan mata uang Rupiah selama periode pengamatan berlangsung	(7)
Sampel	27

Berdasarkan kriteria yang disebutkan di atas, maka jumlah sampel perusahaan yang memiliki data lengkap dalam penelitian ini sebanyak 27 perusahaan. Dengan demikian sampel data yang digunakan dari tahun 2011, 2012, dan 2013 sebanyak 81 data.

C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang dikelompokkan ke dalam data sekunder. Menurut Indriantoro dan Supomo (2014) data sekunder (*Secondary Data*) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain).

Data penelitian diperoleh dari laporan tahunan perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI pada periode 2011, 2012 dan 2013, data-data tersebut didapatkan dari website *www.idx.co.id*. Selain dari laporan tahunan perusahaan, data juga didapatkan dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) tahun 2014.

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode *content analysis*. *Content Analysis* merupakan metode pengumpulan data penelitian melalui teknik observasi dan analisis terhadap isi atau pesan dari suatu dokumen (antara lain: iklan, kontrak kerja, laporan, notulen rapat, surat, jurnal, majalah atau surat kabar) (Indriantoro dan Supomo, 2014).

E. Metode Analisis

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual dengan variabel independennya. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melihat signifikansinya terhadap α 5% (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

2. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kormogorov-Smirnov Test*, dengan melihat tingkat signifikansi 5%. Dasar pengambilan keputusan dari uji normalitas adalah dengan melihat probabilitas *asyp.sig (2-tailed) > 0.05* maka data mempunyai distribusi normal dan sebaiknya jika probabilitas *asyp.sig (2-tailed) < 0.05* maka data mempunyai distribusi yang tidak normal (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

3. Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2013), Uji *Autokorelasi* bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem *autokorelasi*. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya *autokorelasi* yakni dengan uji *Durbin-Watson (DW)*.

Statistik Deskriptif

1. Analisis Regresi

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini yakni pengujian pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan hubungan nilai perusahaan serta pengujian kepemilikan manajemen memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$: Koefisien Regresi

X_1 : *Corporate Social Responsibility*

X_2 : Kepemilikan Manajemen

$X_1 X_2$: Interaksi antara *CSR* dengan Kepemilikan Manajemen

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

2. Pengujian Hipotesis

a. Uji F (Uji Simultan)

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

$\alpha > 5\%$ maka H_0 diterima

$\alpha < 5\%$ maka H_0 ditolak

b. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen, secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

t hitung < t tabel ($\alpha = 0.05$) maka H_0 diterima

t hitung > t tabel ($\alpha = 0.05$) maka H_a ditolak

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, dengan alasan: perusahaan-perusahaan manufaktur lebih banyak mempunyai pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2011, 2012 dan 2013.

Daftar perusahaan manufaktur periode 2011, 2012, dan 2013 yang dijadikan sampel disajikan pada tabel di bawah ini :

Tabel 2
Daftar Sampel Perusahaan

No.	Daftar Perusahaan	Kode
1	PT. Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
2	PT. Gudang Garam Tbk	GGRM
3	PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk	KBRI
4	PT. Alkindo Naratama Tbk	ALDO
5	PT. AKR Corporindo Tbk	AKRA
6	PT. Eterindo Wahanatama Tbk	ETWA
7	PT. Lautan Luas Tbk	LTLS
8	PT. Budi Acid Jaya Tbk	BUDI
9	PT. Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
10	PT. Intanwijaya Internasional Tbk	INCI
11	PT. Asahimas Flat Glass Tbk	AMFG
12	PT. Berlina Tbk	BRNA
13	PT. Alumindo Light Metal Industry Tbk	ALMI
14	PT. Saranacental Bajatama Tbk	BAJA
15	PT. Jaya Pari Steel Tbk	JPRS
16	PT. Tira Austenite Tbk	TIRA
17	PT. Kedaung Setia Industrial Tbk	KDSI
18	PT. Kedaung Indah Can Tbk	KICI
19	PT. Astra International Tbk	ASII
20	PT. United Tractors Tbk	UNTR
21	PT. Astra Otoparts Tbk	AUTO
22	PT. Intraco Penta Tbk	INTA
23	PT. Indospring Tbk	INDS
24	PT. Selamat Sempurna Tbk	SMSM
25	PT. Nipress Tbk	NIPS
26	PT. Kalbe Farma Tbk	KLBF
27	PT. Kimia Farma Tbk	KAEF

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory*, 2012-2014

B. Deskripsi Variabel Penelitian

Tabel 3
Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	78	.27	.85	.6396	.14938
KM	78	.00	1.00	.9231	.26819
NP	78	-.31	5.47	1.1119	1.00785
Valid N (listwise)	78				

Indeks pengungkapan tanggung jawab (CSR) mempunyai nilai minimum sebesar 0,27 dan nilai maksimum sebesar 0,85. Rata-rata pengungkapan tanggung jawab (CSR) adalah 0,6377 dengan standar deviasi 0,14701. Indeks pengungkapan tanggung jawab (CSR) terendah adalah PT. Kedaung Indah Can Tbk dan tertinggi adalah PT. Astra Otoparts Tbk.

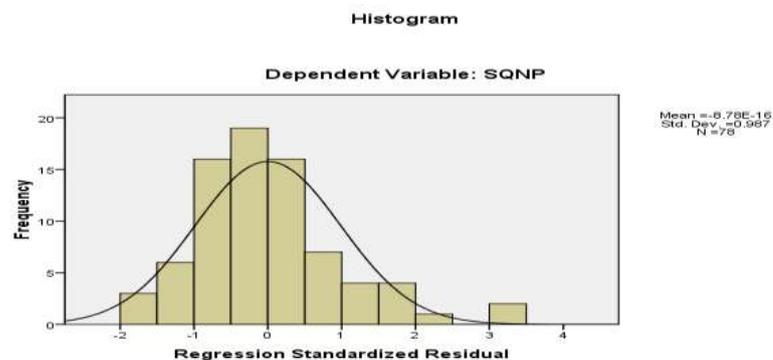
Kepemilikan manajerial mempunyai nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum 1,00. Mean kepemilikan manajerial adalah 0,9259 dengan standar deviasi 0,26352. Kepemilikan manajerial terendah adalah PT. Budi Acid Jaya Tbk, PT. Asahimas Flat Glass Tbk, PT. Kertas Basuki Rachmat Indonesia Tbk, PT. Tira Austenite Tbk, dan lainnya memiliki kepemilikan manajerial tinggi.

Nilai perusahaan mempunyai nilai minimum sebesar 0,05 dan nilai maksimum 3054,64. Mean nilai perusahaan adalah 90,6770 dengan standar deviasi 474,49323.

C. Analisis Data

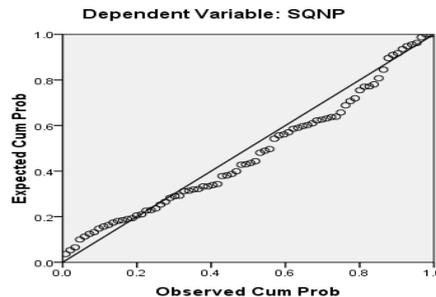
1. Uji Normalitas Data

Berdasarkan tampilan grafik histogram maupun grafik normal menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2
Uji Normalitas dengan Grafik Histogram

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



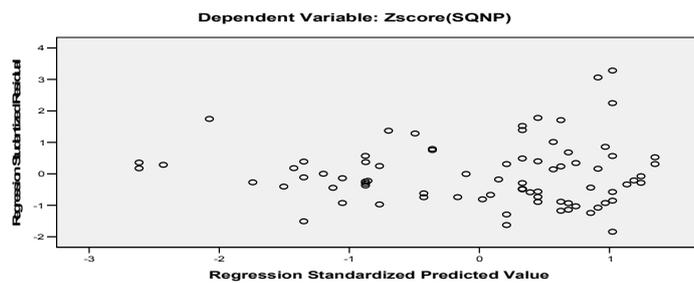
Gambar 3

Uji Normalitas Grafik Diagonal

2. Uji Heterokedastisitas

Gambar 5 di atas dapat dilihat bahwa tidak adanya pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

Scatterplot



Gambar 5

Hasil Uji Heterokedastisitas

3. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W sebesar 2,021. Sedangkan nilai du dengan jumlah observasi (n) = 78 diperoleh sebesar 1,680 (Ghozali, 2005). Dengan demikian diperoleh bahwa nilai DW berada diantara dU yaitu 1,680 dan $4 - du$ yaitu 2,320. Dengan demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi

Tabel 4

Hasil Uji Autokorelasi

D-W	Du	$4 - Du$	Keterangan
1,968	1,680	2,320	Bebas Autokorelasi

3. Uji Hipotesis

Analisis Regresi Berganda

Output analisis regresi dengan menggunakan sebesar 5% adalah sebagai berikut:

Tabel 5
Model Persamaan Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.003	.107		.031	.975		
Zscore(CSR)	.351	.108	.351	3.240	.002	.979	1.022
Zscore(KM)	.114	.108	.114	1.050	.297	.980	1.020
MODERAT	.101	.136	.081	.739	.462	.963	1.038

a. Dependent Variable: Zscore(NP)

Dari tabel 5 hasil pengolahan data dengan bantuan program SPSS 16, maka didapatkan model persamaan regresi akhir sebagai berikut:

$$Y = 0,003 + 0,351CSR + 0,114 KM + 0,101 Moderat + e$$

- a. Nilai konstanta 0,003 menyatakan ketika CSR, Kepemilikan Manajerial, dan Moderat tetap, maka akan menaikkan Nilai Perusahaan sebesar 0,003.
- b. Nilai konstanta 0,351 menyatakan setiap peningkatan 1 satuan untuk CSR, maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,351.
- c. Nilai konstanta 0,114 menyatakan setiap peningkatan 1 satuan untuk Kepemilikan Manajerial, maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,114.

Pengujian statistik yang dilakukan adalah:

1. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)
Berikut ini hasil analisis regresi secara simultan.

Tabel 6
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	11.554	3	3.851	4.355	.007 ^a
Residual	65.446	74	.884		
Total	77.000	77			

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Nilai F hitung 4,355 dengan probabilitas signifikansi yang menunjukkan 0,007. Karena nilai probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan atau dapat dikatakan bahwa *Corporate Social Responsibility*, kepemilikan manajerial dan moderat secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dan nilai signifikansinya dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dalam hal ini, nilai t tabel (df=74) adalah sebesar 1,666 (Ghozali, 2005).

Corporate Social Responsibility (X₁)

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai t hitung sebesar 3,240 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,002. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya jauh di dibawah 0,05 dan t hitung juga lebih besar dari t table ($3,240 > 1,666$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini berarti **hipotesis 1 yang berbunyi: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima.**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa apabila item-item dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu item lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan item dalam aspek umum lebih ditingkatkan maka akan memberikan peningkatan pada nilai perusahaan.

Kepemilikan manajerial mempunyai t hitung sebesar 1,050 dengan probabilitas signifikansi 0,297. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansinya di atas 0,05 dan t hitung < dari t tabel ($1,050 < 1,666$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepemilikan manajerial belum mampu memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial pada perusahaan cenderung masih sangat rendah, hal tersebut dapat dilihat dari statistik deskriptifnya yaitu rata-rata kepemilikan manajerial hanya sebesar 0,26819.

Interaksi antara Corporate Social Responsibility dengan Kepemilikan Manajerial (X₁X₂)

Variabel moderat mempunyai t hitung sebesar 0,739 dengan probabilitas sebesar 0,462. Variabel moderat yang merupakan interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajerial ternyata tidak signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kepemilikan manajerial bukanlah variabel moderating. Hal ini berarti **hipotesis 2 yang berbunyi: kepemilikan manajerial memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ditolak.** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prosentase kepemilikan manajerial dalam penelitian ini tidak dapat bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

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

Tabel 6
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.387 ^a	.150	.116	.94043073	2.021

a. Predictors: (Constant), MODERAT, Zscore(KM), Zscore(CSR)

b. Dependent Variable: Zscore(NP)

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Dari tabel 6 diketahui bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,116. Hal ini berarti bahwa 11,6% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajerial, sisanya sebesar 88,4% (100% - 11,6%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

PEMBAHASAN

Corporate Social Responsibility (X_1)

Pengujian hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,240 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,002 berada lebih kecil pada $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini mendukung Gunawan dan Utami (2008), Agustina (2010), Putri dan Raharja (2013) yang menemukan bahwa CSR memiliki implikasi positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat tanggung jawab sosial (CSR) mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan. Pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* berpengaruh terhadap volume perdagangan saham. Artinya investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disampaikan perusahaan dalam laporan tahunan sehingga dengan semakin luasnya pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan.

Kepemilikan Manajerial (X_2)

Hasil dari regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,050 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,297 berada lebih tinggi pada $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial masih rendah yang mengakibatkan kinerja yang belum maksimal sehingga kepemilikan manajerial belum dapat menjadi mekanisme untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Wahyudi dan Pawesti (2006) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi jalannya perusahaan yang pada akhirnya berpengaruh pada kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan yang terjadi karena adanya control yang dimiliki.

Interaksi antara Corporate Social Responsibility dengan Kepemilikan Manajerial (X_1X_2)

Pengujian hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah kepemilikan manajerial memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari regresi menunjukkan nilai t hitung sebesar 0,739 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,462 berada lebih tinggi pada $\alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berperan sebagai variabel yang memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dimungkinkan karena masih sedikitnya kepemilikan manajerial dalam perusahaan sampel selama tahun pengamatan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Nurlala dan Islahuddin (2008) dan Gunawan dan Utami (2008) yang menyatakan bahwa prosentase kepemilikan manajerial tidak bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan penelitian dan analisis data evaluasi CSR terhadap nilai perusahaan seperti yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel *corporate social responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai dan t hitung lebih besar dari t table ($3,240 > 1,666$) dan probabilitas signifikansi adalah 0,002. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan adanya tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Gunawan dan Utami (2008), Agustina (2013), Putri dan Raharja (2013). Dengan demikian semakin tinggi tingkat tanggung jawab sosial (CSR) mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

Variabel kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel ($1,050 < 1,666$) dengan probabilitas signifikansi 0,297. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepemilikan manajerial belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil dari penelitian Kepemilikan manajerial tidak memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dibuktikan dengan t hitung moderat sebesar 0,739 lebih kecil dari t tabel 1,666 dengan probabilitas sebesar 0,462. Variabel moderat yang merupakan interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan kepemilikan manajerial ternyata tidak signifikan, dengan demikian prosentase kepemilikan manajerial dalam penelitian ini tidak dapat bertindak sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Saran

Dari hasil penelitian variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu hendaknya perusahaan terus meningkatkan kualitas dan kuantitas pengungkapan karena tingkat pengungkapan pertanggung jawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEI ternyata masih rendah, selain Item pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya senantiasa diperbaharui agar bisa sesuai dengan kondisi yang ada dalam masyarakat.

Perusahaan sektor industri manufaktur perlu meningkatkan kepemilikan manajerialnya agar pengelola perusahaan dapat bekerja dengan maksimal dan tidak melakukan tindakan-tindakan yang merugikan perusahaan demi kepentingan sendiri. Cara yang dapat dilakukan adalah melalui MSOP (*Management Stock Ownership Program*).

D. DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Silvia. 2010. Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal.FE Universitas Negeri Padang*.
- Agustine, Ira. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Finesta*. Vol.2, No.1.
- Agustini. 2009. Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial; Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. FE Universitas Dian Nuswantoro.
- Anggraeni, Fr. Reni. Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*.
- Gunawan, Barbara dan Utami, Suharti Sri. 2008. Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*. Vol.9 No.1: 1-8.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 21. Edisi 7. Semarang Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu. Edisi: 1, Cetakan.1 ,93-94.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Edisi Pertama. Cetakan Keenam.
- Imroatussolihah, Ely. 2014. Pengaruh Risiko, Lverage, Peluang Pertumbuhan, Persistensi Laba Dan Kualitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient Pada Perusahaan High Profile. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. Vol.1 No.1. Universitas Negeri Surabaya.
- Karina, Lovink Angel Dwi dan Yuyetta, Etna NurAfri. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan CSR. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol.2, No.2.

- Kusuma Sari, Supatmi, dkk. 2007. Pengaruh Board Diversity Terhadap Nilai Perusahaan dalam Perspektif Corporate Governance. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Vol.9 No.2.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi Ke XI*. Pontianak 23-24 Juli 2008.
- Prabandari, Komang Rina dan Suryanawa, Ketut. 2014. Pengaruh Environmental Performance Pada Reaksi Investor Di Perusahaan High Profile Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 7.2 : 298-312.
- Pratiwi, Maharani Suendaryanti dan Djamhuri, Ali. 2004. Faktor-Faktot Yang Mempengaruhi Praktik-Praktik Pengungkapan Sosial (Studi pada Perusahaan-Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Tema*. Vol.5 No.1.
- Priantinah, Denies dan Retno M, Reny Dyah. 2012. Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010). *Jurnal Nominal*. Vol.1, No.1.
- Putri, Hanni Chyntia Maita dan Raharja, Surya. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Vol.2, No.3.
- Setyaningrum, Dyah Ayu. 2011. Pengaruh Implementasi Corporate Social Responsibility Terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Sudiyatno, Bambang dan Puspitasari, Elen. 2010. Tobin's Q Dan Altman Z-Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Kajian Akuntansi*. Vol.2 No.1.
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2006. Perkembangan Corporate Social Responsibility Di Indonesia. *Nirmana*. Vol:8, No.2, 92-96. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Wardoyo dan Veronica, Theodora Martina. 2013. Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility & Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Dinamika Manajemen*. FE.Universitas Gunadarma Jakarta.
- Williams, Chuck. 2001. Manajemen. Jakarta: Salemba Empat. Buku.1, 119-120.
- Yap, Raldy dan Widyaningdyah, Agnes Utari. 2009. Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan yang Go Public Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Atas Perusahaan High dan Low-Profile). *Majalah Ekonomi*. Tahun XIX No.1.