

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

Artikel Penelitian



Oleh :

SILVIA AGUSTINA
NIM.2008/02213

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
Wisuda Periode Maret 2013**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

Oleh :

SILVIA AGUSTINA

NIM.2008/02213

Artikel ini disusun berdasarkan skripsi untuk persyaratan wisuda periode
Maret 2013 dan telah diperiksa/disetujui oleh kedua pembimbing.

Padang, Desember 2012

Pembimbing I

Pembimbing II

Nelvrita, SE, M.Si Ak
NIP. 19740706 199903 2 002

Salma Taqwa, SE, M.Si
NIP. 19730723 200604 2 001

PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Oleh: Silvia Agustina

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka Air Tawar Padang (0751) 7051260 fax 7055628
e-mail: sil_agustina@yahoo.com

Abstract

This research aimed at getting empirical proof: (1) the Influence of the Profitability on the corporate value (2) the Influence of the Corporate Social Responsibility Disclosure on the Corporate Value. This research kind was classified as the causative research. The research population was all the manufacture company that was registered in the Indonesian Stock Exchange in the year 2007-2010 numbering 158 companies. Technically the taking of the sample was purposive sampling. The sample of this research numbering 25 companies.

The analysis of the data with multiplied regression. results of this research concluded that: (1) the Profitability was influential significant was positive towards the value of the company with the level of the significance $0.048 < 0.05$ and koefesien I was positive (+) so as H_1 was accepted. (2) the Expression corporate social responsibility influential significant towards the value of the company with the level of the significance $0.042 < 0.05$ and koefesien I was positive (+) so as H_2 was accepted.

In this research was suggested: (1) the Researcher used the grating of the more quality expression index international, like Global Reporting Initiative (GRI) (2) widened the sample by using all the company that was registered in BEI, (3) the following Researcher to be able to extend the research period with the number of more big and heterogenous samples and used the grating of the social index of the responsibility disclosure the more quality company international.

Keywords: profitability, corporate social responsibility disclosure, corporate value

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang: (1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (2) Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Jenis penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2010 berjumlah 158 perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 25 perusahaan. Analisis data dengan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,048 < 0,05$ dan koefisien beta positif (+) sehingga H_1 diterima. (2) Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,042 < 0,05$ dan koefisien beta positif (+) sehingga H_2 diterima.

Dalam penelitian ini disarankan: (1) Peneliti menggunakan pengukuran indeks pengungkapan yang lebih berstandar internasional, seperti *Global Reporting Initiative (GRI)* (2) Memperluas sampel dengan menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI, (3) Peneliti berikutnya untuk dapat memperpanjang jangka waktu penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar dan beragam dan menggunakan pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih berstandar internasional.

Kata kunci : profitabilitas, pengungkapan *corporate social responsibility*, nilai perusahaan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Menurut Brigham (2001) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) karena nilai pasar dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Secara umum, para pemodal

menyerahkan pengelolaan nilai perusahaan kepada para profesional seperti manajer ataupun komisaris.

Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham. Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio-rasio yang digunakan antara lain adalah PER, PBV, dan Tobin's Q. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa depan. Dalam penelitian ini digunakan rasio Tobin's Q dalam mengukur nilai perusahaan.

Rasio Tobin's Q dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Tidak hanya saham biasa dan ekuitas perusahaan saja yang dimasukkan, namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor dalam bentuk saham saja, tapi juga untuk kreditur. Hal ini terjadi karena sumber pembiayaan operasional perusahaan berasal dari ekuitas dan pinjaman dari kreditur (Rika, 2010). Menurut Sukamulja (2004) dalam Rika (2010) semakin

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

Berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Dewasa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnya pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2001) profitabilitas dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return* yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba maka semakin tinggi *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Apabila seorang manajer telah

bekerja keras dan berhasil meningkatkan penjualan sementara biaya tidak berubah, maka laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengisyaratkan keberhasilan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Sukojo, 2007 dalam Rika, 2010).

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2001) *Return on Equity* (ROE) adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROE di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang disetorkannya untuk perusahaan tersebut. Secara umum, semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

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

perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

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

Menurut Rika (2010) objek yang menjadi pengungkapan oleh perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat.

Seperti diketahui *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wacana yang sedang

mengemuka di dunia perusahaan multinasional. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Sekitar 50 tahun yang lalu, 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. Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) (Ismail, 2008 :1)

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh Undang-Undang PT No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Susanto,2007:3) dalam Rimba (2010). Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan. Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari estetika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham /*shareholder*). *Social responsibility* dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua

stakeholder, termasuk didalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan kompetitor (Nurlela dan Islahudin 2008).

Sebuah perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signalling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009). Perusahaan berharap dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Selain itu, pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sayekti dan Ludovicus, 2007).

Indikator pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dipakai pada penelitian Sembiring (2005), yaitu sebanyak 7 kategori yang terdiri dari: (1) lingkungan; (2) energi; (3) kesehatan dan keselamatan tenaga kerja; (4) lain-lain tentang tenaga kerja; (5) produk; (6) keterlibatan masyarakat; dan (7) umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 78 item pengungkapan.

Rimba Kusumadilaga (2010) meneliti tentang pengaruh *corporate*

social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006 dan 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating dengan mengambil sampel perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara CSR dengan kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Norawati (2011) yang berjudul pengaruh *corporate social responsibility disclosure*, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan mengambil sampel pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

selama periode 2007-2010. Hasil yang ditemukan bahwa CSR *disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Rika Susanti (2010) meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan terdapat hubungan positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif secara statis pada hubungan *return on asset* dan nilai perusahaan dalam penelitian Ni Wayan (2007) dalam Rika (2010).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia jika teori yang diterapkan sama dengan penelitian terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah tahun penelitiannya yaitu dari 2007-2010 dan beberapa variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penulis beranggapan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas merupakan informasi yang mempunyai tingkat materialitas yang tinggi dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007-2010. Alasannya karena

perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, perusahaan manufaktur juga sangat terkait dengan lingkungan dan masyarakat.

Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2007-2010.

1.3 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi: (1) Bagi manajemen perusahaan, dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan. (2) Bagi perusahaan sejenis, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. (3) Bagi investor, akan bisa memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang bagus dengan

mempertimbangkan masing-masing aspek yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* sehingga memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi. (4) Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari barang dan jasa yang mereka gunakan. (5) Bagi akademis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

2. TELAAH LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Nilai Perusahaan

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda (Martono dan Agus Harjito, 2005:2)

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya

meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham (Brigham, 2001). Samuel (2000) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan, Untung Wahyudi dan Hartini (2005) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini nilai perusahaan dihitung menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio Tobin's Q dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Tidak hanya saham biasa dan ekuitas perusahaan saja yang dimasukkan, namun seluruh asset perusahaan.

Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967) dalam Viola Herawaty (2008). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental.

Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam

aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva dianggap tidak menarik (Viola Herawaty, 2008)

2.1 Profitabilitas

Menurut Brigham (2001), profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca.

Tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah memperoleh laba (*profit*), maka wajar apabila profitabilitas menjadi perhatian utama para analis dan investor. Tingkat profitabilitas yang konsisten akan mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh *return* yang memadai dibanding dengan resikonya (Toto, 2008).

Menurut Saidi (2004) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan melalui *Return on equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam

mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil.

Pemilik perusahaan lebih tertarik pada seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan terhadap modal yang mereka tanamkan. Alasannya adalah rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta para investor di pasar modal yang ingin membeli saham perusahaan yang bersangkutan. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham dan nilai perusahaan.

2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh *statement* keuangan. Laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor, dan kreditor. Lebih jelasnya FSAB (1980 dalam SFAC No.1) menyatakan :

“ Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditor dan pengguna lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit, dan keputusan jenis lainnya.”

Evans (2003) dalam Suwardjono (2005) mengidentifikasi tiga tingkat pengungkapan yaitu memadai (*adequate disclosure*), wajar atau etis (*fair orethical disclosure*), dan penuh (*full disclosure*). Tingkat ini mempunyai implikasi terhadap apa yang harus diungkapkan. Tingkat memadai adalah tingkat minimum yang harus dipenuhi agar *statement* keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang terarah.

Evans (2003) dalam Suwardjono (2005) mengidentifikasi tiga tingkat pengungkapan yaitu memadai (*adequate disclosure*), wajar atau etis (*fair orethical disclosure*), dan penuh (*full disclosure*). Tingkat ini mempunyai implikasi terhadap apa yang harus diungkapkan. Tingkat memadai adalah tingkat minimum yang harus dipenuhi agar *statement* keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang terarah.

Tingkat wajar adalah tingkat yang harus dicapai agar semua pihak mendapat perlakuan atau pelayanan informasional yang sama. Artinya, tidak ada satu pihakpun yang kurang mendapat informasi, sehingga mereka menjadi pihak yang kurang diuntungkan posisinya. Dengan kata lain, tidak ada preferensi dalam pengungkapan informasi. Tingkat penuh menuntut penyajian secara penuh semua informasi yang berpaut dengan pengambilan keputusan. Pengungkapan juga sering dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk statemen keuangan formal. Hal ini sejalan dengan gagasan FASB dalam rerangka konseptualnya.

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

Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

Menurut Sofyan (2007) pelaksanaan *socio economic accounting* atau *corporate social responsibility* ini akan semakin cepat oleh beberapa tekanan atau faktor antara lain:

- a. Adanya peraturan pemerintah atau undang-undang yang diberlakukan
 - b. Ditetapkannya standar akuntansi yang mengharuskan pengungkapan *corporate social responsibility*
 - c. Adanya tekanan dari *pressure group* misalnya Greenpeace, Trade Union, PBB, dan lain-lain
 - d. Kesadaran perusahaan
- Indikator pengungkapan *corporate social responsibility* yang

dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia. Adapun indikator pengungkapan *corporate social responsibility* dikategorikan dalam 7 tema, yang terdiri dari 78 item pengungkapan sosial untuk perusahaan manufaktur

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu terkait topik, antara lain:

1. Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2005. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Yuniarti (2003) dalam Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) melakukan riset tentang pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ, dengan mengambil sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di BEJ sebelum tahun 2000. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa: (1) Tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ ternyata sangat rendah. Hal ini terlihat dari rendahnya nilai yang diperoleh sampel jika dibandingkan skor yang

dapat diperoleh; (2) Ukuran perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEJ, walaupun pengaruh tersebut dikategorikan rendah sebesar 7,8%; (3) Setiap jenis industri berbeda dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

3. Dahlia dan Sylvia (2008) dalam Norawati (2011) melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap kinerja perusahaan, menemukan hasil bahwa tingkat pengungkapan csr dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE (sebagai proksi untuk kinerja keuangan perusahaan). Tetapi bukti empiris penelitian Dahlia tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel CAR (sebagai proksi untuk kinerja pasar perusahaan)

4. Penelitian Lifessy (2011) yang menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening, sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2006-2009. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

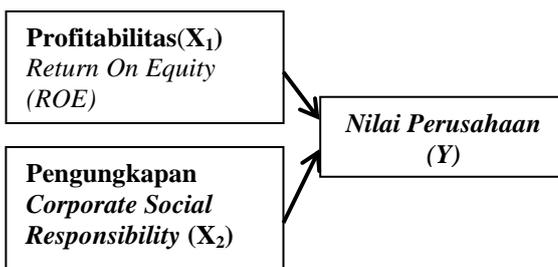
5. Penelitian Rimba (2010) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006 dan 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

6. Penelitian Rika Susanti (2010) yang menguji analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *go public* yang *listed* tahun 2005- 2008 di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sehingga manajemen harus dapat meningkatkan laba agar nilai perusahaan meningkat.

2.4 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antar variabel dalam penelitian ini, dapat digambarkan sebagai berikut:



2.5 Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu bagian finansial yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Para pemegang saham selalu menginginkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, keuntungan tersebut diperoleh dari keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Menurut Petronila (2003) dalam Rimba (2010) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Sehingga, dari kondisi tersebut investor akan berkepentingan dengan menganalisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang dalam menghasilkan laba. Salah satu bentuk analisisnya adalah

dengan melihat nilai *return on equity* (ROE), karena investor dapat mengetahui berapa persen pengembalian atas modalnya di dalam perusahaan tersebut.

Jadi, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan yang bisa diketahui lewat ROE.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan

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

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

Pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih

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

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

H₂: Pengungkapan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini digolongkan pada penelitian kausatif. Penelitian kausatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini

melihat pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

- Ditinjau dari sumbernya, data ini merupakan data sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yaitu dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI).
- Dilihat dari sifatnya, data yang digunakan merupakan data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka-angka.
- Dilihat dari periode pengumpulan data, data ini termasuk *pooling data* yaitu gabungan dari data *time series* (data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu untuk melihat perkembangan suatu kejadian atau kegiatan selama periode tersebut) dengan data *crosssection* (data yang diperoleh saat kejadian).

2. Sumber Data

Sumber data yang akan digunakan adalah laporan tahunan masing-masing perusahaan manufaktur setiap akhir tahun selama periode analisis, yaitu dari tahun 2007 sampai tahun 2010. Data diperoleh melalui www.idx.co.id dan Indonesian Capital Market Directory (ICMD) dari tahun 2007 sampai 2010.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek yang memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Populasi yang akan diamati dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2007-2010 dengan jumlah populasi sebanyak 158 perusahaan.

2. Sampel

Pemilihan sampel yang akan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang didasarkan pada suatu kriteria tertentu.

Kriteria yang akan digunakan adalah:

- Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2010
- Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan selama tahun pengamatan secara berturut-turut yaitu dari tahun 2007 sampai dengan tahun 2010

Tabel 1
Kriteria Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010	158
Kriteria pemilihan sampel	
1. Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar selama tahun 2007-2010	(25)
2. Perusahaan yang tidak tersedia laporan keuangan	(108)

dan laporan tahunan dari tahun 2007-2010	
Perusahaan yang dapat menjadi sampel penelitian	25

3.2 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder sedangkan metode atau teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik dokumentasi. Adapun dokumen dalam penelitian ini berupa laporan keuangan dan laporan tahunan Perusahaan Manufaktur yang dijadikan sampel, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2007-2010. Data diperoleh dari berbagai informasi antara lain *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan data laporan tahunan yang diperoleh dari situs www.idx.co.id

3.3 Variabel Penelitian, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Terikat (Y)

Nilai perusahaan dihitung dari besarnya nilai saham yang beredar pada tahun berjalan. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q.

Variabel ini diberi simbol Q. Variabel ini telah digunakan oleh Viola Herawaty (2008), Suranta dan Merdistuti (2004) dan Nurlala dan Islahuddin (2008) dalam Rimba (2010). Perhitungan menggunakan rumus :

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

Dimana :

- Q = nilai perusahaan
- EMV = nilai pasar ekuitas (*closing price* x jumlah saham yang beredar)
- D = nilai buku dari total hutang
- EBV = nilai buku dari total ekuitas (total aktiva- total hutang)

2. Variabel Bebas (X)

a. Profitabilitas (X₁)

Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan dalam profitabilitas adalah *Return on equity* (ROE) yang diukur dengan menggunakan rumus:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total ekuitas pemegang saham}}$$

b. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X₂)

Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam bentuk *sustainability reporting*, maka penelitian ini terbatas pada data-data yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya (Dahlia dan Siregar, 2008).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan *CSR disclosure / CSRDI* seperti yang digunakan Nurlala dan Islahuddin (2008).

- a) Membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan sosial

Indikator pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring (2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia.

Adapun indikator pengungkapan *corporate social responsibility* dikategorikan dalam 7 tema, yang terdiri dari 78 item pengungkapan sosial untuk perusahaan manufaktur.

b) Menentukan indeks pengungkapan social untuk setiap perusahaan sampel berdasarkan daftar (*checklist*) pengungkapan social dengan cara sebagai berikut:

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

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan

c) Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlah untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$\text{Dimana : CSRDI} = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

CSRDI j : *corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j

Xj : jumlah item yang diungkapka oleh perusahaan j

Nj : jumlah item pengungkapan CSR

4. HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Statistik Deskriptif

Berikut ini akan disajikan statistik deskriptif mengenai nilai perusahaan, progitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* selama Tahun 2007-2010.

Tabel 1
Statistik deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	100	.01	28.74	2.2233	3.87541
Profitabilitas	100	-.87	3.24	.2067	.40572
Pengungkapan CSR	100	.12	.69	.3261	.13023
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data sekunder yang diolah tahun 2012

4.2 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas Residual

Setelah dilakukan transformasi data yang dapat dilihat pada tabel 7 (b), menunjukkan level signifikan lebih besar dari α ($\alpha = 0,05$) yaitu $0,125 > 0,05$ untuk variabel nilai perusahaan, profitabilitas, dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Dengan demikian dapat dinyatakan data dari ketiga variabel penelitian terdistribusi normal sehingga layak dipakai untuk analisis regresi berganda.

Tabel 2
Uji Normalitas Residual setelah
transformasi data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.53589477
Most Extreme Differences	Absolute	.129
	Positive	.129
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		1.177
Asymp. Sig. (2-tailed)		.125

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: olahan data SPSS 17, 2012

2) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas diuji dengan menggunakan nilai VIF dan Tolerance dari model regresi. Model regresi yang dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,10. Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas:

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	ln_x1	.959	1.043
	CSR D	.959	1.043

a. Dependent Variable: ln_y

Sumber: olahan data SPSS 17, 2012

Berdasarkan Tabel 8 di atas dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan *tolerance*. Nilai VIF untuk variabel profitabilitas (X_1) sebesar 1,043 dengan *tolerance* sebesar 0,959, pengungkapan CSR (X_2)

sebesar 1,043 dengan *tolerance* sebesar 0,959. Masing-masing variabel bebas tersebut 0,959 memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,1, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji gleder. Dalam melakukan uji ini, apabila hasilnya sig > 0.05 maka tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dan model yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas:

Tabel 4
Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.370	.132		2.798	.007
	ln_x1	.080	.041	.222	1.954	.055
	CSR D	.399	.274	.166	1.456	.150

a. Dependent Variable: absolut

Sumber : data olahan SPSS 17, 2012

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa level sig > α 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari gejala Heteroskedastisitas dan layak digunakan dalam analisis regresi berganda.

4) Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode Durbin-Watson. apabila nilai DW lebih besar dari pada batas atas (dua) maka tidak terdapat autokorelasi pada model regresi. Berikut adalah hasil pengujian autokorelasi:

Tabel 5
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.317 ^a	.101	.078	.54255	1.511

a. Predictors: (Constant), CSRD, ln_x1

b. Dependent Variable: ln_y

Sumber: olah data SPSS 17, 2012

Berdasarkan tabel 10 di atas, dapat dilihat bahwa nilai uji Durbin – Watson adalah 1,511. Hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi tidak terdapat autokorelasi.

4.3 Uji Model Penelitian

1) Uji F

Dalam melakukan uji F digunakan kriteria pengujian sebagai berikut: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig < 0,05$ maka hal ini berarti variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen secara serentak. Berikut adalah hasil pengujiannya:

Tabel 6
Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.639	2	1.320	4.483	.014 ^a
	Residual	23.549	80	.294		
	Total	26.188	82			

a. Predictors: (Constant), CSRD, ln_x1

b. Dependent Variable: ln_y

Sumber: olahan data SPSS 17, 2012

Hasil pengolahan data menunjukkan hasil sebesar 4,483 yang signifikan pada 0,014. ($sig < 0.05$). Hal ini berarti bahwa persamaan regresi yang diperoleh dapat diandalkan atau model yang digunakan sudah *fix*.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien *Adjusted R Square* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.317 ^a	.101	.078	.54255

a. Predictors: (Constant), CSRD, ln_x1

b. Dependent Variable: ln_y

Sumber: olahan data SPSS 17, 2012

Hasil pengujian dari Tabel 12 menghasilkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,078. Nilai *Adjusted R Square* ini menunjukkan bahwa

besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 7,8%, sedangkan sisanya sebesar 92,2% ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model.

3) Uji Regresi Berganda

Hasil pengujian regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 8
Hasil koefisien regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.314	.229		-1.367	.175
	ln_x1	.135	.067	.217	2.008	.048
	CSR	1.000	.484	.223	2.064	.042

a. Dependent Variable: ln_y

Sumber: olahan data SPSS 17, 2012

Dari pengolahan data statistik di atas maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -0,314 + 0,135X_1 + X_2 + e$$

Y = Nilai Perusahaan

X₁ = Profitabilitas

X₂ = Pengungkapan *corporate social responsibility*

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Konstanta (α)

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar -0,314. Hal ini berarti bahwa jika variabel independen (profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility*) adalah nol, maka besarnya nilai

perusahaan adalah sebesar konstanta -0,314.

b) Koefisien Regresi X₁

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas (X₁) sebesar 0,135. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan profitabilitas akan mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan sebesar 0,135. Nilai koefisien β dari variabel X₁ bernilai positif yaitu 0,135.

c) Koefisien Regresi X₂

Nilai koefisien regresi variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (X₂) sebesar 1,00. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan indeks pengungkapan *corporate social responsibility* satu satuan akan mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 1,00. Nilai koefisien β dari variabel X₂ bernilai positif yaitu 1,00.

4) Uji Hipotesis (uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Patokan yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai signifikan yang dihasilkan dengan alpha (α) 0,05.

Berdasarkan tabel 11 di atas, maka dapat dilihat pengaruh antar variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

a. Profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hal

ini dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} $2,008 > 2$ (nilai absolut). Nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$ dengan nilai β positif (+) dan derajat kepercayaan (α) 5%. Jadi hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian bahwa H_1 diterima.

2. Pengungkapan *corporate social responsibility* yang diukur dengan *index CSRI* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

Dari hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh hasil bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} $2,064 > 2$ (dalam nilai absolut). Nilai signifikansi sebesar $0,042 < 0,05$ dan nilai β positif (+). Dengan derajat kepercayaan (α) 5%. Jadi hipotesis yang telah dirumuskan sesuai dengan hasil penelitian sehingga H_2 diterima.

5. KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

1) Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2007-2010. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
2. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

2) Keterbatasan

Meskipun peneliti telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini cukup singkat, sehingga manfaat yang diharapkan dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan belum menggambarkan keadaan perusahaan manufaktur secara keseluruhan.
2. Penelitian ini hanya sebatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sehingga kurang mencerminkan perkembangan nilai perusahaan secara keseluruhan.
3. Media yang digunakan sebagai perbandingan dalam pengungkapan informasi tanggung jawab sosial terbatas pada media laporan tahunan saja

3) Saran

Berdasarkan keterbatasan yang melekat pada penelitian ini, saran bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Menggunakan pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih berstandar internasional, misalnya pedoman pelaporan CSR yang dikeluarkan oleh *Global Reporting initiative* (GRI) yaitu *Sustainability*

- Reporting Guidelines* Version 3.0 atau lebih dikenal dengan *GRI G3 Reporting Framework*.
2. Penelitian ini hanya sebatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sebaiknya juga dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
 3. Bagi pemakai informasi keuangan atau calon investor dapat melihat pengungkapan *corporate social responsibility* karena terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
 4. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya memperpanjang periode penelitian agar lebih terlihat pengaruh perkembangan nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene dan Houston Joel. 2001. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga
- Dahlia, L dan Siregar, V.S. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006)*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak
- Florence Devina, Suryanto dan Zulaikha. 2004. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta*. *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus: 161-177
- Ismail Solihin. 2008. *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Januarti. 2009. *Pengaruh Good Corporate Governance dan Voluntary Disclosure terhadap Biaya Hutang*. Universitas Petra Surabaya
- Keown, Arthur J, dkk. 2004. *Manajemen Keuangan Jilid 1*. Indeks: Jakarta
- Lifessy Martalina. 2011. *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2006-2009*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.
- Martono dan Agus Harjito. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta
- McWilliams, A. and D. Siegel: 2000, *Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?*, *Strategic Management Journal* 21(5), 603–609.
- Norawati Harahap. 2011. *Pengaruh CSR Disclosure, Kepemilikan Manajemen, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Nurlela dan Islahudin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility*

- terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium nasional akuntansi XI*
- Rika Susanti. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public yang Listed Tahun 2005- 2008*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Rimba Kusumadilaga. 2010. *Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2006 dan 2008*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Saidi, Zaim dan Hamid Abidin. 2004. *Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia*. Jakarta: Piramedia
- Sayekti, Yosefa dan Lodovicus Sensi Wadabio. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar
- Sembiring. 2005. *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*. *Simposium Nasional Akuntansi 8*
- Sofyan Safri Harahap. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugiarto. 2009. *Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suranta, E. dan Merdistuti, P.P. 2004. *Income Smoothing, Tobin's Q, Agency Problem dan Kinerja Perusahaan*. *Simposium Nasional Akuntansi VII*. Denpasar Bali, 2-3 Desember
- Suwardjono. 2005. *Teori Akuntansi*. Yogyakarta: BPFE.
- Toto Prihadi. 2008. *Analisis Rasio Keuangan*. Jakarta: Pengembang an Eksekutif Universitas Diponegoro Semarang
- Untung Wahyudi dan Hartini Pawestri Prasetyaning. 2005. *Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan : Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening*. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang 23-26 Agustus.
- Viola Herawaty. 2008. *Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan*. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak
- www.idx.co.id
- www.pustakaakuntansiku.wordpress.com