

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP FIRM VALUE
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DAN NON MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2014**

Amelia Oktrivina DS

Universitas Pancasila

siregamelia379@yahoo.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of Corporate Social Responsibility to Firm Value on the manufacturing and non-manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange period 2014. Independent variables used in this study is Corporate Social Responsibility (CSR), while the dependent variable is the Price to Book Value (PBV). The sample in this study consisted of 45 manufacturing companies and 54 non-manufacturing company in Indonesia Stock Exchange in the 2014 study period, that were selected based on certain criteria using purposive sampling method. Analysis of the data used in this research is simple regression analysis. Based on the analysis and discussion of the effect of CSR on firm value, it can put forward some conclusions as follows: 1) CSR significant effect on the Firm Value in manufacturing companies. 2) CSR significant effect on the Firm Value in non-manufacturing company. 3) There is no difference in the effect of CSR on the Firm Value in the manufacturing and non-manufacturing companies. The implication is that companies should be more concern to report their CSR activities because it can influences the firm value

Keywords: CSR, Firm Value, Price to Book Value

I. PENDAHULUAN

Ruang lingkup model keuangan ekonomi meliputi keuangan, investasi mikro, dan berbagai macam ketidakpastian dalam ekonomi. Ketidakpastian dalam ekonomi salah satunya bisa disebabkan oleh kurangnya informasi yang didapat oleh para pelaku ekonomi. Padahal sebuah informasi sangat dibutuhkan oleh para pelaku ekonomi dalam mengambil setiap keputusan, tak terkecuali para investor. Menurut Merton (1987), investor akan menanamkan modalnya ke suatu saham perusahaan dalam suatu *portofolio*, jika mereka mengetahui semua informasi tentang saham perusahaan tersebut. Informasi yang dimaksud tidak hanya yang berhubungan dengan faktor keuangan perusahaan saja, tetapi juga terkait dengan faktor non keuangan perusahaan, salah satunya adalah kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) *Disclosure*. Perusahaan yang memiliki CSR baik akan memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang sehingga menarik minat investor.

Seiring perkembangan zaman, perusahaan tidak lagi hanya memikirkan keuangan semata saja. Saat ini, banyak perusahaan yang sudah mulai tumbuh dan berkembang sehingga mereka sadar pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi. Hal ini memunculkan pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Oleh karena itu, sekarang dikenal istilah tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*). CSR menjadi semakin berkembang saat ini seiring dengan makin meningkatnya lembaga-lembaga institut, *mutual fund*, sumberdaya *onlineserta* publikasi yang menspesialisasikan agar perusahaan semakin meningkat tanggung jawab sosial mereka (Bassen *et al*, 2006).

Di era global saat ini, CSR sudah menjadi isu dunia seiring dengan munculnya *Global Compact*, *Global Reporting Initiatives* (GRI), dan ISO 26000. Tanggung jawab atas persoalan global dan pembangunan masyarakat tidak lagi semata menjadi urusan pemerintah, tetapi juga menjadi tanggung jawab pihak swasta. Dengan melakukan CSR secara sukarela dan terus-menerus maka perusahaan dianggap sudah memperhatikan kesejahteraan para pemangku kepentingan sehingga citra baik akan melekat pada perusahaan. Kesadaran akan CSR saat ini sudah mulai meningkat, seperti yang dilaporkan *Corporate Register*(2009) bahwa pada tahun 2000 jumlah korporasi global yang melakukan pelaporan CSR baru sekitar 600 perusahaan. Pada tahun 2007 jumlahnya telah mencapai lebih dari 2.500 perusahaan. Pada akhir tahun 2009, perusahaan yang melaporkan CSR telah mencapai lebih dari 4.000 perusahaan.

Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing untuk mempertahankan eksistensi perusahaan. Untuk mengetahui eksistensi perusahaan dapat dilihat dengan mengukur kinerja keuangan perusahaan tersebut. Pengukuran kinerja keuangan dapat diketahui melalui 2 sisi yaitu: segi internal perusahaan melalui laporan keuangan perusahaan (*financial performace*) dan segi eksternal yaitu melalui nilai perusahaan (*firm value*) dengan menghitung kinerja keuangan tersebut.

Tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (namun bukan hanya) perusahaan adalah memiliki tanggung jawab yang seharusnya dilakukan yaitu terhadap konsumen, karyawan pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional. Maksudnya adalah keputusan yang diambil perusahaan tidak hanya semata berdasarkan faktor keuangan saja yang lebih mengutamakan para pemegang saham tetapi juga memikirkan faktor lain seperti lingkungan dan sosial untuk jangka panjang.

Gagasan *CSR Disclosure* yaitu perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang diutamakan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu selain finansial adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjalin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan.

Terdapat berbagai penelitian yang terkait dengan hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan kinerja keuangan yang menunjukkan adanya keanekaragaman hasil. Seperti penelitian yang dilakukan oleh menyatakan bahwa aktivitas *CSR* berhubungan positif dengan kinerja keuangan perusahaan, seperti penelitian Anggraini (2006), Dahlia dan Siregar (2008). Tetapi hal ini berlawanan dengan penelitian oleh Lindawati (2008) dan Fiori, Donato, dan Izzo (2007), yang menemukan bukti empiris bahwa *CSR* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Atas dasar penelitian tersebut diatas, maka penulis ingin mengetahui sejauh mana pengaruh pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan atau *CSR* terhadap kinerja keuangan perusahaan. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur?
- b. Bagaimana pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan non manufaktur?
- c. Apakah ada perbedaan pengaruh *CSR* antara perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur?

Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan kinerja keuangan. Diharapkan dapat digunakan sebagai referensi oleh para pelaku usaha dan manajemen perusahaan untuk meningkatkan kualitas perusahaan serta memberikan motivasi untuk meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan dan sosial melalui program *CSR Disclosure* serta menjadi tambahan bahan evaluasi dan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi.

II. TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

1. Kajian Teori

a. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi

stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). *Stakeholder* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Yang termasuk *stakeholder* primer adalah *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun konsume. Sedangkan yang termasuk *stakeholder* sekunder adalah pemerintah, masyarakat umum dan lingkungan. Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustiarini, 2010).

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*. Teori *stakeholder* jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (*public*) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat yang ternyata saling terkait. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya, yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, kearah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

b. Corporate Social Responsibility

CSR adalah sebuah kewajiban yang dibebankan pada Perseroan Terbatas melalui Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pasal 74 ayat (1) UU 40 tahun 2007 ini menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Dengan adanya Undang-Undang ini, industri atau korporasi-korporasi wajib untuk melaksanakannya, namun kewajiban ini bukan merupakan suatu beban yang memberatkan. Pembangunan suatu negara tidak hanya tanggung jawab pemerintah dan industri saja. Diperlukan kerjasama dengan seluruh masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan sosial dan pengelolaan kualitas hidup

masyarakat. Perusahaan berperan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang sehat dengan mempertimbangkan faktor lingkungan hidup. Saat ini dunia usaha tidak hanya memperhatikan keuntungan yang didapatkan, namun juga harus memperhitungkan aspek sosial, dan lingkungan. Ketiga elemen inilah yang kemudian bersinergi membentuk konsep pembangunan berkelanjutan.

Beberapa hal yang termasuk dalam *CSR* ini antara lain adalah tatalaksana perusahaan (*corporate governance*) yang sekarang sedang marak di Indonesia, kesadaran perusahaan akan lingkungan, kondisi tempat kerja dan standar bagi karyawan, hubungan perusahaan-masyarakat, investasi sosial perusahaan (*corporate philanthropy*). Berdasarkan teori diatas, di sini akan membahas tentang *CSR* dan bagaimana manfaat-manfaat bagi masyarakat dan keuntungan bagi perusahaan dan contoh perusahaan yang telah menerapkan *CSR*.

Definisi *CSR* menurut *World Business Council on Sustainable Development* adalah komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas. Wacana Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) yang kini menjadi isu sentral yang semakin populer dan bahkan ditempatkan pada posisi yang penting, karena itu kian banyak pula kalangan dunia usaha dan pihak-pihak terkait mulai merespon wacana ini, tidak sekedar mengikuti tren tanpa memahami esensi dan manfaatnya.

c. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Menurut Hadi (2011:59) mengurai prinsip-prinsip *CSR* menjadi 3 (tiga), yaitu: *Sustainability*, *Accountability* dan *Transparency*.

- 1) *Sustainability*, yaitu berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumberdaya sekarang tetap memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *Sustainability* berpihak pada upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
- 2) *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun

image terhadap para pemangku kepentingan. Menurut Hadi (2009) menunjukkan bahwa tingkat keluasan dan keinformasian laporan perusahaan memiliki konsekuensi sosial maupun ekonomi. Tingkat akuntabilitas dan tanggung jawab perusahaan menentukan legitimasi *stakeholder* eksternal, serta meningkatkan transaksi saham perusahaan.

- 3) *Transparency*, merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai pihak dari lingkungan.

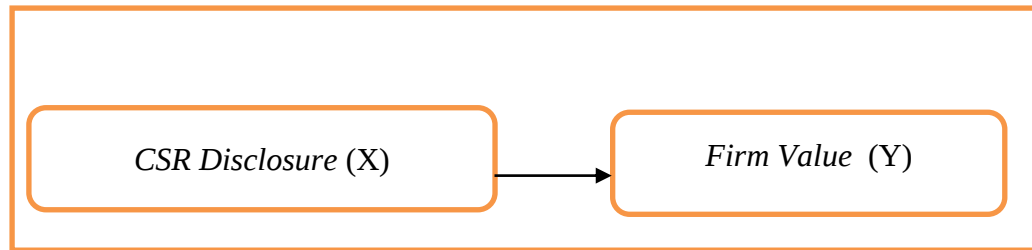
d. Firm Value

Nilai perusahaan (*Value Of The Firm*) merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Nilai Perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham Gapensi, 1996). Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset.

Menurut Fama (1978) nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual di saat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham, dengan meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan pun akan meningkat.

2. Pengembangan Hipotesis



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Bagi banyak perusahaan, melaksanakan CSR dengan baik tidak lagi dilihat sebagai biaya ekstra atau beban manajemen. Bahkan CSR dilihat tidak hanya untuk menciptakan citra bisnis yang baik dari sudut perusahaan tetapi juga memberikan kontribusi pada jangka panjang dari perusahaan tersebut dan tentunya mempertahankan eksistensi perusahaan tersebut.

Hal ini dapat digunakan sebagai salah satu pertimbangan bagi investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki komitmen CSR dan mengurangi anggapan bahwa penerapan CSR yang berbiaya besar justru mengurangi *return* yang diharapkan investor. Demikian pula bagi manajemen, agar dapat lebih memperhatikan pelaksanaan CSR dengan efektif dimana hal tersebut akan mampu mendorong perusahaan untuk memiliki kinerja yang lebih baik lagi., sehingga diharapkan perusahaan juga dapat bersaing secara terbuka dengan perusahaan lainnya dalam menghadapi persaingan global.

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

Pelaksanaan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di 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.

H₁: CSR berpengaruh terhadap *Firm Value* pada perusahaan manufaktur.

H₂: CSR berpengaruh terhadap *Firm Value* pada perusahaan non manufaktur.

H₃: Ada perbedaan pengaruh CSR terhadap *Firm Value* pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan obyek penelitian. Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia tahun 2014 serta perusahaan non manufaktur sektor keuangan tahun 2014. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu teknik yang digunakan dalam penentuan sampel yang dipilih berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2014.
- b. Menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2014.
- c. Perusahaan tersebut mengungkapkan laporan *CSR Disclosure* dalam laporan tahunan pada periode 2014.
- d. Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur yang memiliki variabel data yang di perlukan dalam penelitian.

3.2 Operasioanal variabel

a. Variabel Tidak Bebas (*Dependent Variabel*)

Variabel tidak bebas (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (*Firm Value*). Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price Book Value (PBV)*. PBV adalah rasio yang menunjukkan apakah harga saham (harga pasarnya) yang

diperdagangkan di atas atau di bawah nilai buku saham tersebut. PBV dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

b. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *CSR Disclosure* merupakan pengungkapan informasi mengenai kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan sosial dan lingkungan hidup yang terdapat di dalam laporan tahunan. Dalam penelitian ini, *CSR Disclosure* diukur dengan menggunakan index CSR (CSRI) mengacu pada Sembiring (2005) yaitu menggunakan 7 indikator dan memiliki 78 item pengungkapan yang terdiri dari:

Perhitungan CSRI dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap indikator CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya skor dari setiap indikator dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan (Haniffa, dalam Titisari 2010). Rumus perhitungan CSRI Menurut (Haniffa, dalam Sayekti dan Wondabio, 2007) adalah sebagai berikut:

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

Dimana :

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure* Indeks Perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} : dummy variabel : 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

c. Variabel Kontrol

Variabel kontrol adalah variabel yang dikendalikan atau dibuat konstan sehingga pengaruh variabel independen terhadap dependen tidak dipengaruhi oleh faktor luar yang tidak diteliti. Variabel kontrol sering digunakan oleh peneliti, bila akan melakukan penelitian yang bersifat membandingkan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data (*Sample Collection*)

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Yaitu jenis data yang diperoleh atau dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber utama (perusahaan) yang dijadikan obyek penelitian.

Data dalam penelitian ini berupa laporan tahunan pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan dan laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur selama periode 2014. Selain itu data diperoleh dari *Indonesian Directory Exchange* (IDX) website: www.idx.co.id dan www.sahamok.com

3.5 Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependent (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai dari variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Model penelitian yang diajukan adalah : $PBV_i = \beta_{0i} + \beta_1 CSR_i + \epsilon_i$

Dimana:

PBV : Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

CSR : Variabel independen

b. Uji Hipotesis

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasar pengambilan keputusannya adalah:

- Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).
- Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel } 1,96$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara CSR perusahaan Manufaktur dengan CSR perusahaan Non-Manufaktur.

Uji t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan *Statistical Package for the Social Sciences* 20 (SPSS 20) dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$).

c. Analisis Multiple Group

Analisis *multiple group* atau sering disebut analisis multi sampel bertujuan untuk membandingkan analisis data berdasarkan karakteristik sampel. Analisis multiple group dinyatakan dengan rumus:

$$t = \frac{\text{Pathsample 1} - \text{Pathsample 2}}{\sqrt{\text{se}^2 \text{ sample1} + \text{se}^2 \text{ sampel2}}}$$

Dimana:

Pathsample 1 : Koefisien jalur 1

Pathsample 2 : Koefisien jalur 2

SeSample 1 : Nilai standar *error* koefisien 1

SeSample 2 : Nilai standar *error* koefisien 2

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

Pada bab ini menjelaskan secara singkat mengenai populasi dan sampel yang digunakan. Obyek penelitian yang digunakan adalah informasi mengenai pengungkapan CSR dan *Price to Book Value (PBV)* sebagai proksi dari nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur periode 2014. Tabel pembagian sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Pembagian Sampel Penelitian

No	Keterangan Sampel	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Non Manufaktur
1	Perusahaan manufaktur (sektor industri dasar dan kimia) dan perusahaan non-manufaktur (sektor keuangan) yang terdaftar di BEI pada tahun 2014	64	81
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan <i>annual report</i>	(2)	(3)
3	Perusahaan yang tidak melaporkan <i>Price to Book Value (PBV)</i>	(0)	(2)
4	Perusahaan manufaktur (sektor industri dasar dan kimia) dan perusahaan non-manufaktur (sektor keuangan) yang tidak melaksanakan CSR	(6)	(8)
5	Data outlier	(11)	(14)
	Jumlah perusahaan yang dapat dijadikan sampel	45	54

Sumber : data diolah

Dari populasi yang ada, jumlah sampel yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 45 perusahaan untuk perusahaan manufaktur dan 54 perusahaan untuk

perusahaan non manufaktur, dimana sampel tersebut dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Dari 64 perusahaan untuk perusahaan manufaktur dan 81 perusahaan non manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014 hanya diperoleh 45 perusahaan untuk perusahaan manufaktur dan 54 perusahaan untuk perusahaan non manufaktur yang memenuhi kriteria yang dapat dijadikan sampel penelitian. Untuk mengetahui apakah perusahaan-perusahaan tersebut mengungkapkan CSR atau tidak, maka penelitian melihat dalam laporan tahunan perusahaan. Untuk mendapatkan Nilai Perusahaan, peneliti melihat hasil *Price to Book Value (PBV)*. Untuk menghitung nilai dari Ukuran Perusahaan.

B. Hasil Penelitian

Koefisien determinasi perusahaan non manufaktur adalah sebesar 0,119 berarti bisa dikatakan sebesar 11,9% variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dan sisanya 88.1% dijelaskan oleh faktor lain. Nilai *Standard Error of the Estimate (SES)* sebesar 0,66621. Sedangkan pada perusahaan non manufaktur diperoleh *R Square* sebesar 0,075 berarti bisa dikatakan sebesar 7,5% variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat dan sisanya 92.5% dijelaskan oleh faktor lain. Nilai *Standard Error of the Estimate (SES)* sebesar 0,73034. F test kedua model model regresi juga menunjukkan bahwa model regresi adalah model yang layak (Sig. 0.02 pada perusahaan manufaktur dan 0.045 pada perusahaan non manufaktur).

Tabel 2. Analisis Regresi Sederhana Perusahaan Manufaktur

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,744	,291		5,988	,000
CSR	1,463	,607	,345	2,413	,020

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas ditampilkan nilai koefisien a dan b serta harga t hitung serta tingkat signifikansi. Persamaan garis regresi adalah sebagai berikut:

$$PBV = 1,744 + 1,463 \text{ CSR}$$

Harga a=1,744 merupakan nilai konstanta a yang menunjukkan bahwa jika tidak ada nilai CSR maka besarnya PBV adalah sebesar 1,744. Sedangkan koefisien regresi sebesar 1,463 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR pada perusahaan non manufaktur sebesar 1

maka ada kenaikan PBV sebesar 1,463. Angka 0,345 pada *standardized coefficients* (beta) menunjukkan tingkat korelasi antara PBV dan CSR.

Tabel 3 Analisis Regresi Sederhana Perusahaan Non Manufaktur
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,711	,182		9,419	,000
	CSR	1,427	,694	,274	2,056	,045

a. Dependent Variable: PBV

Dari tabel di atas ditampilkan nilai koefisien a dan b serta harga t hitung serta tingkat signifikansi. Persamaan garis regresi adalah sebagai berikut:

$$PBV = 1,711 + 1,427 \text{ CSR}$$

Harga a=1,711 merupakan nilai konstanta a yang menunjukkan bahwa jika tidak ada nilai CSR maka besarnya PBV adalah sebesar 1,711. Sedangkan koefisien regresi sebesar 1,427 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR pada perusahaan non manufaktur sebesar 1 maka ada kenaikan PBV sebesar 1,427. Angka 0,038 pada *standardized coefficients* (beta) menunjukkan tingkat korelasi antara PBV dan CSR.

Analisis Multiple Group

Analisis *multiple group* atau sering disebut analisis multi sampel bertujuan untuk membandingkan analisis data berdasarkan karakter sampel. Analisis *multiple group* dinyatakan dengan rumus:

$$t = \frac{\text{Pathsample 1} - \text{Pathsample 2}}{\sqrt{\text{se}^2 \text{ sample1} + \text{se}^2 \text{ sampel2}}}$$

Keterangan	Perusahaan Manufaktur	Perusahaan Non Manufaktur
Koefisien Jalur	2,413	2,056
Standar Error	0,607	0,694

Dari hasil analisis SPSS di atas didapat:

$$t = \frac{((2,413) - (2,056))}{\sqrt{(0,607)^2 + (0,694)^2}}$$

$$t = 0,387$$

Oleh karena nilai t statistik sebesar 0,387 dan nilai ini diatas nilai t table – 1,96 (untuk α 5%) maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur.

C. Pembahasan

1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur

Berdasarkan hasil penelitian di atas pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur, hasil hipotesa menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena mempunyai nilai signifikansi dibawah 0,05. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Gunawan dan Utami (2008) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

2. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Manufaktur

Berdasarkan hasil penelitian di atas pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Non Manufaktur, hasil hipotesa menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena mempunyai nilai signifikansi dibawah 0,05. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Reny Dyah Retno yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) yang mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan bagi *stakeholder* yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

3. Perbandingan Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Antara Perusahaan Manufaktur dan Perusahaan Non Manufaktur

Hasil penelitian menggunakan uji Multigroup menyatakan bahwa hasil hipotesa tidak signifikan yang berarti tidak ada perbedaan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dalam perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur.

V. KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, menyimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan keseluruhan hasil statistik dalam penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur.
2. Berdasarkan keseluruhan hasil statistik dalam penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Non Manufaktur.
3. Berdasarkan hasil uji Multigroup yang telah dilakukan menyatakan bahwa tidak ada perbedaan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan antara perusahaan manufaktur dan perusahaan non manufaktur.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan beberapa kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran-saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur” ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Investor dan Kreditor

Dalam mengambil keputusan untuk berinvestasi ataupun untuk memberikan pinjaman kepada perusahaan hendaknya memperhatikan informasi yang optimal dari suatu perusahaan, misalnya aktivitas dan pengungkapan CSR.

2. Bagi Emiten

Mengingat informasi CSR mulai mendapat perhatian dari *stakeholder*, sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan pengungkapan aktivitas yang berhubungan dengan sosial dan lingkungan dengan tetap memperhatikan *cost and benefit*.

3. Bagi Badan Regulasi

Melihat informasi CSR dapat mempengaruhi keputusan investor dalam menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, diharapkan badan regulasi dapat menentukan aturan

pengungkapan CSR dalam laporan tahunan dengan lebih jelas dan tegas. Misalnya dengan mewajibkan pengungkapan CSR untuk perusahaan *go publik*.

Adapun rekomendasi penelitian selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema CSR adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berikutnya sebaiknya membuat indeks pengukuran CSR dengan menggunakan metode lain seperti *weighted index* berdasarkan IER, sehingga hasilnya dapat diperbandingkan diantara pengukuran CSR.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan sampel yang lebih banyak, tahun pengamatan yang lebih lama dan tidak hanya perusahaan manufaktur atau perusahaan non manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya bisa menambah variabel selain pengungkapan CSR yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan. Misalnya, penerapan Corporate Governance, untuk semakin menunjukkan transparansi dalam hal pengungkapan pelaporan dari perusahaan.
4. Penelitian selanjutnya bisa dengan membandingkan keluasan pengungkapan CSR antara perusahaan di Indonesia dengan negara lain (studi komparatif).

DAFTAR REFERENSI

- Anita, Dian. W. 2009. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosures dan Institutional Ownership terhadap Firm Value*. (Studi Empiris Pada Perusahaan Kontruksi, *Property* dan *Real Estate* di BEI tahun 2005-2007). Skripsi. Fakultas Ekonomi Sebelas Maret.
- Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility: Dari Voluntary menjadi Mandatory*. Edisi Pertama. Jakarta : Rajawali Pers.
- Breadsell, Julie. 2008. *The Influence of CSR Disclosure on Corporate Governance and Company Performance*. 2008. ISSN:1662-761x.
- Citraningrum, Dwi Ayu & dkk. 2014. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Financial Performance dan Firm Value (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Pada Indeks SRIKEHATI Periode 2010-2012*. Jurnal Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Malang.
- Daniri, Achmad. 2006. *Standarisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*. Google Search.

- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Empat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Cetakan Empat. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Heraldo, Dhany. 2013. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Cost Of Equity Capital Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Non Keuangan dan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2006-2010)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Jakarta.
- Latan, Hengky SE & Prof.DR. Imam Ghozali, M.COM,AK. *Partial Least Square Konsep, Metode dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS2.0 untuk Penelitian Empiris*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.
- Lely, Dahlia. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan. *Akuntabilitas* Vol:9, no:2.
- Nugraheni, Shinta. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Univesitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Nurhasanah, Siti. 2013. *Pengaruh Corporate Socil Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. Jakarta.
- Pemerintah Republik Indonesia. UU No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas
- Ratiwi, Fitri. 2013. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila. Jakarta.

Supriyadi, Edy Dr. Ir, MBA. 2014. *SPSS+AMOS (Statistical Data Analysis)*. Edisi Pertama.
Jakarta : Penerbit IN MEDIA.

Wibisono, Yunus (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing.