
**PENGARUH CSR DISCLOSURE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(STUDI KASUS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR di BEI)**

Rulyanti Susi Wardhani¹
rulyanti-susi@ubb.ac.id

Abstract

CSR issue influences the corporate business performance, so that the corporate is demanded to be responsive. The aims of the research are to perceive: (1) the influence of CSR disclosure to firm value, (2) the influence of CSR disclosure to the firm value with financial performance as intervening variable. The research took 32 manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange from 2007 to 2009 for the population by purposive judgement sampling. Data was collected by content analysis and documentation method with the observation period during 3 years. The analysis method used path analysis with SPSS 17 version. The results show that CSR disclosure does not influence the firm value directly, and the firm value with financial performance as variable intervening does not either.

Keywords: *CSR Disclosure, Firm Value, Financial Performance.*

1. PENDAHULUAN

Eksistensi perusahaan ditengah lingkungan dan masyarakat berdampak dalam dua kondisi yaitu positif dan negatif. Dampak positif, bahwa perusahaan di tengah lingkungan dan masyarakat menambah nilai (*value*) seperti: menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, menyumbang pendapatan daerah dan Negara, serta mendukung peningkatan ekonomi. Sementara dampak negatif perusahaan di tengah lingkungan menimbulkan pencemaran udara, tanah dan air, sehingga perusahaan dituntut untuk bertanggung jawab terhadap dampak negatif tersebut. Kepedulian perusahaan dalam lingkungan dan masyarakat dapat diwujudkan dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pemikiran yang melandasi CSR adalah *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice* (Tilt, 1994 Yosefa dan Ludovicus, 2007 dalam kiki, 2009). CSR merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan pemegang saham (*shareholder*), tetapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* (Lely dan Silvia, 2008). Tanggung jawab perusahaan tidak hanya meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang lebih menekankan pendekatan ekonomi, tetapi yang lebih penting adalah menjaga hubungan yang harmonis dengan pihak *stakeholders* yaitu karyawan, kreditor, investor, pemerintah, lembaga sosial masyarakat, konsumen dan lingkungan sekitarnya. CSR menekankan bahwa

¹ Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung

perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis dan berkesinambungan (*sustainable*) secara ekonomi, sosial dan lingkungan. *Global compact initiative* (2002) dalam Ria (2010) menyebutkan pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007 dalam Ria, 2010).

Wacana CSR di Indonesia mulai muncul sejak disahkannya Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 terutama pasal 74 yang mewajibkan perusahaan menganggarkan dana pelaksanaan tanggung jawab sosial terutama bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya, yang berkaitan dengan sumber daya alam dengan mewajibkan perseroan menyisihkan sebagian laba bersih untuk pelaksanaan CSR. Wacana ini digunakan oleh perusahaan untuk ikut serta dalam mengambil peran dalam perekonomian menghadapi pasar bebas.

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan keuangan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan akuntabilitas, responabilitas, dan transparansi *corporate* kepada investor dan *stakeholder* lainnya. Pengungkapan tersebut untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dan *public* dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate responsibility* sosial lingkungan dan sosial dalam setiap aspek kegiatan operasinya. (Novita dan Djakman. 2008 dalam kiki, 2009)

Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun *image* pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Cowen dkk (1987) dalam Hackston dan Milne (1999) dalam Rika dan Islahudin (2006) bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial, karena hal ini akan meningkatkan *brand image* dan penjualan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Veronica dan Dahlia, (2008) terbukti bahwa aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan memiliki dampak positif terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif dalam jangka panjang, yang tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan (ROE). ROE merupakan tingkat hasil pengembalian investasi bagi pemegang saham atas laba yang dihasilkan dari aktivitas operasinya. Semakin tinggi ROE yang dihasilkan, maka kinerja perusahaan dinilai semakin baik. ROE yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinApabila laba diartikan sebagai laba ekonomi (*economic profit*), maka memaksimalkan laba dalam jangka panjang akan konsisten dengan memaksimalkan nilai perusahaan (Suad Husnan, 2000:11). Tetapi tanggung jawab perusahaan tidak hanya meningkatkan kemakmuran pemegang saham yang lebih menekankan pendekatan ekonomi, tetapi yang lebih penting menjaga hubungan yang harmonis dengan pihak *stakeholder*. Hubungan yang harmonis dengan *stakeholder* diharapkan mampu memperpanjang kelangsungan hidup (*going concern*) suatu perusahaan.

Milne dan Patten (2002) dalam Nor hadi (2009) menyatakan bahwa *social responsibility disclosure* memiliki kandungan informasi untuk transaksi dan informasi di pasar modal (*stock exchange*). Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Nor Hadi (2009) luas pengungkapan tanggung jawab sosial (*extent of social responsibility disclosure*) memiliki kandungan ekonomi (*economic consequences*) yaitu dapat meningkatkan

nilai pasar saham perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kinerja sosial perusahaan (diukur dengan *index reputation*) memiliki pengaruh terhadap kinerja saham (*differential stock price*) dan luas pengungkapan sosial (*social disclosure*). Hal ini menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi, investor atau kreditor dapat melihat informasi mengenai tanggung jawab sosial sebagai informasi penting selain kinerja keuangan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Rimba (2010) yang dahulu meneliti pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* pada tahun periode 2006 dan 2008. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan variabel profitabilitas sebagai variabel *moderating* tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Dari uraian diatas penulis bermaksud untuk menelaah dan menguji lebih lanjut mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini penulis mencoba untuk menguji dengan menggunakan data tahun 2007-2009 dengan menguji kembali CSR *disclosure* dengan menambah variabel kinerja dan *going concern value* sebagai variabel *intervening*. Alasan peneliti menggunakan variabel *intervening* karena variabel *intervening* secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, tetapi tidak dapat dilihat, diukur dan dimanipulasi.

Kinerja dipilih sebagai variabel *intervening* dalam penelitian ini karena prestasi yang ditunjukkan perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan khususnya yang tercermin dari kondisi keuangan perusahaan. Informasi utama yang dapat menggambarkan kinerja keuangan melalui laporan keuangan adalah laba atau profitabilitas. Apabila perolehan laba dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, akan mempengaruhi pembagian deviden serta keyakinan investor akan kelangsungan hidup perusahaan yang melakukan CSR, diharapkan ada *capital gain* dimasa datang. Hal ini menarik bagi investor yang akan menanamkan modalnya pada suatu perusahaan.

Going concern value dipilih kedalam penelitian ini karena asumsi *going concern* berarti suatu badan usaha dianggap mampu mempertahankan kegiatan usahanya dalam jangka pendek dan tidak akan dilikuidasi dalam jangka pendek. Kelangsungan hidup perusahaan dapat dilihat dari penilaian terhadap perusahaan tersebut. Hal ini yang menjadi tujuan utama suatu perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Selain itu terdapat perbedaan dalam menganalisis data yaitu penelitian ini menggunakan metode analisis jalur. Berdasarkan uraian di atas, maka masalah dalam penelitian adalah 1) Apakah CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan 2) Apakah CSR berpengaruh terhadap *going concern value* dan Apakah CSR, kinerja keuangan, *going concern value* secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Corporate Social Responsibility atau CSR

CSR menurut : *The World Business Council for sustainable Development* (WBCSD), lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 dan beranggotakan lebih dari 120 perusahaan multinasional yang berasal dari 30 negara memberikan definisi CSR sebagai “*continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and*

their families as well as of the local community and society at large". Sedangkan menurut *World Bank* yang memandang CSR sebagai "*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development*"

CSR menurut ISO 26000 yaitu tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (draft 3, 2007). Pemikiran yang melandasi CSR yang dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham atau *shareholder*, tetapi juga kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham atau *shareholder* yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban tersebut. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholders*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik, atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga *competitor* (Rika dan Islahudin, 2008).

2.2 Pengungkapan Informasi Sosial Perusahaan

Pengungkapan (*disclosure*) merupakan suatu istilah yang relatif akan tetapi merupakan tujuan dasar laporan tahunan setelah menentukan siapa dan untuk apa informasi keuangan itu disajikan. Informasi yang disajikan dalam laporan keuangan akan dapat dipahami dan tidak menimbulkan salah inteprestasi hanya karena laporan keuangan tersebut dilengkapi dengan pengungkapan yang memadai. Pengungkapan yang memadai bukan berarti banyaknya penggunaan persoalan-persoalan yang dianggap penting untuk auditor sehingga laporan keuangan tergantung pada cukup tidaknya pengungkapan-pengungkapan mengenai hal-hal yang cukup materil (Hendrickson, 1992 dalam Ana, 2008).

Pengungkapan sosial dalam tanggung jawab perusahaan sangat perlu dilakukan, karena bagaimanapun juga perusahaan memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial (*social resources*). Jika aktivitas perusahaan menyebabkan kerusakan sumber-sumber sosial maka dapat timbul adanya biaya sosial (*social cost*) yang harus ditanggung oleh masyarakat, sedang apabila perusahaan meningkatkan mutu *social resources* maka akan menimbulkan *social benefit* (manfaat sosial).

Gray et.al.(1995) dalam Kiki (2009), mengelompokkan teori yang dipergunakan oleh para peneliti-peneliti untuk menjelaskan kecenderungan perusahaan mengungkapkan informasi sosial sebagai berikut:

a. *Decision Usefulness Studies*

Sebagian dari studi yang dilakukan oleh para peneliti yang menggunakan teori ini menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh para pemakai laporan tahunan. Informasi uang terdapat dalam laporan tahunan tidak hanya terbatas pada informasi yang telah dikenal selama ini tetapi juga memuat informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi.

b. *Economic Theory Studies*

Teori ini menggambarkan manajemen sebagai agen dari suatu *interest group* dari perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, maka manajemen berusaha untuk mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan *interest group* yang di antaranya adalah masyarakat.

c. *Social And Political Theory Studies*

Studi dibidang *social and political* ini mencakup tiga teori utama yaitu:

- 1) Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Perusahaan berusaha untuk mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaan. Semakin kuat posisi *stakeholder* maka semakin kuat pula kecenderungan perusahaan untuk mengadaptasikan dirinya sesuai dengan keinginan para *stakeholders*-nya. Dalam hal ini, pengungkapan informasi sosial dan lingkungan harus dianggap sebagai wujud dialog antara manajemen dan *stakeholder*-nya.
- 2) Teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau status manakala sistem nilai suatu entitas sesuai dengan sistem nilai dari sistem sosial dan merupakan tempat atau bagian dari entitas tersebut, sehingga apabila terdapat perbedaan dari kedua sistem nilai tersebut akan dapat mengancam legitimasi entitas itu sendiri. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan mempunyai kewajiban untuk melakukan aktivitas usahanya berdasarkan nilai-nilai keadilan.
- 3) Teori ekonomi politik menyatakan bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya memusatkan semata-mata pada pasar, tetapi lebih daripada itu yakni seperti pemerintah, hukum, dan hak milik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan informasi sosial dilakukan sebagai reaksi terhadap tekanan-tekanan dari lingkungannya agar perusahaan merasa eksistensi dan aktivitasnya terlegitimasi.

Menurut Fredman dalam Rimba (2010) ada tiga pendekatan dalam laporan kinerja sosial, perusahaan yaitu:

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitass-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial lalu auditor akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosialnya ini dirangkum menjadi empat kelompok sebagai berikut:

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkomplikasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas-aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga tujuan dari aktivitas tersebut serta hasil yang telah dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan perusahaan yang telah ditetapkan itu.

d. *Cost Benefit*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serta biaya dan manfaat aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengukur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

2.3 Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Ada dua jenis ungkapan dalam laporan keuangan yang telah ditetapkan oleh badan yang memiliki otoritas di pasar modal. Yang pertama adalah ungkapan wajib (*mandatory disclosure*), yaitu informasi yang harus diungkapkan oleh emiten yang diatur oleh peraturan pasar modal di suatu negara. Sedangkan yang kedua adalah ungkapan sukarela (*voluntary disclosure*), yaitu ungkapan yang dilakukan secara sukarela oleh perusahaan tanpa diharuskan oleh standar yang ada. Pengungkapan sosial yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang sifatnya sukarela. Karenanya, perusahaan memiliki kebebasan untuk mengungkapkan informasi yang tidak diharuskan oleh badan pengawas modal. Keragaman dalam pengungkapan disebabkan oleh entitas yang dikelola oleh manajer yang memiliki filosofis manajerial yang berbeda dan keluasan dalam kaitannya dengan pengungkapan informasi kepada masyarakat.

Hanya sedikit saja yang diketahui mengenai dampak dari akuntansi sosial terhadap pengirim informasi. Masih terdapat relatif sedikit akuntansi sosial bagi publik dan kebanyakan riset mengenai hal itu berkaitan dengan dampak terhadap penerima dari informasi yang dilaporkan. Karena akuntansi sosial *eksternal* masih bersifat sukarela, maka tidak terdapat dampak apapun terhadap persyaratan pelaporan, meskipun masih terdapat dampak terhadap pelaporan sukarela. Karena akuntansi sosial adalah bidang perhatian yang relatif baru dan seringkali mengalami konflik dengan kriteria kinerja yang sudah mapan, maka terutama adalah sangat penting untuk menggabungkan persyaratan pelaporan dengan pedoman berperilaku dan sanksi untuk ketidakpatuhan yang sangat *emphit*. (Arfan dan Muhamad, 2005: 252).

Pengungkapan CSR atau informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (tidak diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Dalam penelitian ini pengidentifikasian hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI (*Global Reporting Initiative*) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Tiga fokus pengungkapan GRI, antara lain:

- 1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*), terdiri dari 9 item.
- 2) Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*), terdiri dari 30 item
- 3) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*), terdiri dari 40 item

CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Ana, 2007).

Akuntansi pertanggungjawaban sosial (*social responsibility Accounting*) di definisikan sebagai proses seleksi variabel-variabel kinerja sosial tingkat perusahaan, ukuran dan prosedur pengukuran, yang secara sistematis mengembangkan informasi yang bermanfaat untuk mengevaluasi kinerja sosial perusahaan dan mengkomunikasikan informasi tersebut kepada kelompok sosial yang tertarik, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Akuntansi pertanggungjawaban sosial dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana perusahaan atau organisasi memberikan kontribusi positif maupun negatif terhadap kualitas hidup manusia dan lingkungannya (Belkaoui, 2000 dalam Ana, 2007).

2.4 Tujuan Pengungkapan CSR

Ramathan (1976) dalam Kiki (2009) mengemukakan tujuan dari pengungkapan sosial perusahaan sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi dan mengukur kontribusi sosial perusahaan tiap periode, yang tidak hanya berupa *internalisasi social cost* dan *social benefit*, tetapi juga pengaruh *eksternalitas* tersebut terhadap kelompok sosial yang berbeda.
- b. Untuk membantu menentukan apakah strategi dan praktik perusahaan secara langsung mempengaruhi sumber daya dan status kekuatan dari individu, masyarakat, kelompok sosial dan generasi yang konsisten dengan prioritas sosial di satu sisi dengan apresiasi individu di pihak lain.
- c. Untuk menyediakan secara optimal informasi-informasi yang relevan dengan unsur sosial dalam tujuan, kebijakan, program, kinerja dan sumbangan perusahaan terhadap tujuan sosial.
- d. Untuk meningkatkan keunggulan daya saing perusahaan dalam *globalisasi* dan atau perdagangan bebas.

Isu-isu yang berkaitan dengan reputasi, manajemen risiko dan keunggulan kompetitif juga menjadi kekuatan yang mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan informasi sosial.

2.5 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Indikator dari nilai perusahaan adalah harga saham, dan kalau harga saham meningkat maka dapat dikatakan bahwa keputusan-keputusan manajemen perusahaan itu benar, karena rahasia manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan refleksi dari nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat.

Nilai pasar dapat dilihat dari harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

Perusahaan yang menjual sahamnya ke masyarakat (*go public*) indikator nilai perusahaan adalah harga saham yang diperjual belikan tersebut. Nilai perusahaan merupakan gambaran menyeluruh dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan akan diukur menggunakan rasio Tobin's q. Tobin's adalah salah satu rasio yang dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena rasio ini bisa menjelaskan berbagai fenomena dalam kegiatan perusahaan. Penilaian usaha menurut Standar Penilaian Usaha (SPI, 2002:191) adalah suatu proses untuk memperkirakan nilai suatu perusahaan baik yang bersifat *going concern* (berjalan atau beroperasi) maupun yang tidak termasuk berbagai kepentingan dan kepemilikan (*business ownership interest*), serta transaksi dan kegiatan yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Smithers dan Wright (2000:37) Tobin's q didefinisikan sebagai rasio nilai ekuitas ditambah nilai pasar hutang perusahaan dibagi nilai pengganti aktiva perusahaan. Jika nilai q lebih besar dari satu maka dapat disimpulkan bahwa pasar mengakui nilai aktiva perusahaan saat itu lebih tinggi dari pada nilai penggantinya. Rasio Tobin's q merupakan ukuran yang menggambarkan prediksi pasar terhadap *return* yang dihasilkan dari setiap mata uang yang diinvestasikan dalam aktiva perusahaan. Tobin's q merefleksikan ekspektasi investor tentang tingkat kembalian ekonomi (*economic return*) perusahaan dimasa depan (Harjanti dan Umara, 2005 dalam kiki, 2009). Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial, ekonomi dan lingkungan karena keberlanjutan hidup merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, social dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan (Rimba, 2010).

2.6 Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja (*performing measurement*) adalah kualifikasi atau efisiensi perusahaan atau segmen atau keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja adalah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktifitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.

Manfaat penilaian kinerja perusahaan adalah:

- a) Untuk mengukur prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat keberhasilan pelaksanaan kegiatannya.
- b) Selain digunakan untuk melihat kinerja organisasi secara keseluruhan, maka pengukuran kinerja dapat digunakan untuk menilai kontribusi suatu bagian dalam pencapaian tujuan perusahaan secara keseluruhan.
- c) Digunakan sebagai dasar penentuan strategi perusahaan dimasa yang akan datang.
- d) Member petunjuk dalam pembuatan keputusan dan kegiatan organisasi pada umumnya dan divisi atau bagian organisasi lainnya.
- e) Sebagai dasar penentuan kebijakan penanaman modal agar dapat meningkatkan efisiensi dan produktifitas perusahaan.

Tujuan penilaian kinerja perusahaan menurut Munawir (2000:31) adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat *likuiditas*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi keuangannya pada saat ditagih.
2. Untuk mengetahui tingkat *solvabilitas*, yaitu kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya apabila perusahaan tersebut dilikuidasi baik kewajiban keuangan jangka pendek atau jangka panjang.
3. Untuk mengetahui tingkat *rentabilitas* atau *profitabilitas*, yaitu menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu.
4. Untuk mengetahui tingkat stabilitas usaha, yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan usahanya dengan stabil yang diukur dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga atas hutang-hutangnya termasuk membayar kembali pokok hutangnya tepat pada waktunya serta kemampuan membayar *dividen* secara teratur kepada para pemegang saham tanpa mengalami hambatan atau krisis keuangan.

Menurut Munawir (2000:31) laporan keuangan merupakan alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai oleh perusahaan. Penilaian kinerja keuangan suatu perusahaan merupakan salah satu yang dapat dilakukan oleh manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan.

Berdasarkan teori *stakeholder*, manajemen organisasi atau perusahaan diharapkan melakukan aktifitas yang dianggap penting oleh stakeholder mereka dan melaporkan kembali aktivitas-aktivitas tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah membantu para manajer untuk mengerti lingkungan *stakeholder* dan melakukan hubungan perusahaan dengan lingkungannya. Perusahaan yang mengungkapkan informasi tanggungjawab sosial yang telah dilakukan akan memberikan *social responsibility image* sehingga dapat *melegimitasi* perilaku mereka kepada *stakeholder*-nya.

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilihat dari laba atau profitabilitasnya. Laba merupakan salah satu parameter kinerja perusahaan yang mendapat perhatian utama dari investor. Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackton dan Milne, 1996 dalam Kiki 2009).

Hubungan antara profitabilitas dan tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial adalah bahwa ketika perusahaan mempunyai tingkat laba yang tinggi, menganggap tidak perlu mengungkapkan hal-hal yang dapat mempengaruhi informasi keuangan tersebut. Sebaliknya ketika profitabilitas rendah, perusahaan akan berharap pengguna laporan akan membaca *good news* kinerja perusahaan. Informasi mengenai aktivitas atau kinerja perusahaan merupakan suatu hal yang berharga bagi *stakeholder* dan *shareholder*. Informasi utama yang dapat menggambarkan kinerja keuangan melalui laporan keuangan adalah laba atau profitabilitas. Teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earning power* dari asset perusahaan. Semakin tinggi *earning power* maka semakin efisien perputaran asset perusahaan, hal ini berdampak pada semakin tingginya nilai perusahaan. Hasil penelitian Ni

Wayan dan Made Gede (2008) menemukan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Muklasin dan Lusiana (2008) yang menemukan ROA sebagai variabel *intervening* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Bauer et.al. (1987) dalam Kiki (2009) menemukan ada pengaruh positif ROE terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat ditentukan dengan cara melakukan *present value* terhadap aliran laba yang diharapkan akan diterima perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Zulfikar (2006) menemukan adanya hubungan positif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Nor Hadi (2009) menyatakan bahwa pengungkapan sosial memiliki kandungan ekonomi, sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan baik yang dicerminkan dalam rasio keuangan maupun *market value*, yaitu *variabilitas* harga saham perusahaan. Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diukur dengan perolehan laba setiap tahun apabila jika perolehan laba dari tahun ke tahun mengalami kenaikan, sehingga mempengaruhi pembagian *dividen* serta keyakinan investor akan kelangsungan hidup perusahaan yang melakukan CSR, diharapkan ada *capital gain* di masa yang akan datang. Hal ini menarik bagi investor yang akan menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas perusahaan diukur dengan menggunakan informasi laba dengan melihat *return on asset* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Penelitian Lely dan Sylvia (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan ROE.

Informasi mengenai aktivitas atau kinerja perusahaan merupakan suatu hal yang sangat berharga bagi *stakeholder* khususnya investor. Pengungkapan informasi mengenai hal tersebut merupakan kebutuhan bagi *stakeholder*. Perusahaan yang memiliki *environmental performance* yang baik merupakan *good news* bagi investor dan calon investor. Perusahaan yang memiliki *good news* yang lebih cenderung akan meningkatkan *environmental disclosure* dalam laporan tahunannya. Perusahaan yang memiliki tingkat *environmental performance* yang tinggi akan direspon secara positif oleh investor melalui fluktuasi harga saham perusahaan.

2.7 Going Concern Value

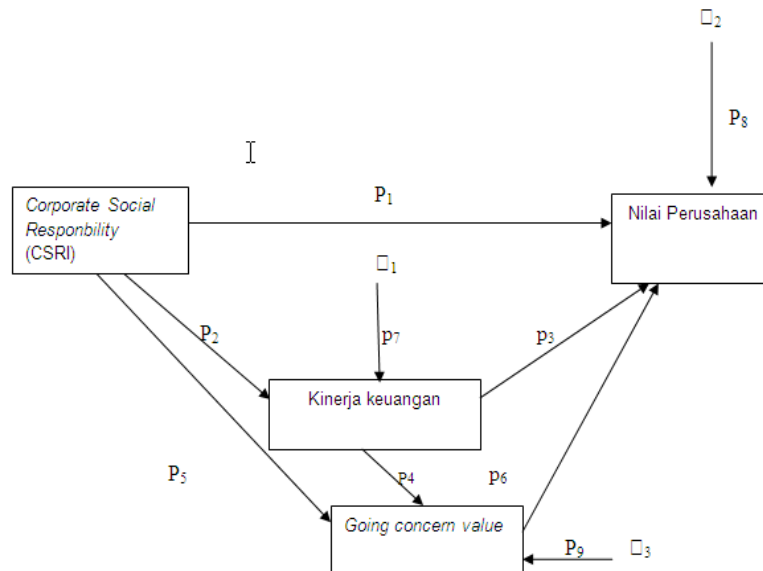
Going concern value adalah kelangsungan hidup suatu badan usaha. Dengan adanya *going concern* maka suatu badan usaha dianggap akan mampu mempertahankan kegiatan usahanya dalam jangka waktu panjang, dan tidak akan dilikuidasi dalam jangka waktu pendek. *Going concern* sebagai asumsi dalam pelaporan keuangan selama terbukti tidak ada informasi yang menunjukkan hal berlawanan. Biasanya informasi yang secara signifikan dianggap berlawanan dengan asumsi kelangsungan hidup satuan usaha adalah berhubungan dengan ketidakmampuan satuan usaha dalam memenuhi kewajiban pada saat jatuh tempo tanpa melakukan penjualan sebagian besar aktiva kepada pihak luar melalui bisnis biasa, restrukturisasi utang, perbaikan operasi yang dipaksakan dari luar atau kegiatan serupa lainnya. Laporan tahunan akan menjadi salah satu bahan rujukan bagi investor dan calon investor sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan investasi. Investor akan menilai kondisi perusahaan terutama yang menyangkut kelangsungan hidup (*going concern*) perusahaan tersebut.

Aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan menunjukkan bahwa aktivitas tersebut menguntungkan baik dari segi bisnis maupun segi sosial. Dari segi bisnis, kesinambungan bisnis (*going concern*) akan tercipta apabila lingkungan sekitar

kondusif dan mendukung. Sedangkan dari segi sosial, kegiatan CSR akan mendorong terciptanya kondisi sosial perusahaan yang harmonis, terutama dengan lingkungan sekitarnya. Asumsi *going concern* berarti suatu badan usaha dianggap akan mampu mempertahankan kegiatan usahanya dalam jangka waktu panjang dan tidak akan dilikuidasi dalam waktu jangka pendek. Pengungkapan CSR merupakan program berkelanjutan yang diharapkan memberikan nilai tersendiri bagi perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan.

2.8 Rerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian diatas, maka variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat dirumuskan dalam suatu kerangka pemikiran sebagai berikut



Gambar 3.1 Model Penelitian

Hipotesis

- H₁ = Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap kinerja keuangan
- H₂ = Pengungkapan CSR dan kinerja berpengaruh terhadap *going concern value*.
- H₃ = Pengungkapan CSR, kinerja dan *going concern value* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- H₄ = Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui kinerja dan *going concern value*

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI dengan alasan bahwa perusahaan manufaktur lebih banyak mempunyai pengaruh/dampak terhadap lingkungan disekitarnya sebagai akibat aktivitas yang dilakukannya. Penelitian ini menggunakan periode 2007-2009 dengan alasan periode terkini dan setelah dikeluarkannya UU No 40 tahun 2007. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang dipilih dengan

menggunakan metode *purposive judgement sampling*. Sampel dipilih atas dasar kesesuaian karakteristik dengan kriteria sampel yang telah ditentukan. Kriteria yang digunakan untuk memilih sampel adalah:

- a) Perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel harus mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dengan lengkap dan telah diaudit untuk periode yang berakhir 31 Desember selama periode pengamatan 2007 sampai 2009.
- b) Perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel merupakan perusahaan yang mengungkapkan *corporate social responsibility* atau CSR dan memenuhi kriteria *GRI*.
- c) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, seperti ROE dan *price book value*.

Berdasarkan hasil pemilihan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan diperoleh jumlah sampel sebanyak 35 sampel dengan proses seleksi sebagai berikut:

Tabel 3.1 Prosedur Pemilihan Sampel

kriteria sampel	keterangan
Perusahaan manufaktur yang listing dibursa efek Indonesia tahun 2007-2009	197
Tidak tersedia laporan tahunan	120
perusahaan yang tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel penelitian	42
Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian	35

Sumber : www.idx.co.id

Tabel 3.2 Nama- Nama Perusahaan Yang Dijadikan Sampel

No	Kode	Nama perusahaan	Bidang industry
1	AKRA	Akr Corporindo	<i>Trading Distribution, Logistic Manufacturing.</i>
2	AMFG	Asahimas Flat Glass	Perusahaan Kaca
3	ASGR	Astra Grapia	Teknologi Informasi
4	ASII	Astra Internasional	Jasa Keuangan, Agribisnis, Transportasi, Infrastruktur, Alat Berat, Dan Teknologi Informasi
5	AUTO	Astra Otoparts	Komponen Kendaraan Bermotor
6	BRPT	Barito Pacific	Plastic, Resin, Petrokimia
7	RMBA	Bentol Indonesia	<i>Tobacco</i>
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria	Obat-Obatan Atau Farmasi
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	Kertas
10	FAST	Fast Food Indonesia	Makanan Cepat Saji
11	HMSF	Hm Sampoerna	Rokok
12	INDF	Indofood Sukses Makmur	Makanan
13	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa	Semen
14	KAEF	Kimia Farma	Farmasi
15	KBLM	Kabelindo Murni	Kabel
16	KLBF	Kalbe Farma	Farmasi
17	LMSH	Lion Mess Prima	<i>Welded Wire Wesh</i>

18	MERK	Merck	Farmasi
19	MDRN	Modern Internasional	Fotografi
20	MLBI	Multi Bintang Indonesia	Produsen Bir
21	MLPL	Multipolar	Penyedia Teknologi Informasi
22	MTDL	Metro Data Elektronik	Penyedia Produk Dan Jasa Teknologi
23	SMCB	Holcim Indonesia	Semen
24	SMGR	Semen Gresik	Semen
25	SIPD	Sierad Produce	Industry Peralatan Peternakan
26	SOBI	Sorini Corporindo	Produsen Berbasis Agro
27	SULI	Sumalindo Lestari Jaya	Industry Pengolahan Kayu
28	TCID	Mandom Indonesia	Kosmetik
29	TGKA	Tiga Raksa Satria	Perdagangan, Pengangkutan, Industry, Pertanian
30	TRST	Trias Sentosa	Industry , Perdagangan Propypeline
31	TURI	Tunas Ridean	Otomotif
32	ULTJ	Ultra Jaya Milk	Susu
33	UNVR	Unilever	Cosmetic and house hold
34	UNTR	United Traktor	Alat Berat
35	VOKSEL	Voksel Elektrik	Kabel

Sumber: www.idx.co.id

3.2 Operasional Variabel

Corporate social responsibility atau CSR, diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility index (CSRI)*. Perhitungan CSRI berdasarkan kriteria dari *Global Reporting Initiative (GRI)* diperoleh dari www.globalreporting.org. Mengingat masih sedikitnya perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka penelitian ini hanya terbatas pada data-data yang dilaporkan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini agar tidak terjadi kesenjangan antara perusahaan yang sudah membuat *sustainability reporting* dengan perusahaan yang belum membuatnya. (Dahli dan Siregar, 2008 dalam Rimba, 2010).

Perhitungan CSRI dilakukan dengan menggunakan pendekatan *dikotomi*, yaitu setiap item CSR dalam instrument dalam penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan, selanjutnya skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI_{j} = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan :

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j.

N : jumlah item untuk perusahaan J,

X_{ij} : 1= jika item I diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan.

Variabel *intervening* dalam penelitian ini terdiri dari:

- Kinerja keuangan diukur dengan *Return on Asset (ROA)*. Kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total asset yang dimiliki perusahaan

sebelum disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai asset tersebut.

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

- b. *Going concern value* diukur dengan menggunakan rasio *Price book value*. Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh. Rumus yang digunakan adalah:

$$PBV = \frac{\text{harga saham}}{\text{total asset} - \text{Intangible Asset dan liabilities}}$$

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel *endogenous* adalah nilai perusahaan. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan tobin's Q. Dengan rumus:

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan :

- Q : Nilai Perusahaan
 EMV : Nilai pasar ekuitas (EMV = *closing price* akhir tahun x jumlah saham yang beredar akhir tahun)
 D : Nilai buku dari total hutang
 EBV : Nilai buku dari total aktiva

3.3 Teknik Analisis Data

3.3.1 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi yang dilakukan adalah: Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heterokedastisitas dan Uji Autokorelasi. Penelitian ini juga menguji statistik deskriptif dimana ingin mengetahui tingkat pengungkapan CSR, nilai perusahaan, kinerja dan *going concern value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Statistik deskriptif dilakukan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data sampel yang diteliti seperti mean, minimum, maksimum dan standar deviasi.

3.3.2 Uji Hipotesis

Metode analisis yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah metode analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari regresi linear berganda yang mengurai struktur lengkap menjadi substruktur. Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori, yaitu dapat dilihat dari uji nilai *standardized coefficient beta* dan uji koefisien determinasi (Imam, 2005:160).

Adapun masing-masing substruktur persamaan dalam pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

$$KK = \beta_1 CSR + \epsilon_1$$

$$GC = \beta_1 CSR + \beta_2 KK + \epsilon_3$$

$$NP = \beta_1 CSR + \beta_2 GC + \beta_3 KK + \epsilon_2$$

Keterangan:

- NP : Nilai Perusahaan
 CSR : *Corporate Social Responsibility*
 GC : *Going Concern value*

KK : Kinerja Keuangan
: *error term*

Langkah dalam analisis path adalah pendugaan parameter (perhitungan koefisien *path*). Didalam path analisis ada pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total. Perhitungan koefisien dilihat dari *standardized coefficients* beta (Imam, 2005:161). Dalam penelitian ini terdapat dua pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan. Pertama, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja. Perhitungan nilai koefisien dengan cara mengalikan p2 dan p3. Kedua, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan melalui *going concern value*. Perhitungan nilai koefisien dengan cara mengalikan koefisien p5 dan p6. Nilai koefisien pengaruh langsung dapat dilihat nilai p1. Total pengaruh merupakan penjumlahan dari nilai koefisien pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Singkat BEI

Bursa efek di Indonesia dibentuk pada tahun 1912 oleh pemerintah kolonial Belanda. Pada tahun 1925 Pemerintah Belanda menambah dua bursa yaitu Bursa Efek Semarang dan Bursa Efek Surabaya, namun menjelang Perang Dunia ketiga bursa tersebut menghentikan kegiatannya dan pada tahun 1956 aktivitas pasar modal menjadi terhenti karena program nasionalisasi yang dilakukan pemerintah. Bursa efek diaktifkan kembali oleh pemerintah pada tahun 1977, dan demi efektivitas operasional dan transaksi, Pemerintah menggabungkan Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES) menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mulai beroperasi pada 1 Desember 2007.

Bursa Efek Indonesia menggunakan sistem perdagangan bernama *Jakarta Automated Trading System* (JATS). Sistem ini merupakan sistem perdagangan otomatis yang menggantikan sistem perdagangan manual. Bursa Efek Indonesia telah menggunakan sistem ini sejak tahun 1995 tepatnya tanggal 22 Mei. Dengan adanya sistem JATS ini perkembangan bursa efek pun semakin meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Bursa Efek Indonesia dapat memfasilitasi perdagangan saham dengan frekuensi yang lebih besar dan lebih menjamin kegiatan pasar yang lebih *fair* dan transparan dibanding dengan sistem manual.

Bursa Efek Indonesia menyebarkan indeks harga saham melalui media cetak dan elektronik untuk memberikan informasi yang lebih lengkap tentang perkembangan bursa kepada publik. Saat ini, Bursa Efek Indonesia mempunyai tujuh macam indeks saham:

- a. IHSG, menggunakan semua saham tercatat sebagai komponen kalkulasi Indeks.
- b. Indeks Sektoral, menggunakan saham saham yang masuk dalam setiap sektor.
- c. Indeks LQ45, menggunakan 45 saham terpilih setelah melalui beberapa tahapan seleksi.
- d. Indeks Individual, yang merupakan Indeks untuk masing-masing saham didasarkan harga dasar.
- e. Jakarta Islamic Index, merupakan Indeks perdagangan saham syariah.
- f. Indeks Papan Utama dan Papan Pengembangan, indeks yang didasarkan pada kelompok saham yang tercatat di BEI yaitu kelompok Papan Utama dan Papan Pengembangan.
- g. Indeks Kompas100, menggunakan 100 saham pilihan harian Kompas.

Perusahaan manufaktur periode tahun 2007-2009 yang dijadikan sampel beserta dengan luas pengungkapannya.

Tabel 4.1 Perusahaan Dan Luas Pengungkapan Tahun 2007

No	Kode	Nama perusahaan	luas pengungkapan			Jumlah	Index
			I	II	III		
1	AKRA	Akr Corporindo	1	2	6	9	0.113924
2	AMFG	Asahimas Flat Glass	2	3	6	11	0.139241
3	ASGR	Astra Grapia	4	7	7	18	0.227848
4	ASII	Astra Internasional	5	7	7	19	0.240506
5	AUTO	Astra Otoparts	3	4	7	14	0.177215
6	BRPT	Barito Pacific	3	1	5	9	0.113924
7	RMBA	Bentol Indonesia	3	2	5	10	0.126582
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria	2	2	5	9	0.113924
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	2	2	4	8	0.101266
10	FAST	Fast Food Indonesia	2	1	6	9	0.113924
11	HMSP	Hm Sampoerna	2	1	7	10	0.126582
12	INDF	Indofood Sukses Makmur	2	1	6	9	0.113924
13	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa	3	2	7	12	0.151899
14	KAEF	Kimia Farma	2	1	7	10	0.126582
15	KBLM	Kabelindo Murni	2	2	7	11	0.139241
16	KLBF	Kalbe Farma	2	2	7	11	0.139241
17	LMSH	Lion Mess Prima	2	1	6	9	0.113924
18	MERK	Merck	2	3	7	12	0.151899
19	MDRN	Modern Internasional	1	0	7	8	0.101266
20	MLBI	Multi Bintang Indonesia	2	0	5	7	0.088608
21	MLPL	Multipolar	2	0	6	8	0.101266
22	MTDL	Metro Data Elektronik	1	0	5	6	0.075949
23	SMCB	Holcim Indonesia	3	5	5	13	0.164557
24	SMGR	Semen Gresik	2	4	7	13	0.164557
25	SIPD	Sierad Produce	2	1	6	9	0.113924
26	SOBI	Sorini Corporindo	3	2	5	10	0.126582
27	SULI	Sumalindo Lestari Jaya	2	3	5	10	0.126582
28	TCID	Mandom Indonesia	2	1	5	8	0.101266
29	TGKA	Tiga Raksa Satria	1	0	5	6	0.075949
30	TRST	Trias Sentosa	2	1	4	7	0.088608
31	TURI	Tunas Ridean	1	0	5	6	0.075949
32	ULTJ	Ultra Jaya Milk	2	1	4	7	0.088608
33	UNVR	Unilever	3	4	7	14	0.177215
34	UNTR	United Traktor	4	7	7	18	0.227848
35	VOKS	Voksel Elektrik	2	1	7	10	0.126582

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Keterangan:

- I = Ekonomi
 II = Lingkungan
 III = Sosial

Tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa perusahaan yang mengungkapkan CSR paling rendah pada tahun 2007 yaitu perusahaan Metrodata elektronik dan perusahaan yang mengungkapkan CSR paling tinggi yaitu perusahaan Astra graphia.

Tabel 4.2 Nama Perusahaan Dan Luas Pengungkapan Tahun 2008

No	Kode	Nama Perusahaan	Luas Pengungkapan			Jumlah	Index
			I	II	III		
1	AKRA	Akr Corporindo	4	3	7	14	0.1772
2	AMFG	Asahimas Flat Glass	3	4	8	15	0.1899
3	ASGR	Astra Grapia	4	4	10	18	0.2278
4	ASII	Astra Internasional	5	7	10	22	0.2785
5	AUTO	Astra Otoparts	3	5	8	16	0.2025
6	BRPT	Barito Pacific	3	4	7	14	0.1772
7	RMBA	Bentol Indonesia	4	3	6	13	0.1646
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria	2	2	6	10	0.1266
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	3	4	7	14	0.1772
10	FAST	Fast Food Indonesia	3	1	5	9	0.1139
11	HMSP	Hm Sampoerna	3	2	6	11	0.1392
12	INDF	Indofood Sukses Makmur	2	2	7	11	0.1392
13	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa	3	8	8	19	0.2405
14	KAEF	Kimia Farma	2	1	9	12	0.1519
15	KBLM	Kabelindo Murni	2	1	6	9	0.1139
16	KLBF	Kalbe Farma	2	2	9	13	0.1646
17	LMSH	Lion Mess Prima	2	3	6	11	0.1392
18	MERK	Merck	2	4	7	13	0.1646
19	MDRN	Modern Internasional	2	2	8	12	0.1519
20	MLBI	Multi Bintang Indonesia	2	2	6	10	0.1266
21	MLPL	Multipolar	1	0	9	10	0.1266
22	MTDL	Metro Data Elektronik	2	0	9	11	0.1392
23	SMCB	Holcim Indonesia	3	6	6	15	0.1899
24	SMGR	Semen Gresik	3	8	7	18	0.2278
25	SIPD	Sierad Produce	3	0	7	10	0.1266
26	SOBI	Sorini Corporindo	3	4	7	14	0.1772
27	SULI	Sumalindo Lestari Jaya	3	5	7	15	0.1899
28	TCID	Mandom Indonesia	2	3	6	11	0.1392
29	TGKA	Tiga Raksa Satria	1	0	6	7	0.0886
30	TRST	Trias Sentosa	2	1	7	10	0.1266
31	TURI	Tunas Ridean	1	0	9	10	0.1266
32	ULTJ	Ultra Jaya Milk	2	1	8	11	0.1392

33	UNVR	Unilever	2	5	9	16	0.2025
34	UNTR	United Traktor	4	7	7	18	0.2278
35	VOKS	Voksel Elektrik	1	1	9	11	0.1392

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Keterangan:

- I = Ekonomi
 II = Lingkungan
 III = Sosial

Indeks pengungkapan CSR dari data diatas dapat dilihat bahwa perusahaan Astra Internasional mempunyai indeks tertinggi dari semua perusahaan sampel, sedangkan perusahaan yang mempunyai indeks terendah dalam pengungkapan CSR yaitu perusahaan Tiga Raksa Satria.

Tabel 4.3 Nama Perusahaan Dan Luas Pengungkapan Tahun 2009

No	Kode	Nama perusahaan	luas pengungkapan			Jumlah	Index
			I	II	III		
1	AKRA	Akr Corporindo	3	2	8	13	0.164557
2	AMFG	Asahimas Flat Glass	2	4	7	13	0.164557
3	ASGR	Astra Grapia	4	8	9	21	0.265823
4	ASII	Astra Internasional	4	8	7	19	0.240506
5	AUTO	Astra Otoparts	5	4	7	16	0.202532
6	BRPT	Barito Pacific	4	5	5	14	0.177215
7	RMBA	Bentol Indonesia	3	7	7	17	0.21519
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria	2	1	6	9	0.113924
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	3	5	5	13	0.164557
10	FAST	Fast Food Indonesia	4	2	8	14	0.177215
11	HMSP	Hm Sampoerna	3	4	8	15	0.189873
12	INDF	Indofood Sukses Makmur	3	3	5	11	0.139241
13	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa	1	7	8	16	0.202532
14	KAEF	Kimia Farma	4	7	7	18	0.227848
15	KBLM	Kabelindo Murni	1	5	5	11	0.139241
16	KLBF	Kalbe Farma	2	3	7	12	0.151899
17	LMSH	Lion Mess Prima	3	3	6	12	0.151899
18	MERK	Merck	6	6	7	19	0.240506
19	MDRN	Modern Internasional	2	1	8	11	0.139241
20	MLBI	Multi Bintang Indonesia	2	2	5	9	0.113924
21	MLPL	Multipolar	2	1	9	12	0.151899
22	MTDL	Metro Data Elektronik	2	0	9	11	0.139241
23	SMCB	Holcim Indonesia	4	6	7	17	0.21519
24	SMGR	Semen Gresik	3	7	9	19	0.240506
25	SIPD	Sierad Produce	2	1	6	9	0.113924
26	SOBI	Sorini Corporindo	4	3	7	14	0.177215

27	SULI	Sumalindo Lestari Jaya	3	5	7	15	0.189873
28	TCID	Mandom Indonesia	4	3	6	13	0.164557
29	TGKA	Tiga Raksa Satria	2	0	8	10	0.126582
30	TRST	Trias Sentosa	3	2	8	13	0.164557
31	TURI	Tunas Ridean	2	1	9	12	0.151899
32	ULTJ	Ultra Jaya Milk	2	1	9	12	0.151899
33	UNVR	Unilever	3	5	10	18	0.227848
34	UNTR	United Traktor	5	7	7	19	0.240506
35	VOKS	Voksel Elektrik	2	2	9	13	0.164557

Sumber : Data Sekunder yang diolah, 2011

Keterangan:

- I = Ekonomi
- II = Lingkungan
- III = Sosial

Indeks pengungkapan CSR dari tabel diatas dapat dilihat bahwa perusahaan yang mempunyai indeks tertinggi yaitu perusahaan Astra Grapia. sedangkan perusahaan yang mempunyai indeks terendah dalam pengungkapan CSR yaitu perusahaan Multi Bintang Indonesia. Indeks pengungkapan CSR dari tahun 2007-2008 menunjukkan bahwa luas pengungkapan yang paling banyak dilakukan oleh perusahaan yaitu pengungkapan sosial, ini menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak memperhatikan aspek sosial untuk meningkatkan *image* perusahaan dan mempertahankan kesinambungan bisnis atau eksistensinya.

Tabel 4.4 Perhitungan ROA

No	kode	Nama Perusahaan	ROA			rata-rata
			2007	2008	2009	
1	AKRA	AKR corporindo	0.0547	0.0431	0.0453	0.0477
2	AMFG	asahimas flat glass	0.087	0.1145	0.0341	0.078533
3	ASGR	Astra grapia	0.1154	0.0743	0.086	0.0919
4	ASII	Astra internasional	0.1026	0.1138	0.1138	0.110067
5	AUTO	Astra otoparts	0.1317	0.1422	0.165	0.1463
6	BRPT	Barito pacific timbers	0.0026	-0.1972	0.0334	-0.05373
7	RMBA	Bentol Internasional	0.0629	0.0537	0.0584	0.058333
8	DVLA	Darya Varia laboratoria	0.089	11.11	0.0922	3.763733
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	0.0324	0.0098	0.0754	0.0392
10	FAST	fast food indonesia	0.1629	0.1596	0.1747	0.165733
11	HMSP	HM sampoerna	0.2311	0.2414	0.2871	0.2532
12	SMCB	Holcim Indonesia	0.0235	0.0368	0.1232	0.061167
13	INTP	Indocement tunggal prakarsa	0.0981	0.1547	0.2108	0.154533
14	INDF	Indofood sukses makmur	0.0332	0.0261	0.0513	0.036867
15	KBLM	kabelindo murni	0.132	0.142	0.165	0.146333
16	KLBF	kalbe farma	0.1373	0.1239	0.1433	0.134833
17	KAEF	Kimia farma	0.0376	0.0383	0.04	0.038633
18	LMSH	lion mess prima	0.0946	0.149	0.033	0.0922
19	TCID	mandom indonesia	0.1534	0.1261	0.1253	0.134933
20	MERK	merck	0.2703	0.2629	0.338	0.2904
21	MTDL	metrodrama elektronika	0.0245	0.0232	0.0095	0.019067
22	MDRN	modern internasional	0.002	0.0026	0.016	0.006867
23	MLBI	multi bintang indonesia	0.1357	0.2361	0.3426	0.238133
24	MLPL	multipolar	0.0062	-0.0172	0.0093	-0.00057

25	SMGR	Semen Gresik	0.2085	0.238	0.257	0.2345
26	SIPD	Sierad Produce	0.0164	0.0197	0.0225	0.019533
27	SOBI	Sorini corporindo	0.1118	0.1282	0.1327	0.124233
28	SULI	Sumalindo lestari jaya	0.0146	-0.1164	-0.0737	-0.0585
29	TGKA	Tiga raksa Satria	0.035	0.0726	0.034	0.0472
30	TRST	Trias sentosa	0.0083	0.0269	0.0304	0.021867
31	TURI	Tunas Ridean	0.0567	0.0684	0.175	0.100033
32	ULTJ	Ultra jaya milk	0.0222	0.1745	0.0278	0.074833
33	UNVR	Unilever	0.3679	0.3701	0.1033	0.280433
34	UNTR	United traktor	0.1148	0.1165	0.1564	0.129233
35	VOKS	voksel elektrik	0.0667	0.0045	0.0432	0.038133

Tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa perusahaan Darya varia mempunyai kinerja yang diprosikan ROA tertinggi. Nilai terendah kinerja perusahaan yaitu perusahaan Multipolar.

Tabel 4.5 Hasil Perhitungan PBV

No	Kode	Nama Perusahaan	PBV			Rata-rata
			2007	2008	2009	
1	AKRA	AKR Corporindo	3.37	1.40	2.11	2.29333
2	AMFG	Asahimas Flat Glass	1.07	0.35	0.53	0.65000
3	ASGR	Astra Grapia	2.53	0.18	0.55	1.08667
4	ASII	Astra Internasional	4.10	1.29	3.52	2.97000
5	AUTO	Astra Otoparts	1.13	1.02	1.38	1.17667
6	BRPT	Barito Pacific Timbers	2.10	0.16	1.44	1.23333
7	RMBA	Bentol Internasional	2.45	2.02	2.49	2.32000
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria	1.94	1.06	2.11	1.70333
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	3.40	2.88	2.50	2.92667
10	FAST	Fast Food Indonesia	2.90	2.87	3.63	3.13333
11	HMSP	HM Sampoerna	7.77	4.41	4.36	5.51333
12	SMCB	Holcim Indonesia	5.94	1.90	3.58	3.80667
13	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa	4.36	1.99	4.72	3.69000
14	INDF	Indofood Sukses Makmur	3.41	0.96	3.07	2.48000
15	KBLM	Kabelindo Murni	0.52	0.60	0.58	0.56667
16	KLBF	Kalbe Farma	3.78	1.12	2.89	2.59667
17	KAEF	Kimia Farma	1.87	0.45	0.71	1.01000
18	LMSH	Lion Mess Prima	0,69	0,91	0,58	0,72667
19	TCID	Mandom Indonesia	2.26	1.35	1.93	1.84667
20	MERK	Merck	4.18	2.43	5.06	3.89000
21	MTDL	Metrodrama Elektronika	1.32	0.46	0.55	0.77667
22	MDRN	Modern Internasional	1.42	0.54	0.47	0.81000
23	MLBI	Multi Bintang Indonesia	5.86	3.03	25.33	11.40667
24	MLPL	Multipolar	0.30	0.23	0.25	0.26000
25	SMGR	Semen Gresik	0.50	3.07	4.39	2.65333
26	SIPD	Sierad Produce	0.62	0.45	0.40	0.49000
27	SOBI	Sorini Corporindo	0.51	1.49	2.19	1.39667
28	SULI	Sumalindo Lestari Jaya	6.83	0.70	2.58	3.37000

29	TGKA	Tiga Raksa Satria	1.00	0.64	0.80	0.81333
30	TRST	Trias Sentosa	0.50	0.45	0.58	0.51000
31	TURI	Tunas Ridean	2.02	1.02	2.43	1.82333
32	ULTJ	Ultra Jaya Milk	2.26	2.04	1.42	1.90667
33	UNVR	Unilever	19.13	19.20	21.79	20.04000
34	UNTR	United Traktor	5.42	1.32	3.72	3.48667
35	VOKS	Voksel Elektrik	2.18	0.79	0.91	1.29333

Sumber: data diolah 2011

Hasil perhitungan *Going concern value* yang diukur dengan *Price book value* menunjukkan bahwa perusahaan Unilever mempunyai nilai tertinggi, sedangkan nilai terendah yaitu perusahaan Multipolar.

Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Tobin'q

No	Kode	Nama Perusahaan	tobin'q			rata-rata
			2007	2008	2009	
1	AKRA	AKR Corporindo	1.1470	0.6986	1.0839	0.976500
2	AMFG	Asahimas Flat Glass	0.2076	0.2065	0.8169	0.410333
3	ASGR	Astra Grapia	8.8427	2.376	4.2981	5.172267
4	ASII	Astra Internasional	1.4946	0.6855	1.7792	1.319767
5	AUTO	Astra Otoparts	0.2407	0.7521	1.5369	0.843233
6	BRPT	Barito Pacific Timbers	1.1182	0.4891	1.0714	0.892900
7	RMBA	Bentol Internasional	0.4096	0.8671	1.2670	0.847900
8	DVLA	Darya Varia Laboratoria	1.5080	0.8696	1.6205	1.332700
9	FASW	Fajar Surya Wisesa	1.1027	1.0082	1.3262	1.145700
10	FAST	Fast Food Indonesia	1.5261	1.5507	2.3287	1.801833
11	HMSP	HM Sampoerna	3.0617	1.7998	2.5353	2.465600
12	SMCB	Holcim Indonesia	1.4302	0.7516	1.707	1.296267
13	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa	2.5308	1.4074	3.9714	2.636533
14	INDF	Indofood Sukses Makmur	0.8889	0.5240	1.0963	0.836400
15	KBLM	Kabelindo Murni	0.5379	0.5315	0.9953	0.688233
16	KLBF	Kalbe Farma	0.1791	0.7449	2.3162	1.080067
17	KAEF	Kimia Farma	1.1652	0.4734	1.0648	0.901133
18	LMSH	Lion Mess Prima	0.5579	0.6814	0.9050	0.714767
19	TCID	Mandom Indonesia	2.0233	1.2433	2.4324	1.899667
20	MERK	Merck	3.2125	1.9937	4.3327	3.179633
21	MTDL	Metrodrama Elektronika	0.6031	0.4699	0.722	0.598333
22	MDRN	Modern Internasional	0.6928	0.5111	0.7616	0.655167
23	MLBI	Multi Bintang Indonesia	1.5134	1.0660	1.9445	1.507967
24	MLPL	Multipolar	0.4363	0.4367	0.6045	0.492500
25	SMGR	Semen Gresik	3.3957	2.0866	3.7046	3.062300
26	SIPD	Sierad Produce	0.5797	0.4729	1.0034	0.685333
27	SOBI	Sorini Corporindo	1.2392	0.8161	1.534	1.196433
28	SULI	Sumalindo Lestari Jaya	1.6511	0.5105	0.6556	0.939067

29	TGKA	Tiga Raksa Satria	0.2185	0.1602	1.2121	0.530267
30	TRST	Trias Sentosa	0.4994	0.4832	0.8893	0.623967
31	TURI	Tunas Ridean	0.7231	0.5869	1.6520	0.987333
32	ULTJ	Ultra Jaya Milk	1.2717	1.2507	1.5124	1.344933
33	UNVR	Unilever	6.7907	6.8921	8.3358	7.339533
34	UNTR	United Traktor	2.1504	0.7535	2.1074	1.670433
35	VOKS	Voksel Elektrik	0.8987	1.2915	0.3959	0.862033

Sumber : Data diolah 2011

4.2 Hasil analisa Data

4.2.1 Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat dari *kolmogorov smirnov test*. Nilai Asymp. Sig (2 tailed) dari model persamaan regresi menunjukkan $> 0,05$ artinya Asymp.Sig (2 tailed) tidak signifikan, hal ini mengindikasikan bahwa seluruh data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.7 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30895853
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.117
	Kolmogorov-Smirnov Z	.906
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.384

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data yang diolah, 2011

4.2.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi apabila antara variabel bebas dalam model memiliki hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna (*koefisien* korelasinya tinggi bahkan sama dengan satu). Multikolinearitas dapat dilihat dengan *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya jika nilai VIF diatas 10, maka terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji multikoleniaritas dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikoleniaritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Ln	.877	1.141
	Going_concern	.810	1.235
	CSRI	.912	1.097

a. Dependent Variable: Firm_value

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Keterangan:

Ln : Kinerja Keuangan yang diukur dengan Roa

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Uji multikoleniaritas dilakukan dengan menganalisa korelasi antar variabel *exogenous* pada nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* dalam *colinerity statistic*. (Ghozali, 2005:91). Jika hasil nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10 berarti tidak korelasi antar variabel *exogenous* yang nilainya lebih dari 95% . selanjutnya dengan melihat nilai VIF, jika tidak terdapat nilai VIF yang lebih dari 10 menunjukkan bahwa antar variabel independen dalam model regresi tidak terdapat multikoleniaritas. Berikut ini tabel hasil ringkasan uji multikoleniaritas:

Tabel 4.9 Ringkasan Uji Multikoleniaritas

Model	Collinearity statistic		Kesimpulan
	<i>tolerance</i>	VIF	
Csri	.912	1.141	Tidak ada multikoleniaritas
Kinerja keuangan	.877	1.235	Tidak ada multikoleniaritas
Going Concern	.810	1.097	Tidak ada multikoleniaritas

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Berdasarkan pada tabel diatas, terlihat bahwa tidak ada variabel *exogenous* yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Selanjutnya nilai VIF setiap variabel *exogenous* juga tidak ada yang melebihi 10, sehingga dapat disimpulkan semua variabel *exogenous* dalam model bebas dari multikoleniaritas.

4.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson, hasil uji Durbin Watson adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.733 ^a	.538	.488	.32509	2.569

a. Predictors: (Constant), CSRI, ln, Going_concern

b. Dependent Variable: Firm_value

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

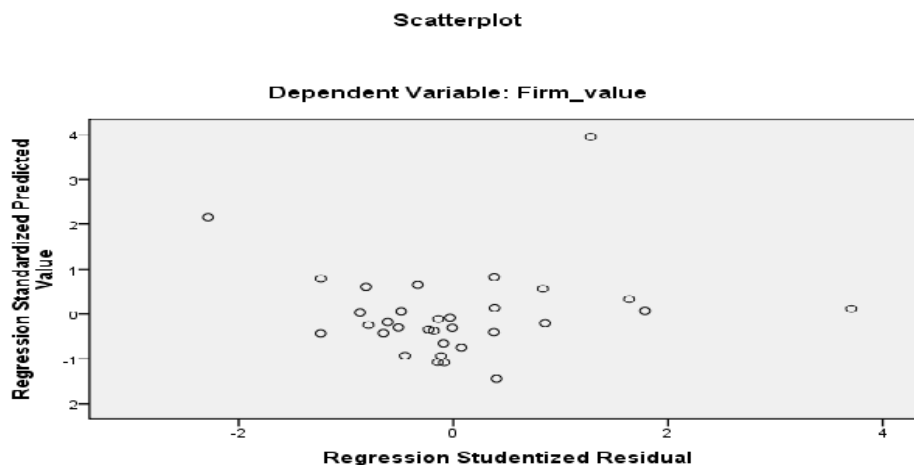
Berdasarkan tabel statistik Durbin Watson dengan jumlah sampel sebanyak 35 dan variabel exsogenus 3 maka diperoleh nilai 2,569 nilai tersebut berada 2,033 s/d 2,966. Dengan demikian berdasarkan pedoman pengambilan keputusan autokorelasi tidak dapat disimpulkan apakah terjadi autokorelasi positif atau negatif sehingga persamaan regresi dapat digunakan. Untuk lebih jelasnya dapat dibandingkan dengan tabel Durbin Watson berikut:

Tabel 4.11 Nilai Durbin Watson

DW	Kesimpulan
Kurang dari 1,034	Ada autokorelasi
1,034 s/d 1,967	Tanpa kesimpulan
1,967 s/d 2,033	Tidak ada autokorelasi
2,033 s/d 2,966	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 2,966	Ada autokorelasi

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

4.2.4 Uji Heterokedastisitas



a. Pengujian nilai koefisien (*standardized coefficient beta*)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan yang diukur dengan ROA. Hasil uji nilai koefisien *standardized coefficient beta* dapat dilihat pada table berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.458	.417		-3.496	.001
	CSRI	1.636	2.595	.114	.630	.533

a. Dependent Variable: ln

Hasil analisis data diatas diperoleh persamaan sebagai berikut:

Kinerja Keuangan = 0,114 CSRI

Hasil output spss memberikan nilai *standardized beta* CSRI sebesar 0,114 yang berarti bahwa setiap satu persen kenaikan CSRI akan menyebabkan kinerja keuangan yang diukur dengan ROE naik sebesar 0,114.

b. Pengujian Koefisien Determinasi

Tabel 4. 12 Pengujian Koefisien Determinan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.114 ^a	.013	-.020	.56489

a. Predictors: (Constant), CSRI

Tabel di atas diketahui nilai R= 11,4%. ini berarti tingkat keeratan hubungan antara variabel csri dan kinerja keuangan yang diukur dengan ROE adalah 11,4%. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R² = -0,020*), hal ini berarti bahwa variabel kinerja keuangan tidak dapat dijelaskan oleh variabel CSR. Dengan kata lain bahwa -2% perubahan kinerja keuangan yang diukur dengan ROA di dalam perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel tidak dapat dijelaskan oleh CSR, sedangkan sisanya sebesar 98% Dijelaskan oleh faktor lain diluar persamaan.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh CSR dan kinerja keuangan terhadap *going concern value*. Berikut tabel hasil uji nilai *standardized koefisien beta*:

Tabel 4.13 Uji Nilai Koefisien
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.568	3.058		.513	.612
	CSRI	24.947	16.137	.260	1.546	.133
	Ln	2.156	1.128	.322	1.911	.066

a. Dependent Variable: Going_concern

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Hasil analisis pada dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$GC = 0,260 \text{ CSR} + 0,322 \text{ Kinerja Keuangan}$$

Model regresi tersebut dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel CSRI diperoleh nilai koefisien sebesar 0,260 yang berarti bahwa setiap satu persen kenaikan CSRI akan menyebabkan kenaikan *going concern value* naik sebesar 0,260.
- 2) Variabel kinerja keuangan yang diukur dengan ROA diperoleh nilai koefisien sebesar 0,322, hal ini menunjukkan bahwa setiap satu persen kenaikan kinerja keuangan yang diukur dengan ROA akan menyebabkan kenaikan *going concern value* sebesar 0,322.

a. Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 ^a	.190	.134	3.48999

a. Predictors: (Constant), ln, CSRI

Dari persamaan regresi diatas diketahui nilai $R = 43,6\%$, ini berarti bahwa tingkat keeratan hubungan antara variabel CSR yang diukur dengan CSRI dan kinerja yang diukur dengan ROA dengan *going concern value* sebesar 43,6%. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R square* = 0,134), ini berarti bahwa variabel *going concern value* mampu dijelaskan oleh variabel CSR dan kinerja keuangan sebesar 13,4% dan sisanya sebesar 86,4% dijelaskan oleh faktor lain diluar persamaan.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini untuk menguji pengaruh CSR, kinerja dan *going concern value* terhadap nilai perusahaan. Berikut tabel hasil uji nilai *standardized koefisien beta*:

Tabel 4.14 Uji Nilai Koefisien
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.971	.286		3.395	.002
	Ln	.217	.111	.268	1.951	.061
	Going_concern	.064	.017	.532	3.728	.001
	CSRI	1.798	1.564	.155	1.150	.260

a. Dependent Variable: Firm_value

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2011

Dari hasil analisis pada tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$NP = 0,155 \text{ CSR} + 0,268 \text{ KINERJA KEUANGAN} + 0,532 \text{ GC}$$

Model regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel CSR yang diukur dengan CSRI diperoleh nilai koefisien sebesar 0,155 yang berarti bahwa setiap satu persen kenaikan CSRI akan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan naik sebesar 0,155.
- 2) Variabel kinerja keuangan yang diukur dengan ROE menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,268 bahwa setiap satu persen kenaikan kinerja keuangan yang diukur dengan ROE akan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan sebesar 0,268.
- 3) Variabel *going concern value* yang diukur dengan *price book value* diperoleh nilai 0,532 yang berarti bahwa setiap satu persen kenaikan *going concern value* akan menyebabkan kenaikan nilai perusahaan naik sebesar 0,532.

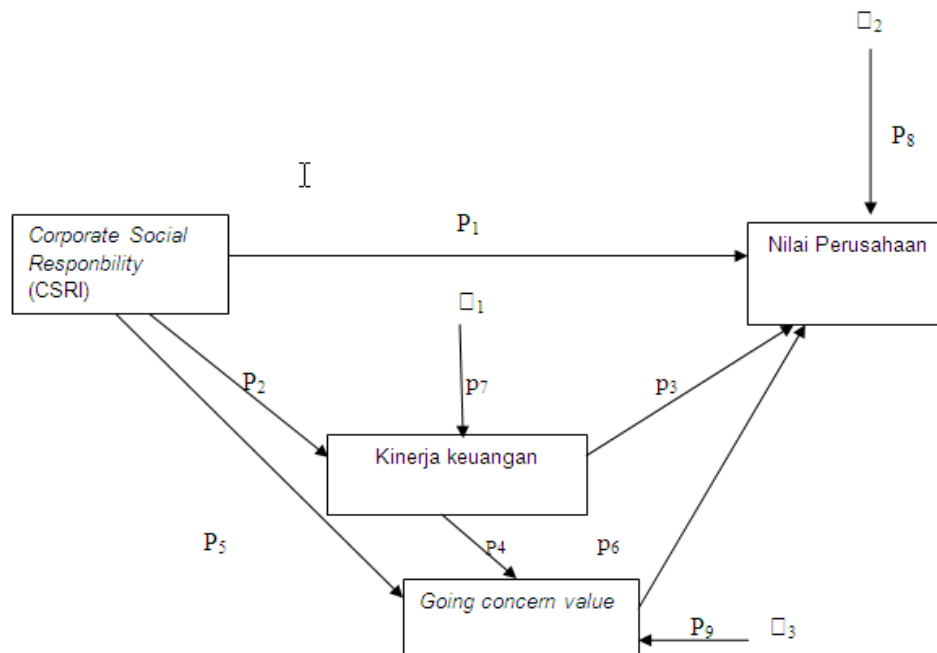
b. Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.488	.32509

Dari persamaan regresi di atas diketahui nilai $R = 73,3\%$, ini berarti bahwa tingkat keeratan hubungan antara variabel CSR yang diukur dengan CSRI dan kinerja yang diukur dengan ROE dan *going concern value* dengan nilai perusahaan sebesar 73,3%. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R square* = 0,488), ini berarti bahwa variabel nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel CSR, kinerja dan *going concern value* sebesar 48,8% dan sisanya sebesar 51,2% dijelaskan oleh faktor lain diluar persamaan.

4.3 Interpretasi model

Pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel pengungkapan CSR, kinerja keuangan, dan *going concern value* terhadap nilai perusahaan dengan melihat *standardized coefficient* pada pengujian nilai koefisien.



Gambar : Analisis Jalur
Sumber: Data sekunder yang diolah, 2011

Melalui koefisien determinasi diatas dapat dicari pengaruh error masing-masing variabel *endogen* sebagai berikut:

$$e^1 = (1-0,013)^2 = 0,974$$

$$e^3 = (1-0,190)^2 = 0,656$$

$$e^2 = (1-0,538)^2 = 0,213$$

Selanjutnya dapat dicari total keragaman data yang dapat dijelaskan oleh model adalah sebagai berikut:

$$R^2_m = 1 - (0,013) (0,190) (0,538) \\ = 0,99$$

Model analisis dapat menjelaskan sebesar 99% terhadap fenomena yang dikaji, sedangkan sisanya 1% dijelaskan oleh variabel lain yang belum terdapat didalam model dan *error*.

Standardized coefficient beta dari pengaruh langsung CSR terhadap nilai perusahaan adalah 0,155 pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja adalah 0,071 yaitu hasil pengkuadratan dari 0,268. Pengkuadratan ini disebabkan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan nilai yang tidak signifikan. Pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan melalui *going concern value* adalah 0,138 yaitu hasil perkalian 0,260 dan 0,532. Dari hasil analisis tersebut dapat menunjukkan bahwa nilai koefisien pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung, tetapi pengaruh langsung tidak signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh langsung CSR terhadap nilai perusahaan tidak signifikan dan pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja dan *going concern value* menunjukkan nilai yang signifikan.

Berdasarkan analisis jalur yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka hasil pengujian hipotesis untuk masing-masing persamaan regresi adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Hasil analisis untuk pengaruh CSR yang diukur dengan CSRI terhadap kinerja menunjukkan nilai koefisien 0,144 dengan nilai sig 0,533 > $alpha$ (0,05). Oleh karena nilai signifikan lebih besar dari dari 0,05 maka H_1 ditolak. Artinya pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Pengujian pengaruh pengungkapan CSR yang diukur dengan CSRI terhadap *going concern value* menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Hal ini bisa dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan nilai koefisien 0,260 dengan nilai sig 0,133 > $alpha$ (0,05), artinya pengungkapan csr tidak berpengaruh terhadap *going concern value*. Sedangkan variabel kinerja mempunyai nilai koefisien 0,322 dengan nilai sig 0,666 > $alpha$ (0,05), artinya kinerja berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *going concern value* karena nilai signifikannya > 0,05.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Hasil analisis untuk pengaruh pengungkapan CSR yang diukur dengan CSRI menunjukkan nilai yang tidak signifikan. Hal ini bisa dilihat dari nilai koefisien 0,155 dengan nilai sig 0,260 > dari 0,05. Variabel kinerja mempunyai nilai koefisien 0,268 dengan nilai sig 0,061 > dari 0,05 artinya kinerja keuangan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel *going concern value* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari nilai koefisien 0,532 dengan sig 0,001 < 0,05.

4. Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)

Pengaruh tidak langsung pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan yang diukur dengan ROA menunjukkan nilai sig 0,533 dan 0,061 artinya tidak terdapat pengaruh pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan. Pengaruh tidak langsung pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan melalui *going concern value* yang diukur dengan *price book value* menunjukkan nilai sig 0,133 dan 0,001 artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. dengan demikian H_4 diterima.

4.4 Pembahasan

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dalam penelitian ini membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Hal ini mungkin disebabkan oleh minimnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, sehingga dampak ke kinerja keuangan yang diukur dengan ROA tidak signifikan. Sesuai dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang semakin luas. Minimnya pengungkapan CSR membuktikan bahwa besar kecilnya profitabilitas/kinerja akan mempengaruhi tingkat pengungkapan CSR. Tingkat profitabilitas/ kinerja yang rendah disebabkan oleh krisis global yang terjadi pada periode pengamatan yaitu tahun 2007-2009. Alasan lainnya yaitu dampak pengungkapan CSR tidak bisa dirasakan oleh perusahaan dalam jangka pendek. Karena CSR merupakan program jangka menengah dan panjang yang dampak ke laba baru terlihat setelah program terlaksana, kiki (2009). Penelitian ini konsisten

dengan penelitian Cowen, Ferreri dan Parker (1987); Belkaoui dan Karpik (1989); Hackston dan Milne (1996) dalam Kiki (2009) bahwa tidak ada hubungan antara CSR dengan kinerja. Penelitian ini berbeda dengan penelitian Lely dan Sylvia (2008) yang menemukan adanya pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap ROE (kinerja), dan hasil penelitian Davey (1982), Ng (1985), Cowen et.al., (1987) Sembiring (2005), Muklasin dan Lusiana (2008).

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menemukan bahwa pengungkapan CSR terhadap *going concern value* tidak berpengaruh. Hal ini mungkin disebabkan oleh pengungkapan CSR hanya menjadi alat untuk memenuhi kewajiban untuk memenuhi UU No 40 tahun 2007. Sedangkan kinerja berpengaruh terhadap nilai *going concern value*. Hal ini mengindikasikan bahwa kinerja merupakan alat ukur yang sangat penting untuk menilai kondisi perusahaan saat berjalan.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menemukan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Kiki (2009) begitu juga dengan variabel kinerja. Artinya apabila pengungkapan CSR dan Kinerja semakin baik tidak mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil Penelitian Anita (2008) juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan antara Profitabilitas atau kinerja terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan Bauer et.al., (1987) dalam Kiki (2009).

Hipotesis Keempat

Hipotesis keempat menemukan bahwa pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja dan *going concern value* berpengaruh positif dan signifikan. Artinya semakin luas pengungkapan CSR akan meningkatkan kinerja dan *going concern value* dan semakin baik kinerja dan *going concern value* maka akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh langsung pengungkapan CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Rika dan Islahudin (2008), Kiki (2009) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa CSR bukan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik. Hal ini mungkin disebabkan oleh minimnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan manufaktur di Indonesia. Kemungkinan lain adalah karena pengungkapan CSR di Indonesia belum memenuhi standar GRI (Rika dan Islahudin, 2008 dalam Kiki 2009). Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Rimba (2010) yang menemukan pengaruh positif pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

5.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yaitu:

1. Terdapat unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan karena tidak adanya suatu ketentuan baku yang dapat dijadikan standard dan acuan, sehingga dalam penentuan indeks GRI yang sama, hasilnya berbeda antar peneliti.
2. Periode penelitian yang hanya tiga tahun mungkin menyebabkan pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan ROE sebagai proksi kinerja.

5.2 Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan sampel 35 perusahaan dari seluruh perusahaan manufaktur yang *listing* di BEI periode 2007-2009 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian nilai koefisien dengan melihat *standardized coefficient beta* dan *p-value* menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja.
2. Hasil pengujian nilai koefisien dengan melihat *standardized coefficient beta* dan *p-value* menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *going concern value*, sedangkan kinerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap *going concern value*.
3. Hasil pengujian nilai koefisien dengan melihat *standardized coefficient beta* dan *p-value* menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga dengan kinerja tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya *going concern value* mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil pengujian nilai koefisien dengan melihat *Standardized koefisien beta* dan *p-value* menunjukkan bahwa pengaruh langsung CSR terhadap nilai perusahaan tidak signifikan. Pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan melalui kinerja juga tidak signifikan, sebaliknya pengaruh tidak langsung CSR terhadap nilai perusahaan melalui *going concern value* menunjukkan nilai yang signifikan.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas, maka penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian berikutnya sebaiknya menggunakan periode penelitian yang lebih panjang untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR, karena CSR merupakan program jangka menengah/panjang.
2. Penelitian berikutnya sebaiknya memasukan variabel kontrol seperti *size*, *growth* dan *leverage* untuk mengetahui faktor yang berpengaruh terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan.
3. Sebaiknya pembobotan CSR dalam GRI perlu disamakan persepsi antar peneliti agar tidak terjadi subjektifitas dalam pembobotan CSR.
4. Penelitian selanjutnya bisa menggunakan ROA sebagai proksi kinerja.
5. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan *software amos* untuk analisis path.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana, Marina, (2007). "Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial dalam praktek di perusahaan go public di Indonesia".
- Andre, Kristian S dan Hasan Sakti S, (2007), "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial Dalam Laporan Tahunan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEJ"

-
- Anita, (2008). "Pengaruh Going Concern terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan di Bursa Efek Jakarta". Skripsi S1. Universitas Sumatera Utara.
- Edwin, Mirfazali dan Nurdiono. (2007). "Evaluasi Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan Dalam Kelompok Aneka Industri Yang Go Publik di BEJ". Jurnal akuntansi dan keuangan, Vol.12 No.1. Januari 2007.
- Ghozali, Imam. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progran SPSS. Semarang: UNDIP.
- Gujarati, Damodar dan Dawn C Porter, (2010). Dasar-Dasar Ekonometrika . Edisi 5 . Jakarta: Salemba Empat.
- Husnan, Suad. (2000). Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan keputusan jangka panjang. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Ikhsan, Irfan dan Muhamad I.,(2005). Akuntansi Keperilakuan. Jakarta: Salemba Empat.
- Kartika, (2008). "Corporate Social Responsibility Dan Kinerja Perusahaan". Tesis S2. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Kieso, Donald E.dkk, (2001). Akuntansi Intermediate. Edisi Kesepuluh, Jakarta: Erlangga
- Kiki, (2009), "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan". Skripsi SI, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Tidak Dipublikasikan.
- Kountur, Ronny. (2009). Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Dan Tesis. Jakarta: Buana Printing.
- Kuncoro, Mudrajad. (2004), Metode kuantitatif: teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi. Yogyakarta: AMP YPKN.
- Mukhlisin, dan Lusiana, (2009). "Analisis Hubungan Corporate Social Responsibility Terhadap Firm Value Dengan Financial Performance Sebagai Variabel Intervening.(Studi Kasus Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007)".
- Munawir. (2000). Analisa laporan keuangan. Edisi ke empat. Jogjakarta: liberty
- Ni Wayan, Yuniasih dan Made Gede Wirakusuma, (2008). "Pengaruh Kinerja Keuangan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi".
- Nor, Hadi. (2009), " Studi Eksplorasi motivasi dan Pendekatan Praktik Social Responsibility serta Pengaruhnya Terhadap Market Value Kasus Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia".
- Ria, Pandisari. (2010), "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-factor yang mempengaruhinya dalam laporan tahunan".
- Rika N dan Islahudin, (2008), "Pengaruh Corporate Sosial Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai variabel Moderating". Simposium Nasional Akuntansi XI, Pontianak

-
- Rimba Kusumadilaga, (2010), “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)”. Skripsi SI. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sarwono, Junathan. (2007). Analisis Jalur untuk Riset Bisnis Dengan SPSS. Yogyakarta: ANDI
- Sembiring, E.R. (2005).”Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. Simposium Nasional Akuntansi VIII.
- Smithers, Andre dan Wright Stephen. (2000). Valuing Wall Street: Protecting Wealth In Turbulent Markets. Newyork: Mc Graw Hill.
- Suharyadi dan Purwanto S.K. (2004). Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. Jakarta: Salemba Empat.
- Suwardjono, (2010), Teori Akuntansi: Perekayasaan Pelaporan Keuangan. Edisi Ketiga. Yogyakarta:BPFE Yogyakarta.
- Walsh, Ciaran. (2002). Key Management Rasio. Edisi 3. Jakarta: Erlangga
- Yusi, Syahirman dan Umiyati I, (2010). Statistika untuk Ekonomi dan Penelitian. Palembang: Citrabooks Indonesia.
- [Http://Idx.Co.Id](http://idx.co.id) Diterbitkan Oleh Bursa Efek Indonesia. Diakses Tanggal 4 Maret 2011
- [Http://en.Wikipedia.org// wiki/Tobin’q](http://en.Wikipedia.org/wiki/Tobin%27q). Diterbitkan oleh Wikipedia. Diakses Tanggal 11 Maret 2011
- [Www.Gri.Org](http://www.Gri.Org) Diterbitkan Oleh Global Reporting Intiative. Diakses Tanggal 7 Maret 2011.