
PERBEDAAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBELUM DAN SESUDAH BERLAKUNYA UU NOMOR 40 TAHUN 2007 TENTANG PERSEROAN TERBATAS
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI)

Yulinartati¹

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator (3) Perbedaan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Sampel penelitian ini adalah perusahaan pada sektor manufaktur tahun 2006 - 2008 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 34 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan Tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Kata Kunci: Tanggung jawab sosial perusahaan, Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajemen

1. LATAR BELAKANG MASALAH

Sejarah perkembangan akuntansi berkembang pesat setelah terjadi revolusi industri di Inggris (1760-1860), hal ini menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Para pemilik modal, yang hanya berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial [Galtung & Kada (1995) dan Rich (1996) dalam Anggraini (2006)].

¹ Dosen Jurusan Akuntansi FE Unmuh Jember

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinational. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Pemikiran yang melandasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customer*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor.

Di Indonesia wacana mengenai CSR mulai mengemuka pada tahun 2001, namun sebelum wacana ini mengemuka telah banyak perusahaan yang menjalankan CSR dan sangat sedikit yang mengungkapkannya dalam sebuah laporan. Hal ini terjadi mungkin karena kita belum mempunyai sarana pendukung seperti: standar pelaporan, tenaga terampil (baik penyusun laporan maupun auditornya). Di samping itu sektor pasar modal Indonesia juga kurang mendukung dengan belum adanya penerapan indeks yang memasukkan kategori saham-saham perusahaan yang telah mempraktikkan CSR. Tetapi saat ini tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR pun terdapat didalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: "Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah". Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: "Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah" (Sutopoyudo, 2009).

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

2. PERUMUSAN MASALAH

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah tanggungjawab sosial perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan ?
- b. Apakah persentase kepemilikan manajemen memiliki pengaruh sebagai variabel moderator dalam hubungan antara tanggungjawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan?
- c. Apakah ada perbedaan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

3. TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

- a. Pengaruh tanggungjawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- b. Pengaruh persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator dalam hubungan antara tanggungjawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan
- c. Perbedaan luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan periode sebelum dan sesudah berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

4. LANDASAN TEORI

a. Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

b. Pertanggungjawaban Sosial

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006).

c. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Darwin (2004) dalam Anggraini (2006)

mengatakan bahwa tanggungjawab sosial Perusahaan terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan dan kinerja sosial.

d. Nilai Perusahaan

Menurut Rika dan Ishlahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

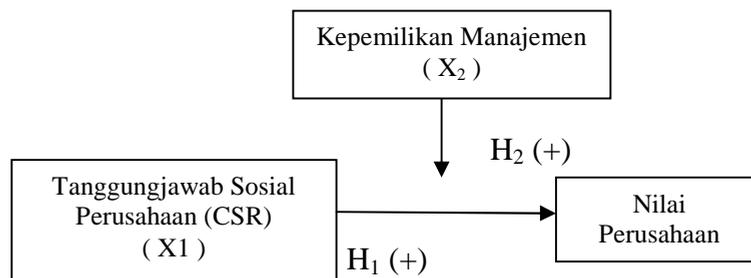
e. Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris (Moh.samsul, 2006:63). Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

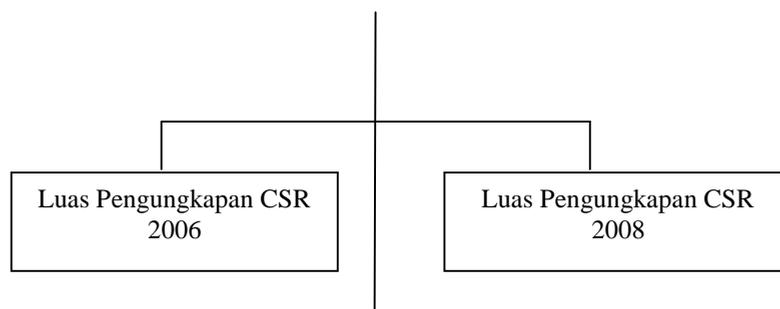
5. KERANGKA PEMIKIRAN

Variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 2.3
Kerangka Pemikiran



UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas



6. PERUMUSAN HIPOTESIS

a. Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan tanggungjawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor.

Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. Nurlala dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Tanggungjawab Sosial Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

b. Pengaruh Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderator dalam Hubungan antara Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Demsetz (1983) dan Fama dan Jensen (1983) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat kepemilikan manajemen, semakin tinggi pula untuk melakukan program CSR. Morck, Shleifer dan Vishny (1988) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif terhadap pengeluaran program CSR dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan, tetapi pada suatu titik yang mana akan mengurangi nilai perusahaan dan batasan yang telah dicapai, ditemukan hubungan negative. Dari perumusan masalah yang ada, kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu, maka dalam penelitian ini dibuat hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Tanggungjawab Sosial Perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat persentase kepemilikan manajemen tinggi.

c. Perbedaan Luas Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Periode Sebelum dan Sesudah Berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT)

Pengungkapan tanggung jawab perusahaan sebelum berlakunya UU PT dapat dikatakan sangat minim, hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuniarti (2003) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) pada perusahaan yang terdaftar di BEJ sebelum tanggal 31 Desember 2000 yang mengatakan bahwa tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ ternyata sangat rendah. Undang- Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pemerintah pada 20 Juli 2007 dan mulai diberlakukan pada 16 Agustus 2007 mengatur kewajiban perusahaan untuk memprogramkan dan melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan atau lebih dikenal *Corporate Social*

Responsibility (CSR). Undang-undang tersebut diutamakan pada perusahaan yang kegiatan usahanya dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam. Dengan berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas tersebut diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena CSR yang semula bersifat *voluntary* menjadi bersifat *mandatory* bagi perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

7. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan variabel tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai variabel independen (X₁), kepemilikan manajemen digunakan sebagai variabel moderator (X₂) dan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan (Y). Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang berjumlah 193 perusahaan. Periode penelitian tahun 2006 - 2008, dengan alasan : pada 20 Juli 2007 telah dikeluarkan UU PT tentang diwajibkannya CSR bagi semua Perseroan Terbatas. Penelitian ini akan membandingkan periode saat dikeluarkannya UU PT (2006) dan periode setelah dikeluarkannya UU PT (2008). Apakah setelah dikeluarkannya UU PT tersebut terdapat peningkatan pengungkapan CSR di perusahaan-perusahaan atau tidak. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan dan yang memenuhi dari kriteria tersebut ada 34 perusahaan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan *Annual Report* yang didapat dari www.idx.co.id. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan, laporan keuangan dan daftar harga saham penutupan akhir tahun untuk periode tahun 2006 – 2008 pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Metode analisis data yang digunakan:

- a. Statistik Deskriptif
Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR), nilai perusahaan dan persentase kepemilikan manajemen pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.
- b. Uji Asumsi Klasik
Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat autokorelasi dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2006).
- c. Pengujian Hipotesis.
Pengujian untuk ke 3 Hipotesis tersebut menggunakan:

- 1) Alat analisis yang digunakan untuk menguji Hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*) dan Analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2006). Menurut Ghozali (2006) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.
- 2) Untuk menguji Hipotesis 2 menggunakan uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2006). Variabel perkalian antara CSR (X_1) dan Kepemilikan Manajemen (X_2) merupakan variabel moderator oleh karena menggambarkan pengaruh moderator variabel Kepemilikan manajemen (X_2) terhadap hubungan CSR (X_1) dan Nilai Perusahaan (Y).
- 3) Untuk menguji Hipotesis 3 adanya perbedaan luas pengungkapan CSR tersebut menggunakan analisis uji beda *Paired Sample T-Test*. Hal ini dilakukan untuk pengujian hipotesis tentang adanya perbedaan luas pengungkapan periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang- Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam penelitian ini tingkat signifikansi ditetapkan sebesar 5%, yang berarti tingkat kesalahan dari penelitian ini adalah sebesar 5%.

8. HASIL PERHITUNGAN

a. Statistik Deskriptif

Hasil dari pengujian statistik deskriptif dari variabel Tobins Q, CSR, dan KM dari tahun 2006-2008 disajikan dalam tabel dibawah ini.

Tabel 8.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
TOBIN Q	102	,400	6,930	1,08990	,740042
CSR	102	,060	,410	,21667	,074957
KM	102	,010	25,580	5,80470	7,652688

Sumber: Data Skunder diolah SPSS 15, 2011

Dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel diatas, didapatkan informasi sebagai berikut:

Variabel Tobins Q memiliki rentang nilai dari 0,400 hingga 6,930. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Kedaung Indah Can Tbk dan PT. Langgeng Makmur PI

Tbk pada tahun 2008, dan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Indo Acidatama Tbk pada tahun 2007. Nilai rata-rata Tobins Q 1,08990 dan deviasi standarnya bernilai 0,740042. Tobins Q yang bernilai lebih dari 1 mempunyai arti bahwa perusahaan menghasilkan *earning* dengan tingkat return yang sesuai dengan harga perolehan aset-asetnya.

Variabel pengungkapan CSR memiliki rentang nilai dari 0,060 hingga 0,410. Nilai terendah dimiliki oleh PT. Budi Acid Jaya Tbk pada tahun 2006, sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. Langgeng Makmur PI Tbk tahun 2007. Nilai rata-rata CSR menunjukkan nilai 0,21667. Sedangkan standar deviasi menunjukkan nilai 0,074957. Jika dilihat dari nilai rata-rata variabel CSR, dapat diperoleh informasi bahwa rata-rata jumlah item yang diungkapkan oleh para emiten kurang lebih hanya 17 dari 79 item pengungkapan.

Variabel persentase kepemilikan manajerial memiliki rentang nilai dari 0,010 hingga 25,580. Persentase kepemilikan terendah dimiliki oleh PT. Indo Acidatama Tbk tahun 2008, PT. Multi Indocitra Tbk tahun 2006 dan 2007, sedangkan persentase kepemilikan manajerial tertinggi dimiliki oleh PT. Lionmesh Prima Tbk pada tahun 2006-2008. Rata-rata persentase kepemilikan manajerial menunjukkan angka 5,80470 dan deviasi standar 7,652688.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat untuk dipergunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi : uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Dari pengujian yang telah dilakukan, diperoleh hasil tidak terdapat penyimpangan terhadap uji asumsi klasik normalitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi.

c. Analisis Regresi

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal dan tidak terdapat heteroskedastisitas. Oleh karena itu data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model regresi sederhana dan berganda. Analisis regresi sederhana dan berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui pada tabel berikut:

Tabel 8.2
Hasil Estimasi Analisis Regresi Sederhana dan Berganda

Nama Variabel	Konstanta	Beta	t-hitung	Sig.
Persamaan I				
CSR	0,816	1,265	1,292	0,199
Persamaan II				
CSR	1,025	1,037	0,896	0,372
KM		-0,024	-0,780	0,437
MODERAT		-0,018	-0,130	0,897

Sumber: Data skunder yang diolah, 2011

Berdasarkan Tabel 8.2 dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,816 + 1,265 X_1 + e$$

$$Y = 1,025 + 1,037 X_1 - 0,024 X_2 - 0,018 X_1 X_2 + e$$

d. Pengujian Hipotesis

Hasil dari pengujian Hipotesis 1, Hipotesis 2, Hipotesis 3 adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis 1

Hipotesis pertama penelitian ini menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 8.2, diperoleh koefisien regresi untuk variabel CSR sebesar 1,265 dan nilai t hitung sebesar 1,292 dengan signifikansi sebesar 0,199 yang nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05 atau ternyata p-value $0,199 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_1 ditolak.

2) Hipotesis 2

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat persentase kepemilikan manajemen tinggi. Berdasarkan hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA), diperoleh nilai t hitung untuk variabel moderator diketahui sebesar -0,130 dengan signifikansi sebesar 0,897. karena nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka variabel kepemilikan manajemen tidak mampu mempengaruhi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat persentase kepemilikan manajemen perusahaan tinggi, dengan demikian H_2 ditolak.

3) Hipotesis 3

Hipotesis ketiga penelitian ini menyatakan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Untuk menguji hipotesis adanya perbedaan luas pengungkapan CSR tersebut analisis uji beda *Paired Sample T-Test*. Adapun hasil pengujian menggunakan *Paired Sample T-Test* dapat diketahui pada tabel berikut :

Tabel 8.3
Hasil uji beda
Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Sebelum	0,16765	34	0,053090	0,009105
Sesudah	0,22118	34	0,059174	0,010148

Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 sebelum & sesudah	34	0,628	0,000

Hasil pengujian *Paired Sample T-Test* pada tabel 8.3, diperoleh nilai rata-rata pengungkapan CSR sebelum berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas sebesar 0,16765 dan sesudah sebesar 0,22118. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas lebih tinggi dibandingkan dengan sebelumnya. Dari hasil pengujian uji beda *Paired Sample T-Test* diperoleh nilai t-hitung sebesar 0,628 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi untuk luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 lebih kecil dari 0,05 atau 5%, maka H_3 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

9. PEMBAHASAN

a. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan - kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Dalam penelitian ini, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang di proksi dengan variable dummy menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan t_{hitung} sebesar 1,292 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,983, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,199 atau probabilitas di atas $\alpha = 5\%$. Artinya bahwa penerapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya. Karena di dalam penelitian ini tidak berhasil menjawab H_1 yaitu praktik CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak mendukung H_1 dan menerima H_{01} , karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2006 - 2008 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI. Dengan demikian kualitas pengungkapan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak sesuai dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya akan dapat di capai jika perusahaan juga memasukkan unsur tanggung jawab sosial kepada masyarakat paling tidak dalam tingkat yang minimal. Hal ini juga terjadi dikarenakan kebanyakan perusahaan manufaktur di Indonesia menganggap bahwa CSR hanya bersifat *Valountary* (Suka rela), disamping itu nilai perusahaan yang diproksikan dengan nilai tobin Q lebih dominan dipengaruhi oleh investor karena didalam perhitungan tobin Q, harga saham perlembar menentukan tinggi rendahnya nilai tobin Q (nilai perusahaan).

b. Pengaruh Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderator dalam Hubungan antara Tanggungjawab Sosial Perusahaan dan Nilai Perusahaan

Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan *image* perusahaan, meskipun ia harus mengkorbankan sumber daya yang ada untuk aktivitas tersebut, Gray dkk (1988) dalam Retno (2006).

Hasil perhitungan terhadap interaksi variabel antara X_1X_2 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -0,130 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1,983, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan sebesar 0,897 atau probabilitas jauh diatas $\alpha = 5\%$. Berdasarkan hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa secara parsial interaksi antara variabel X_1X_2 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak mendukung H_2 tetapi sebaliknya menerima H_0 . Dengan demikian persentase kepemilikan manajemen dalam penelitian ini tidak dapat bertindak sebagai variabel moderator dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Pada tabel 4.2 variabel moderator berpengaruh negatif dengan koefisien -0,130. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi interaksi antara CSR dengan kepemilikan manajemen dalam suatu perusahaan maka menurunkan nilai perusahaan sedangkan probabilitas signifikansinya sebesar 0,188 sehingga dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajemen tidak dapat bertindak sebagai variabel moderator dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kepemilikan manajemen pada perusahaan non keuangan di Indonesia cenderung masih sangat rendah, hal tersebut dapat dilihat dari statistik deskriptifnya yaitu rata-rata kepemilikan manajemen hanya sebesar 5,80470.

Rendahnya saham yang dimiliki oleh manajemen mengakibatkan pihak manajemen belum merasa ikut memiliki perusahaan karena tidak semua keuntungan dapat dinikmati oleh manajemen yang menyebabkan pihak manajemen termotivasi untuk memaksimalkan utilitasnya sehingga merugikan pemegang saham. Selain itu dengan rendahnya kepemilikan saham oleh manajemen membuat kinerja manajemen juga cenderung rendah sehingga kurang memperhatikan masalah CSR yang pada akhirnya juga tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

c. Perbedaan Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Periode Sebelum dan Sesudah Berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT)

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan pemerintah pada 20 Juli 2007 dan mulai diberlakukan pada 16 Agustus 2007 mengatur kewajiban perusahaan untuk memprogramkan dan melaksanakan tanggungjawab sosial perusahaan (CSR). Undang-undang tersebut diutamakan pada perusahaan yang kegiatan usahanya dalam bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, pelaksanaan UU PT telah cukup efektif, terbukti dengan meningkatnya luas pengungkapan CSR meskipun belum optimal. Berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas tersebut dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena CSR yang semula bersifat suka rela menjadi wajib bagi perusahaan.

10. KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini:

- a. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang di proksikan dengan variabel dummy menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, Artinya bahwa penerapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya, dilihat dari nilai perusahaan yang di proksikan dengan nilai tobin Q terlihat bahwa investor lebih berpengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan karena tinggi rendahnya harga perlembar saham menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Rika Nurlela dan Islahudin (2008) yang menemukan bahwa praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, penerapan CSR didalam perusahaan bukan faktor utama yang menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian Etty Murwaningsari (2009) yang menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh terhadap perusahaan, semakin tinggi tingkat pengungkapan tanggung sosial mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.
- b. Variabel kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen di Indonesia khususnya untuk perusahaan non keuangan masih rendah sehingga pihak manajemen masih bertindak untuk memaksimalkan utilitasnya sendiri sehingga untuk melaksanakan tanggung jawab sosial yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan sulit untuk dilaksanakan. Penelitian ini didukung oleh penelitian Rika Nurlela dan Islahudin (2008) yang menemukan bahwa persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator tidak dapat mempengaruhi hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan.
- c. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas artinya pelaksanaan UU PT telah cukup efektif, terbukti dengan meningkatnya luas pengungkapan CSR meskipun belum optimal. Berlakunya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas tersebut dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena CSR yang semula bersifat *voluntary* menjadi *mandatory* bagi perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010) yang menemukan bahwa terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR sebelum dan sesudah berlakunya Undang – undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

11. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

- a. Penelitian ini hanya menggunakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
- b. Dalam penelitian ini persentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderator hubungan CSR dan nilai perusahaan tidak terbukti.
- c. Dalam penelitian ini, indeks pengungkapan sukarela yang digunakan sebagai ukuran luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan ditentukan

- berdasarkan interpretasi peneliti setelah membaca isi laporan tahunan perusahaan sampel, sehingga terdapat unsur subyektifitas didalamnya.
- d. Penelitian ini menggunakan daftar item informasi tanpa pembobotan. Masing-masing item informasi diberlakukan sama, tanpa membedakan relatif pentingnya item tersebut dalam pengambilan keputusan.

12. SARAN

Berdasarkan beberapa keterbatasan yang dikemukakan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti untuk penelitian yang akan datang adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengurangi subyektifitas dalam menginterpretasikan luas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), hendaknya melakukan kerjasama dengan pihak-pihak yang berpengalaman untuk membantu menginterpretasikan luas tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).
- b. Bagi penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen lainnya yang lebih banyak dan kompleks, sehingga akan dapat diketahui variabel – variabel mana yang lebih berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c. Penelitian berikutnya perlu mempertimbangkan penggunaan pembobotan dalam pengukuran tingkat keluasan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan tahunan.
- d. Penelitian selanjutnya agar menggunakan jenis perusahaan yang berbeda sebagai pembandingan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Ghozli, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Cetakan IV. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating*. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Retno, Reni Anggraini, Fr. R.R. 2006, *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan*. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang 23-26 Agustus.
- Samsul, Mohammad. 2006. *Pasar Modal & Manajemen Portofolio*. Erlangga : Jakarta.
- Standar Financial Accounting Concept (SFAC) Tahun 1998 No. 1*
- Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility(CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 20 November 2010
-, 2010. UU No. 40 pasal 74 Th 2007 tentang PT. <http://www.hukumonline.com>. Diakses tanggal 20 November 2010.
-, 2010. Disclosure on Management Approach. <http://www.globalreporting.org>. Diakses tanggal 20 November 2010.