

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PRICE EARNINGS*
RATIO SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA
PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA**



Skripsi Oleh :

MARZUKI

01091003058

Akuntansi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDRALAYA

FAKULTAS EKONOMI

2013

S
657.707
Mar
P
2013

Record : 22606
Reg : 23100

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PRICE EARNINGS*
RATIO SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA
PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA**



Skripsi Oleh :

MARZUKI

01091003058

Akuntansi

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS SRIWIJAYA INDRALAYA

FAKULTAS EKONOMI

2013

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PRICE EARNINGS*
RATIO SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA
PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA**

Disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Marzuki
NIM : 01091003058
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian/Konsentrasi : Teori Akuntansi

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

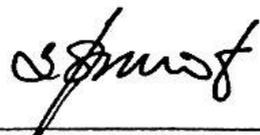
Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 13 Maret 2013

Ketua : 
Dr. Inten Meutia, S.E., M. Acc., Ak
NIP 196905261994032002

Tanggal : 06 April 2013

Anggota : 
Emylia Yuniarti, S.E., M.Si., Ak
NIP 197106021995032002

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PRICE EARNINGS* *RATIO* SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA

Disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Marzuki
NIM : 01091003058
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian/Konsentrasi : Teori Akuntansi

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 22 Juni 2013 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 22 Juni 2013

Ketua,



Dr. Inter Meutia, SE, M.Acc, Ak
NIP 196905261994032002

Anggota,



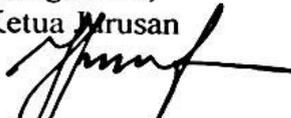
Emylia Yuniartie, SE, M.Si, Ak
NIP 197106021995032002

Anggota,



Hj. Dewi Rina K, S.E, MM, BKP, Ak
NIP 196209131994032001

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Ahmad Subeki, SE, MM, Ak
NIP 196508161995121001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Marzuki
NIM : 01091003058
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian : Teori Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang berjudul :
Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai
Perusahaan dengan *Price Earnings Ratio* Sebagai Variabel Moderating pada
Perusahaan Sektor Utama

Pembimbing :
Ketua : Dr. Inten Meutia, SE, M.Acc., Ak
Anggota : Emylia Yuniartie, SE, M.Si, Ak
Tanggal Ujian : 22 Juni 2013

adalah benar hasil karya Saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil
karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan
Saya ini tidak benar dikemudian hari, Saya bersedia dicabut predikat kelulusan
dan gelar kesarjanaannya.

Inderalaya, Juni 2013
Pembuat Pernyataan,



Marzuki
NIM. 01091003058

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim.

Puji syukur kepada Allah SWT. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Price Earnings Ratio* Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sektor Utama". Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dimana pada penelitian ini saya menempatkan sebuah variabel moderating yang berfungsi untuk memperlemah atau menguatkan hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Dr. Inten Meutia, SE, M.Acc, Ak dan Emylia Yuniartie, SE, M.Si, Ak sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ahmad Subeki, SE, MM, Ak sebagai Ketua Jurusan Akuntansi
3. Mukhtaruddin, SE, M.Si, Ak sebagai Sekretaris Jurusan Akuntansi
4. Hj. Dewi Rina K, S.E, MM, BKP, Ak sebagai dosen penguji yang telah membantu memberikan kritik dan saran.
5. Hj. Rochmawati Daud, SE, M.Si, Ak sebagai dosen pembimbing akademik, yang telah membimbing dan memberikan nasehat selama masa perkuliahan.
6. Ibuku tercinta yang selalu memberikan semangat dan selalu mengingatkan, serta keluarga besar yang selalu memberikan perhatian.
7. Daeng Ngambo' (H. Suwandi), Daeng Cemank (H. Herman), ayu' Moni dan Fanggaji Kure' sebagai saudara yang selalu membantu dan memberikan dorongan, nasehat.
8. Sahabatku Gatot Prasetyo Nugroho, M. Affan Setiawan, Adi Hidayat, Saiful Basri, M. Syahlevi H, M. Ardi, Wendi Arianto, Sri Wahyuni, Nurul Eka Sari dan sahabat yang lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Semoga kesuksesan dan rahmat ALLAH Ta'ala selalu menyertai kita.
9. Sahabat tercinta jurusan akuntansi a.n Regina Fitriafrishanti, Herpin Nugraha, Amrina Rosyada, Dwi Mulia, Desy Amelia Purwani, Bendi Agustianto, Terry Ariestia, Dodi Irawan, Danti sagita, Fadilla Indriani, Dian Yunia, Dwi Gian Sari Putri, Emylia Nurhuda, Ayu Zonalia. yang selalu memberikan bantuan dan dukungan.

10. Teman – teman jurusan akuntansi angkatan 2009 yang tidak bisa saya sebutkan semua, terimakasih untuk kebersamaan selama 4 tahun ini, semoga kita semua menjadi orang sukses.
11. Ka' Adi Suryadi, selaku staf jurusan akuntansi yang selalu sabar dan membantuku selama masa perkuliahan.

Indralaya, Juni 2013

Marzuki
NIM 01091003058

ABSTRAK

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *PRICE EARNINGS RATIO* SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA

Oleh :
Marzuki

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dimaksudkan untuk mendapatkan nilai lebih dari para pemilik modal. Disamping CSR aspek lain yang dapat diperhatikan para investor yakni *Price Earnings Ratio* (PER) yang dimiliki oleh perusahaan. PER dapat dijadikan pertimbangan oleh para investor dalam mengambil keputusan bisnis. Penggunaan CSR sebagai variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan sesuai dengan teori stakeholders, teori ini mengatakan bahwa perusahaan dimiliki oleh semua aspek yang berkaitan dengan perusahaan tersebut yakni Investor, masyarakat, dan lingkungan. Adapun teori yang mendukung PER ialah teori sinyal, teori ini mengungkapkan bahwa perusahaan akan mengungkapkan informasi, dimana informasi tersebut dapat menambah nilai dari suatu perusahaan.

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari BEI. Data tersebut akan diuji menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, multikoleniaritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Adapun pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear dan *moderate regression analysis*. Hasil pengujian data yang diperoleh dari BEI yakni berdasarkan hasil uji Hipotesis 1 menghasilkan signifikansi sebesar $0.124 > 0.05$ sehingga pengungkapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Uji Hipotesis 2 menghasilkan signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ sehingga PER memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis 3 menghasilkan signifikansi sebesar $0.039 < 0.05$ sehingga disimpulkan PER merupakan variabel moderasi.

Adapun kesimpulan dari penelitian ini setelah dilakukan pengujian data dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak, H2 diterima, dan H3 diterima. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu.

Kata kunci : *Corporate Social Responsibility*, *Price Earnings Ratio*, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PRICE EARNINGS RATIO SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN SEKTOR UTAMA

Oleh :

Marzuki ; Dr. Inten Meutia, SE, M.Acc, Ak ; Emylia Yuniartie, SE, M.Si, Ak

Corporate Social Responsibility (CSR) is an activity that should be performed by the company for the survival of its company. CSR activities which is done by the company of the company is intended to get more value from the owners of capital. Besides CSR other aspects that can be considered by the investors is the Price Earnings Ratio (PER), which is owned by the company. PER can be used by the investors as a consideration to make the business decisions. The using of CSR as a variable that affects the value of the company based on the stakeholder theory, the theory explains that a company is owned by all the aspects which is related to its company, those are investors, society, and environment. Other theory which support PER is signaling theory, this theory revealed that the company will disclose the information, where the information can add the firm value.

This research is using the secondary data which is obtained from BEI. The data will be tested by using the classical assumption test that consist of normality test, multicoleniarity, heteroscedasticity, and autocorrelation. The hypothesis testing is using linear regression analysis and moderate regression analysis. The result of the test which is obtained from BEI and based on the results of the test Hypothesis 1 yields a significance of $0.124 > 0.05$ so CSR disclosure has no effect to the firm value. The test to Hypothesis 2 yields a significance of $0.000 < 0.05$ and it's concluded that PER has an influence to the value of the company. Hypothesis 3 yields a significance of $0.039 < 0.05$ and it's concluded that PER is a moderating variable.

The conclusion of this research after testing the data, it can be concluded that H1 is rejected, H2 is received, and H3 is accepted. The result of this research is different with the previous one.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Price Earnings Ratio, Firm Value.*

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Marzuki
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Tempat / Tanggal Lahir : Palembang / 04 Maret 1990
Agama : Islam
Alamat Rumah : Jalan Bambang Utoyo Lr. Sahabat No.79 RT10
RW02 Kel.3 Ilir, Kec. Ilir Timur 2 Palembang

Alamat Email : qieezuki@ymail.com , qieezuki@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SDN 318 Palembang
SLTP : SMPN 8 Palembang
SMU : SMAN 5 Palembang

Pendidikan Nonformal :

1. Kursus Bahasa Inggris Conversation class LIA
2. Kursus Pajak Brevet A dan B di IAI Palembang Tahun 2013

Pengalaman Organisasi :

Penghargaan Prestasi :

1. Juara 2 Beregu Putra Bridge Kategori Junior U26 Kejuaraan Nasional Bridge Antar Kota ke-49 di Yogyakarta tahun 2011
2. Juara 1 Beregu cabor Bridge PORPROV SUMSEL tahun 2010 di Palembang
3. Juara 3 Pasangan Mix cabor bridge PORPROV SUMSEL Tahun 2010 di Palembang
4. Finalis Beregu Bridge Kategori Mahasiswa Kejuaraan Nasional Bridge Pelajar dan Mahasiswa ke 14 di Jakarta Tahun 2012
5. Liasson Officer Seagames XXVI-2011 cabang olahraga Baseball di Sumatera Selatan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Tinjauan Teoritis.....	13
2.1.1 Teori <i>Stakeholders</i>	13
2.1.2 Teori Legitimasi.....	14
2.1.3 <i>Signaling Theory</i>	15
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility</i>	16
2.1.5 <i>Price Earnings Ratio</i>	18
2.1.6 Perseroan Terbatas.....	19
2.1.7 Nilai Perusahaan.....	20
2.1.8 ISO26000.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22

2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	25
III METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Variabel Penelitian.....	28
3.2.1 Variabel Independen.....	29
3.2.2 Variabel Dependen.....	30
3.2.3 Variabel Moderating.....	30
3.3 Populasi dan Sample.....	31
3.3.1 Populasi.....	31
3.3.2 Sampel.....	31
3.4 Data.....	32
3.5 Teknik Analisis.....	33
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	33
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.5.2.1 Uji Normality.....	33
3.5.2.2 Uji Multikoloniaritas.....	34
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.5.2.4 Uji Autokorelasi.....	35
3.5.3 Analisis Regresi.....	35
3.5.4 Uji F.....	38
3.5.5 Uji t.....	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	39
4.2 Hasil Analisa Data.....	42
4.2.1 Hasil Analisa Statistik deskriptif.....	42
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
4.2.2.1 Hasil Uji Normality.....	44
4.2.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	45
4.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.2.2.4 Hasil Uji Autokorelasi.....	47
4.2.3 Hasil Uji Hipotesis 1 (H1).....	48
4.2.3.1 Hasil Uji Koefisien determinasi.....	48
4.2.3.2 Hasil Uji F.....	49
4.2.3.3 Hasil Uji t.....	50
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis 2 (H2).....	50
4.2.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.2.4.2 Hasil Uji F.....	51
4.2.4.3 Hasil Uji t.....	52
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis 3 (H3).....	53
4.2.5.1 Hasil uji Koefisien Determinasi.....	53
4.2.5.2 Hasil Uji F.....	53
4.2.5.3 Hasil Uji t.....	54
4.2.6 Hasil Pengujian.....	55

4.3 Interpretasi Nilai.....	57
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Keterbatasan.....	62
5.3 Saran.....	62
Daftar Pustaka.....	64
Lampiran - lampiran.....	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Durbin-Watson.....	35
Tabel 4.1 Hasil Penentuan Sampel	40
Tabel 4.2 Daftar Perusahaan yang Menjadi Sampel.....	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikoleniaritas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	48
Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikansi Simultan.....	49
Tabel 4.10 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi PER	51
Tabel 4.12 Hasil Uji statistik F	51
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	52
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik F.....	54
Tabel 4.16 Hasil Uji t.....	54
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Regresi	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.1 Histogram Hasil Uji Normality.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Daftar Perusahaan Sektor Utama	68
Lampiran 2 Core Subjets and Issue	70
Lampiran 3 Daftar Pengungkapan CSR.....	72
Lampiran 4 Price Earnings Ratio (PER).....	74
Lampiran 5 Nilai Perusahaan.....	76
Lampiran 6 Data	78
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	80
Lampiran 8 Hasil Uji Normality	83
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinearitas	85
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	86
Lampiran 11 Hasil Uji Autokorelasi.....	87
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis 1	88
Lampiran 13 Hasil Uji Hipotesis 2	89
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis 3	90

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia berada dalam era globalisasi, yakni era dimana manusia tidak lagi memiliki pemikiran sempit mengenai sesuatu hal, sebuah era dimana manusia hampir tidak lagi memiliki pembatas baik itu ruang maupun waktu, hal ini sangat terasa dalam dunia bisnis. Pengambilan keputusan terhadap perusahaan saat ini tidak cukup berdasarkan laporan kinerja keuangan perusahaan saja namun dibutuhkan juga laporan mengenai aspek lain dari perusahaan tersebut. Adapun salah satu aspek yang dapat dijadikan sebagai sumber penilaian bagi suatu perusahaan untuk menentukan keputusan bisnis yakni aspek sosial suatu perusahaan. Kegiatan yang dilakukan perusahaan tidak bisa terlepas dari lingkungan perusahaan melakukan aktivitasnya. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi yang dianggap dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Pengungkapan dan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memperoleh legitimasi sosial dan meninggikan nilai perusahaan di mata masyarakat untuk jangka panjang (Permanasari, 2010).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah kesepakatan dari *World Summit on Sustainable Development* (WS-SD) di Johannesburg Afrika Selatan 2002. Kesepakatan tersebut bertujuan untuk mendorong perusahaan diseluruh dunia untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan. Peran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai upaya untuk mewujudkan

good corporate Governance, good corporate citizenship dan Good Business Ethic. (Samuel dan Elianto, 2008).

Penelitian mengenai Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dilakukan oleh negara – negara di dunia. Dari penelitian yang dilakukan oleh Helg (2007) di Nigeria dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* haruslah menyesuaikan dengan keadaan suatu negara baik itu dari budaya, ekonomi dan sebagainya, hal ini terbukti standar yang ditetapkan oleh masyarakat Eropa maupun Amerika tidak mampu diterima dengan baik di Nigeria sehingga diharapkan terdapat suatu standar yang mampu merangkum seluruhnya. Penelitian yang dilakukan oleh Belal (2001) di Negara Bangladesh menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan masih relatif minim hanya sekitar 49% perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dan sebagian besar perusahaan yang mengungkap hanya bersifat sukarela. Hall (2002) penelitian dilakukan di New Zealand dimana ia menjadikan 5 perusahaan memiliki profil tinggi sebagai sampel. Hall menyimpulkan tidak ada tren yang jelas dari peningkatan pengungkapan sosial perusahaan. Diperlukanya Undang – Undang sebagai dasar hukum yang menjamin kelangsungan pengungkapan sosial tersebut. Ratanajongkol (2006) penelitian yang dilakukan di Thailand, hasil penelitian yang ia lakukan menunjukkan bahwa terdapat tren yang meningkat secara keseluruhan, namun penelitian tersebut menunjukkan bahwa beda industri maka beda pula tren yang terjadi.



Setiap perusahaan memiliki tujuan. Salah satu tujuan utama dari perusahaan yakni meningkatkan nilai. Nilai bagi perusahaan merupakan sesuatu hal yang berharga dan harus dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki nilai baik maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Penilaian yang dilakukan oleh investor akan menentukan penanaman modalnya, jika para investor menilai buruk maka mereka pun tidak akan menanamkan modalnya. Tujuan utama para investor menanamkan modalnya ialah untuk mendapatkan keuntungan dari perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan investor yang mau melakukan penanaman modal tentu dipengaruhi oleh naik turunnya nilai dari suatu perusahaan. Salah satu aspek yang dapat menentukan nilai perusahaan ialah tanggung jawab sosial perusahaan tersebut, indikator ini dapat menjadi penilaian tersendiri terhadap perusahaan. Nilai perusahaan dapat tercermin dalam saham yang diperjual belikan perusahaan tersebut dalam pasar modal. Hal tersebut merupakan indikator nilai perusahaan (Suharli, 2009).

Penerapan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diatur dalam Undang - Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Peraturan ini menunjukkan bahwa Perseroan Terbatas wajib menerapkan CSR serta mengungkapkannya. Perusahaan yang bergerak dalam sumber daya alam lebih di tekankan untuk melakukan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang bergerak dalam sumber daya alam dalam hal ini ialah Sektor Utama yang terdaftar

dalam Bursa Efek Indonesia. Sektor utama merupakan industri yang memproduksi bahan baku. Disisi lain peraturan tersebut tidak mengatur dengan jelas tentang cara penerapan *corporate social responsibilty*. Kita mengetahui bahwa apapun yang dilakukan perusahaan untuk mengganti kerusakan terhadap alam yang telah mereka perbuat untuk menghasilkan suatu pruduk, tindakan mereka tidak akan pernah cukup. Hal yang dapat dilakukan perusahaan yakni meminimalisir dampak yang dapat ditimbulkan atas kegiatan yang mereka lakukan. Tanggung jawab sosial merupakan biaya perseroan. Biaya perseroan tersebut tidak dijelaskan lebih rinci, sehingga dapat disimpulkan tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan hanya sebagai formalitas belaka. Setelah mereka melakukan CSR maka dapat dianggap selesailah tanggung jawabnya dan memiliki payung hukum yang dapat melindungi perusahaan dari tuntutan masyarakat. Peran yang seharusnya dimiliki *stakeholders* dalam hal ini sama sekali tidak terlihat. Semuanya telah menjadi tanggung jawab perusahaan tersebut secara normative. Peraturan tersebut belum mengatur batasan-batasan yang jelas tentang pertanggung jawaban sosial yang dilakukan perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan maupun terhadap pemerintah. Belum adanya tolak ukur yang jelas mengenai tanggung jawab sosial, dimana seharusnya dapat diukur dengan jelas serta terstruktur. Akibatnya masing-masing perusahaan akan menafsirkannya secara sendiri-sendiri tentang tanggung jawab sosial yang akan mereka lakukan.

Saat ini setelah di berlakukanya undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 78, masih sering kita membaca berita, baik di media cetak maupun media elektronik tentang tuntutan masyarakat terhadap

tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Sebagai contoh kasus yang terjadi di pulau Kalimantan sesuai dengan pemberitaan yang dilakukan oleh media online yang dimuat oleh kompas.com mengenai pembantaian Orangutan. Hal tersebut dilakukan untuk membuka lahan perkebunan perusahaan, disamping penebangan hutan yang tidak mampu dihindarkan namun juga harus mengusir orang utan bahkan melakukan pembantaian terhadap Orangutan (Utomo, 2012). Adapun kasus lain terjadi di Provinsi Lampung sesuai yang di muat dalam media online tribunenews.com dan suarapembaruan.com pada tahun 2011 mengenai pembantaian Mesuji hal ini menunjukkan adanya konflik antara masyarakat dengan perusahaan (Timothy, 2011). Kasus lain yang terjadi di Nusa Tenggara Timur yang dimuat dalam media online www.walhi.or.id pada 2012 yakni mengenai konflik yang terjadi antara perusahaan tambang dengan masyarakat. Adapun penyebabnya adalah minimnya informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada publik (Kompas, 2012). Hal ini menunjukkan lemahnya Undang- Undang tersebut serta tidak adanya kesadaran perusahaan akan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Perusahaan yang baik tidak akan menempatkan *corporate social responsibility* sebagai *cost* tetapi menempatkannya sebagai investasi jangka panjang. Penempatan CSR sebagai investasi jangka panjang akan menunjukkan perusahaan tersebut memiliki komitmen yang jelas serta tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan jangka pendek saja, namun juga memikirkan masa yang akan datang, hal ini sesuai dengan prinsip akuntansi yakni *going concern*. Hal ini baik untuk kelangsungan perusahaan serta dapat menaikkan nilai

perusahaan tersebut baik di mata masyarakat maupun para calon investor. Berbagai hal yang dilakukan perusahaan dapat menunjukkan bahwa perusahaan merupakan bagian dari masyarakat maupun lingkungan. Untuk jangka panjang perusahaan akan mendapatkan manfaat yang sangat besar, yakni mendapatkan kepercayaan dari masyarakat, serta meminimalkan konflik yang sewaktu – waktu dapat terjadi antara perusahaan dengan masyarakat. Sebaliknya perusahaan yang menganggap CSR sebagai biaya semata maka tentu saja mereka tidak terlalu memperdulikan masyarakat. Masyarakat pun secara otomatis akan melakukan hal yang sama, sehingga sangat mudah terjadi gesekan – gesekan sosial dalam kehidupan sehari-hari baik yang disebabkan oleh faktor kecil maupun besar. Berdasarkan uraian tersebut pada kenyataannya perusahaan yang melakukan kegiatannya di lapangan masih sangat sedikit yang melakukan hal tersebut. Mereka cenderung mengejar keuntungan jangka pendek namun tidak terlalu memikirkan jangka panjang.

Informasi merupakan suatu kebutuhan yang mendasar bagi para investor serta calon investor untuk mengambil keputusan. Informasi yang lengkap, serta tepat waktu sangat dibutuhkan oleh investor dalam menentukan keputusan bisnis yang akan diambil. Adapun salah satu informasi yang dibutuhkan oleh para investor pada saat ini adalah informasi mengenai *corporate social responsibility* dari perusahaan (Sembiring, 2005).

Terdapat pedoman dalam melakukan CSR yakni *Global Reporting Initiative* dan ISO26000. Penelitian ini menggunakan ISO26000 sebagai standar pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan sektor utama

yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. ISO26000 merupakan suatu Standar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diterbitkan pada tahun 2010 yang meliputi 7 aspek utama, yakni tata kelola organisasi, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, praktek bisnis yang adil, isu konsumen, keterlibatan dan pengembangan masyarakat. Seluruh aspek utama tersebut dikembangkan lagi menjadi 37 *issue* pengungkapan. Semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka di harapkan perusahaan itu akan memiliki nilai yang semakin tinggi pula. Hal tersebut juga berlaku untuk hal sebaliknya semakin rendah pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka diharapkan semakin rendah nilai perusahaan tersebut.

Penelitian ini menggunakan variabel moderating yakni *Price Earnings Ratio* (PER). *Price earnings ratio* merupakan pendekatan yang digunakan untuk mempengaruhi nilai perusahaan untuk investasi, pertumbuhan laba, dividen yield (suharli, 2009). Semakin tinggi PER maka semakin tinggi harga perlembar saham yang dimiliki perusahaan tersebut, hal tersebut menyebabkan saham perusahaan tersebut termasuk ke dalam saham *blue chip* di dalam pasar modal. Meskipun perusahaan memiliki harga saham yang tinggi dan termasuk ke dalam *blue chip* namun Investor lebih menyukai PER saham yang rendah. Investor mengharapkan dengan harga yang murah maka suatu saat nanti harganya akan naik (Margaretha dan Irma, 2008). Hal tersebut sesuai dengan teori sinyal, yakni informasi yang diungkapkan oleh perusahaan merupakan sinyal bagi para pihak luar yang memiliki kepentingan bagi perusahaan. Jika perusahaan memberikan informasi PER yang tinggi maka nilai perusahaan tersebut juga akan menjadi tinggi.

Penelitian ini menggunakan *price earnings ratio* sebagai variabel moderating bertujuan untuk mengetahui apakah PER mampu mempengaruhi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008) yakni “Pengaruh *corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating”.

Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni :

- Pada penelitian ini menggunakan *Price Earnings Ratio* (PER) sebagai variabel moderating. Penggunaan PER sebagai variabel moderating sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suharli (2009) dengan judul “Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap *return* dengan *price earnings ratio* Sebagai Variabel Moderate”. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa PER tidak mampu mempengaruhi hubungan antara Nilai perusahaan dengan *return*. Penggunaan *price earnings ratio* pada penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai variabel penguat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yakni hubungan antara *corporate social responsibility* dapat dipengaruhi oleh PER sebagai variabel moderating.
- Penelitian ini menggunakan data perusahaan sektor utama yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008 – 2011. Hal ini disebabkan dikeluarkannya undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yakni pada

pasal 74, penerapan CSR diwajibkan terhadap perusahaan yang bergerak dalam pengolahan sumber daya alam.

Perusahaan sektor utama merupakan perusahaan yang memproduksi bahan baku. Perusahaan ini terdiri atas sektor pertanian dan pertambangan, kedua sektor tersebut merupakan sektor yang bergerak dalam pengolahan sumber daya alam secara langsung. Dengan demikian akan sesuai dengan 7 aspek utama yang di tetapkan oleh ISO26000 sebagai pedoman dalam pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan Sektor Utama yakni terdiri atas sektor pertanian dan pertambangan, merupakan sektor yang langsung berkaitan dengan alam.

Berdasarkan uraian diatas maka saya melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Price Earnings Ratio* Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sektor Utama”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimanakah pengaruh *Price Earnings Ratio* (PER) terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimanakah *Price Earnings Ratio* (PER) mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengidentifikasi pengaruh *Price Earnings Ratio* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengidentifikasi pengaruh *price earnings ratio* sebagai variabel moderating dalam hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yakni :

1. Bagi investor, dapat memberikan informasi tentang aspek - aspek lain diluar laporan keuangan perusahaan yang dapat dijadikan sebagai sumber pengambil keputusan terhadap suatu perusahaan.
2. Bagi masyarakat, dapat memberikan informasi mengenai kegiatan yang telah dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya serta kepada masyarakat dimana tempat perusahaan melakukan aktivitasnya, serta dapat membuat masyarakat menjadi lebih kritis terhadap perilaku perusahaan, masyarakat juga dapat mengetahui hak-hak yang harus diperoleh dari perusahaan yang melakukan aktivitasnya di wilayah maupun disekitar masyarakat tersebut.
3. Bagi pemerintah, dapat dijadikan dasar untuk melakukan penilaian terhadap perusahaan mengenai tingkah laku perusahaan terhadap lingkungannya.

4. Bagi perusahaan, dapat dijadikan sebagai sumber pemikiran mengenai pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

1.5 Sistematika Penulisan

Suatu penelitian yang baik haruslah memiliki sistematika penulisan yang baik.

Adapun sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yaitu :

Bab I, yaitu Pendahuluan yang akan menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II, yaitu Tinjauan Pustaka yang menguraikan teori-teori yang terkait dengan topik penelitian, penelitian terdahulu berkaitan dengan masalah yang diteliti dan kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

Bab III, yaitu Metode Penelitian yang menguraikan tentang bagaimana penelitian akan dilakukan mencakup jenis, penentuan sampel dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

Bab IV, yaitu Hasil dan Pembahasan yang menjelaskan tentang analisis terhadap data dan beberapa pengujian yang dilakukan serta temuan empiris yang diperoleh.

Bab V, yaitu Penutup yang berisi kesimpulan penelitian, keterbatasan dan saran. Kesimpulan menguraikan mengenai hasil penelitian yang dirangkum, keterbatasan penelitian menguraikan mengenai keterbatasan – keterbatasan

yang terdapat dalam penelitian ini, serta saran-saran yang berguna untuk penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Belal, Ataur Rahman. 2001. A Study of Corporate Social Disclosures in Bangladesh. *Managerial Auditing Journal* 16/5 [2001] 274-289
- Bird, Ron et al. 2007. What Corporate Social Responsibility Activities Are Valued by The Market. *Journal of Business Ethic*, No.76 pp 189-206
- Cheng, Megawati dan Yulius Jogi Christiawa. 2011. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 13, No.1 Hal. 24-36
- CSRIndonesia. 2010. Selamat Datang ISO26000!. Diambil pada tanggal 26 Juni 2013 dari <http://www.csrindonesia.com/>
- Desy. 2012. Penelitian Kolerasional. Diambil pada tanggal 26 November 2012 dari <http://ecaecy.wordpress.com/2012/01/13/penelitian-korelusal>
- Hall, J.A, 2002, An Exploratory Investigation Into The Corporate Social Disclosure Of Selected New Zealand Companies, School of Accountancy College of Business Massey University.
- Helg, Asa. 2007. Corporate Social Responsibility from a Nigerian Perspective. *Thesis*. Handelshogskolan Vid Coteborgs Universitet.
- Hidayat, Teguh. 2010. Price Earnings Ratio. Diambil pada tanggal 29 Oktober 2012 dari <http://www.teguhhidayat.com/2010/05/price-earning-ratio-dan-price-to-book.html>.
- International Organization for Standardization. 2010. *First Edition : Guidance on Social Responsibility*. ISO26000
- Irawan, Irwan. 2009. Teori Stakeholder. Diambil pada tanggal 10 November 2012 dari <http://irwanirawan.com/2009/06/08/teori-stakeholder/>.
- Iryanie, Emy. 2009. Komiten Stakeholders Perusahaan terhadap Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan. *Tesis*. Program Studi Magister Sains Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
- Kayo, Edison Suta. 2012. Reaslistis Berinvestasi Saham di Buras Efek Indonesia. Diambil pada tanggal 10 November 2012 dari <http://sahamok.com>
- Kompas. 2012. Partisipasi Masyarakat Lemah Picu Konflik. Diambil pada tanggal 18 Desember 2012 dari <http://www.walhi.or.id/id/ruang-media/walhi-di->

media/berita-tambang-a-energi/2133-sumber-daya-alam-partisipasi-masyarakat-lemah-picu-konflik.html

- Margaretha, Farah dan Irma Damayanti. 2008. Pengaruh Price Earnings Ratio, Dividen Yield, dan Market to Book Ratio Terhadap Stock Return di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* Vol. 10, No.3 Hal. 149-160
- Mapisangka, Andi, Implementasi CSR terhadap Kesejahteraan Hidup Masyarakat, Vol.1, No.1
- Mulianti, Fitri Megah. 2010. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang dan Pengaruhnya terhadap Nilai Perusahaan. *Thesis*. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Mungniyati. 2009. The effect of Corporate governance and Earnings Information On Bond Ratings and Yields, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol.11 No.2 Hal.129-141
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Oktaviandy, Navel. 2011. Variabel -Variabel dalam Penelitian. Diambil pada tanggal 15 July 2012 dari <http://navelmangelep.wordpress.com/tag/pengertian-variabel-penelitian/>.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47. 2012. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- Permanasari, Wien Ika. 2010. Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro Semarang.
- Puspito, Ricky. 2012. Macam-macam Variabel dalam Penelitian. Diambil pada tanggal 15 July 2012 dari <http://rickypuspito.blogspot.com/2012/02/macam-macam-variabel-dalampenelitian.html>.
- Ratanajongkol, Sunee. 2006. Corporate Social Reporting in Thailand. *Qualitative Research in Accounting & Management* Vol. 3 No. 1, 2006 pp. 67-83
- Samuel, Hatane dan Eliato Wijaya. 2008. *Corporate Social Responsibility*, Purchase dan Corporation Image pada Restoran di Surabaya dari Perspektif Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 3, No. 1, 35-54

- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo 15-16 september 2005*.
- Siahaan, Parlungan Gabriel. 2008. Peranan Tanggung Jawab Perusahaan (*Corporate Responsibility*) dalam Pelaksanaan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Hak Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Kewarganegaraan*, Vol 10, PP 37-47
- Suharli, Michell. 2009. Pengaruh Nilai Perusahaan Terhadap *Return* dengan *Price Earnings Ratio* Sebagai Variabel *Moderate*. *Journal of business applied management*, volume 2, No.2, Hal : 7 – 23
- Sun, Zhaoliang and Yuan, Huipeng. 2010. The Relationship between Corporate Social Responsibility and Corporate Value Using the Game Theory. *International Journal of Business and Management*, vol 5 No.9 pp 166-169.
- Suranta, Sri, 2007. Analisis Pengaruh Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial (*Corporate Social Responsibility*) terhadap *Firm Value* pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia
- Susanto, AB. 2003. “*Mengembangkan CSR di Indonesia*”. *Jurnal Reformasi Ekonomi* Vol 4, no. 1 edisi Januari-Desember.
- Timothy, Nicolas. 2011. Tiga Perusahaan di Mescuji Janji Lebih Ramah pada Warga. Diambil pada tanggal 18 Desember 2012 dari <http://m.tribunnews.com/2011/12/30/tiga-perusahaan-di-mesuji-janji-lebih-ramah-pada-warga>
- Umar, Husein. 2002. *Research Methods in Finance and Banking*, PT Gramedia Pustaka utama : Jakarta.
- Ummah, M Bassirun Al. 2009. Jenis – jenis Penelitian. Diambil pada tanggal 26 November 2012 dari <http://basirunjenispel.blogspot.com/>.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, ayat 1-4
- Utomo, Yunanto Wiji. 2012. Ironis, Pembantaian Orangutan. Diambil pada tanggal 18 Desember 2012 dari <http://sains.kompas.com/read/2012/05/04/20365191/Ironis.Pembantaian.Orangutan>

Wardani, Kirana Asih. 2009. *Price to Earnings Rasio* atau P/F. Diambil pada tanggal 18 July 2012 dari <http://kirana-kontan.blogspot.com/2009/08/price-to-earning-rasio-atau-pe.html>

Wibowo, Agung Edy. 2012. *Aplikasi Praktis Spss dalam Penelitian*. Penerbit Gava Media. Yogyakarta