

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**



Skripsi Oleh :

SHELLI RISTI

01101403079

AKUNTANSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

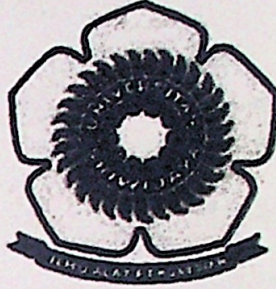
UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2014

S
657.662 of
She
P
2014

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**



Skripsi Oleh :

SHELLI RISTI

01101403079

AKUNTANSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2014

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA**

Disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Shelli Risti
NIM : 01101403079
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian/Konsentrasi : Teori Akuntansi

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 30./5./2014

Ketua: 

Ermadiani, S.E., M.M., Ak., CA

NIP : 196608201994022001

Tanggal: 19./5./2014

Anggota: 

Abukosim, S.E., M.M., Ak

NIP: 196205071995121001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Shelli Risti
NIM : 01101403079
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Teori Akuntansi

telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 11 Juni 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

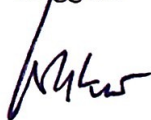
Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 11 Juni 2014

Ketua



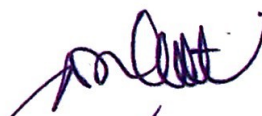
Ermadiani, S.E., M.M., Ak., CA
NIP. 196608201994022001

Anggota



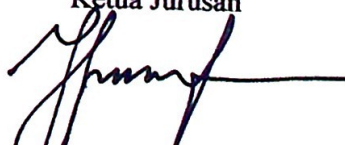
Abukosim, S.E., M.M., Ak
NIP. 196205071995121001

Anggota



Mukhtaruddin, S.E., M.Si., Ak., CA
NIP : 196712101994021001

Mengetahui,
Ketua Jurusan



Ahmad Subeki, S.E., M.M., Ak
NIP. 196508161995121001

SURAT PERNYATAAN

Kami dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstraksi skripsi dari mahasiswa:

Nama : Shelli Risti

NIM : 01101403079

Jurusan : Akuntansi

Judul : Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Burs Efek Indonesia

Telah kami periksa cara penulisan, *grammer*, maupun susunan tensesnya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Palembang, 11 Juni 2014

Pembimbing Skripsi

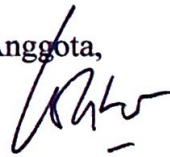
Ketua,



Ermadiani. SE, MM, Ak, CA

NIP: 196608201994022001

Anggota,

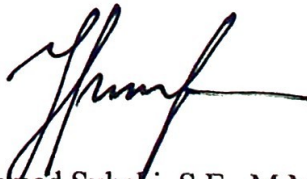


Abukosim, SE, MM, Ak

NIP: 196205071995121001

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Ahmad Subeki, S.E., M.M., Ak

NIP: 196508161995121001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shelli Risti
NIM : 01101403079
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian : Teori Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Pembimbing:

Ketua : Ermadiani, S.E., M.M., Ak., CA
Anggota : Abukosim, S.E., M.M., Ak

Tanggal Ujian : 11 Juni 2014

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 kesarjanaan.

Palembang, 11 Juni 2014

Pembuat Pernyataan,

Shelli Risti

NIM: 01101403079

RIWAYAT HIDUP

Nama Mahasiswa : Shelli Risti
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 27 Juni 1993
Agama : Islam
Status : Lajang
Alamat Rumah (Orangtua) : Jalan Selincah IV No. 328 Perumnas Sako Kenten Palembang
Alamat Email : ristishelli@yahoo.co.id

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SD Pertiwi Medan
SLTP : SMP YSP PUSRI Palembang
SMU : SMA Tunas Bangsa Palembang

Pendidikan Non Formal : Bimbingan Belajar Akuntansi "Prospek"
Bimbingan Belajar Akuntansi "IAI"
Bimbingan Bahasa Inggris "LBPP LIA"

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**. 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 tanggung jawab sosial perusahaan terhadap 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. Ibu Ermadiani, S.E., M.M., Ak., CA dan Bapak Abukosim, S.E., M.M., Ak. selaku dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan saran dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Ahmad Subeki, S.E., M.Si., Ak. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Mukhtaruddin, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Kedua orangtuaku H. Sutrisno, S.E dan Hj. Ellizar serta saudara-saudaraku tersayang Elsa Utari dan Reza Ananta atas segala doa, dukungan, perhatian, serta kasih sayangnya.

5. Teman-teman tersayang Soraya Puspasari, Fara Ulfa, Antika Rublina, Febriandini Artita Putri, Harliani Novianita, Herfina Wulandari, Loraine Pramudytia, Renol Kurniawan, Muhammad Redho, Afdhy Prabowo, Ikkal Fadil Akbar atas segala perhatian, dukungan, bantuan dan motivasinya.
6. Rekan-rekan Akuntansi kelas B tahun 2010 Universitas Sriwijaya Fakultas Ekonomi Kampus Palembang atas dukungan dan kebersamaannya.
7. Semua pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan namanya yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Semoga Allah SWT membalas budi baik, amal ibadah dan melimpahkan rahmat kepada kita semua. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan bagi pihak yang membutuhkan.

Palembang, 11 Juni 2014

Shelli Risti

ABSTRAK

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

Oleh :

Shelli Risti

Corporate Social Responsibility merupakan etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Metode penentuan sampel menggunakan *purposive sampling* pada perusahaan manufaktur dan memperoleh 12 perusahaan sebagai sampel untuk periode 2010-2012. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *corporate social responsibility, nilai perusahaan dan manufaktur*

ABSTRACT

The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value in Manufacturing on The Indonesia Stock Exchange

By :

Shelli Risti; Ermadiani, S.E, M.M, Ak, CA and

Abukosim, S.E, M.M, Ak

Corporate Social Responsibility is an ethic and ability to do good in life social environment based on rules, values and needs of the community. This study aims to identify and analyze the influence of corporate social responsibility on firm value. Sampling methods using purposive sampling in manufacturing companies and obtain a sample of 12 companies for the period 2010-2012. Analysis using simple linear regression analysis. The results indicate that the effect of corporate social responsibility on firm value.

Keywords : corporate social responsibility, firm value, manufacturing

Chairman,



Ermadiani. S.E., M.M., Ak., CA
NIP: 196608201994022001

Palembang, 11 Juni 2014

Member,



Abukosim, S.E., M.M., Ak
NIP: 196205071995121001

Acknowledge by,
Department Chair,



Ahmad Subeki, S.E., M.M., Ak
NIP: 196508161995121001

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1.Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Stakeholding Theory</i>	14
2.1.2 Pertanggung Jawaban Sosial Perusahaan.....	17
2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	25
2.1.4 Nilai Perusahaan.....	30
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	34
2.3 Kerangka Pemikiran	37
2.4 Hipotesis	38
2.4.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	40
3.2 Rancangan Penelitian.....	40
3.3 Sumber Data	41
3.4 Populasi dan Sampel.....	41

3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	42
3.5.1 Teknik Analisis.....	42
3.5.1.1 Variabel Independen.....	42
3.5.1.2 Variabel dependen.....	42
3.5.2 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5.2.1 Variabel Independen.....	42
3.5.2.2 Variabel Dependen.....	45
3.6 Teknik Analisis.....	46
3.6.1 Statistik Deskriptif.....	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.2.1 Uji Normalitas.....	47
3.6.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	48
3.6.2.3 Uji Autokorelasi.....	49
3.6.3 Analisis Regresi.....	50
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	50
3.6.4.1 Uji Statistik t.....	50
3.6.4.2 Uji Statistik F.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	54
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	56
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.2.2.1 Uji Normalitas.....	57
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	59
4.2.2.3 Uji Autokorelasi.....	60
4.2.3 Analisis Regresi.....	61
4.2.4 Koefisien Determinasi.....	62
4.2.5 Pengujian Simultan.....	63
4.3 Pengujian Hipotesis.....	63
4.4 Pembahasan.....	64
4.4.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.....	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	67
5.3 Saran.....	66
Daftar Pustaka.....	69
Lampiran-lampiran.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 4.1 Tabel Jumlah Sampel Penelitian.....	55
Tabel 4.2 Tabel Sampel Nama Perusahaan & Total Pengungkapan.....	56
Tabel 4.3 Tabel Statistik Deskriptif.....	57
Tabel 4.4 Tabel Uji Kolmogorov Smirnov.....	58
Tabel 4.5 Tabel Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 4.6 Tabel Hasil Estimasi Analisis Sederhana.....	62
Tabel 4.7 Tabel Koefisien Determinasi.....	62
Tabel 4.8 Tabel Hasil Uji Statistik F.....	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit dan Anggaran CSR.....	24
Gambar 2.2 Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR.....	25
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator Kinerja.....	72
Lampiran 2 Data Populasi.....	74
Lampiran 3 Data Sampel	75
Lampiran 4 Variabel Penelitian	76
Lampiran 5 Statistik Deskriptif	77
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	78
Lampiran 7 Uji Regresi Sederhana	81
Lampiran 8 Tabel Statistik Data	82

BAB I

PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang

Pada hakekatnya setiap orang, kelompok dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial (*social responsibility*) pada lingkungannya. Tanggung jawab sosial seseorang atau organisasi adalah etika dan kemampuan berbuat baik pada lingkungan sosial hidup berdasarkan aturan, nilai dan kebutuhan masyarakat. Berbuat baik atau kebajikan merupakan bagian dari kehidupan sosial dan segi kecerdasan, berbuat kebajikan adalah salah satu unsur kecerdasan spiritual. Sementara dalam konteks perusahaan, tanggung jawab sosial itu disebut tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility-CSR*). Sejarah perkembangan akuntansi yang berkembang pesat setelah terjadi revolusi di Inggris (1760-1860), menyebabkan pelaporan akuntansi lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggung jawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih berpihak kepada pemilik modal. Berpihaknya pemilik modal mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali sehingga mengakibatkan kerusakan lingkungan alam dan pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Akuntansi sebagai bagian tak terpisahkan dari perusahaan, berupaya mengakomodasi perubahan kecenderungan tersebut dengan melahirkan akuntansi sosioekonomi sebagai

wujud kepentingan terhadap pertukaran perusahaan dengan lingkungan sosialnya.

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 (Anggraini 2006). Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007 dalam Sutopoyudo, 2009).

Perusahaan manufaktur dipercaya membutuhkan *image* yang lebih baik dari masyarakat karena rentan terhadap pengaruh politik dan kritikan dari aktivis- aktivis sosial, maka diasumsikan bahwa perusahaan manufaktur akan memberikan pengungkapan *corporate social responsibility* yang lebih luas daripada perusahaan non manufaktur. *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela atau komitmen yang dilakukan perusahaan di dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau 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) Tanggung Jawab Sosial 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 atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya. Dalam konteks pembangunan saat ini, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada aspek keuntungan secara ekonomis semata, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan, namun juga harus memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya. Perusahaan bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan usahanya, melainkan juga bertanggungjawab terhadap aspek sosial dan lingkungannya. Sanksi pidana mengenai CSR pun terdapat di dalam 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).

Secara umum, perhatian para pembuat kebijakan terhadap CSR saat ini telah menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari suatu kegiatan usaha. Dampak buruk tersebut tentunya harus direduksi sedemikian rupa sehingga tidak membahayakan kemaslahatan masyarakat sekaligus tetap bersifat kondusif terhadap iklim usaha. Konsep dan praktik CSR sudah menunjukkan gejala baru sebagai keharusan yang realistis diterapkan. Para pemilik modal tidak lagi menganggap CSR sebagai pemborosan, masyarakat pun menilai hal tersebut sebagai suatu yang perlu, ini terkait dengan meningkatnya kesadaran sosial kemanusiaan dan lingkungan.

Corporate Sosial Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga

kompetitor. *Global Compact Initiative* menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*) yaitu tujuan bisnis yang tidak hanya mencari laba (*profit*) tetapi juga mensejahterakan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet ini (Nugroho, 2007 dalam Dahli dan Siregar, 2008). Dalam kemajuan industri sekarang, perusahaan dituntut tidak hanya untuk dapat melakukan pembenahan sistem operasi perusahaan menjadi suatu sistem yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab sosial yang sangat kuat, tetapi juga mengembangkan suatu teknologi yang memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar dan mengedepankan dimensi pembangunan berkelanjutan dalam praktek bisnisnya. *Corporate Social Responsibility* dimaksudkan untuk mendorong dunia usaha lebih etis dalam menjalankan aktivitasnya agar tidak berpengaruh atau berdampak buruk pada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang masyarakat cenderung untuk memilih produk yang di produksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate sosial responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan secara berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi

beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan meningkat (Satyo, 2005 dalam Sutopoyudo, 2009). Oleh karena itu CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktifitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* menunjukkan 75% responden memberi nilai lebih kepada produk dan jasa yang dipasarkan oleh perusahaan yang memberi kontribusi nyata kepada komunitas melalui program pembangunan. Sekitar 66% responden juga menunjukkan mereka siap berganti merk kepada merk perusahaan yang memiliki citra sosial yang positif. Hal ini membuktikan terjadinya perluasan minat konsumen dari produk menuju korporat. Konsumen menaruh perhatiannya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih luas, yang menyangkut etika bisnis dan tanggung jawab sosialnya. Kepedulian konsumen telah meluas dari sekedar kepada korporetnya. Konsumen semacam ini tidak hanya peduli pada faktor pemenuhan kebutuhan pribadi sesaat saja. Tetapi juga peduli pada penciptaan kesejahteraan jangka panjang. Meningkatnya tingkat kepedulian kualitas kehidupan, harmonisasi sosial dan lingkungan ini juga

mempengaruhi aktivitas dunia bisnis, maka, lahirlah gugatan terhadap peran perusahaan agar mempunyai tanggungjawab sosial. Disinilah salah satu manfaat yang dapat dipetik perusahaan dari kegiatan CSR. Dalam konteks inilah aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi menu wajib bagi perusahaan, di luar kewajiban yang digariskan undang-undang (<http://jurnal.unikom.ac.id>).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Nurlala dan Islahudin (2008) yang dahulu meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada periode tahun 2005 dan digunakannya kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan. Sedangkan beberapa variabel dalam penelitian sebelumnya yang tidak dipergunakan adalah kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Tidak dipakainya variabel tersebut dikarenakan kepemilikan manajemen sudah berpengaruh positif didalam peningkatan luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan. Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah digunakannya standar GRI (*Global Reporting Initiative*) di dalam mengukur pengungkapan sosial di dalam penelitian ini. Periode penelitian yang digunakan yaitu tiga tahun yaitu tahun 2010 sampai 2012 karena setelah 4 tahun dikeluarkannya UU PT tentang diwajibkannya Perseroan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan apakah masih diberlakukan dan mempengaruhi nilai perusahaannya dan menggunakan tahun penelitian terbaru. Alasan

digunakannya standar GRI di dalam penelitian ini karena pengungkapan yang terdapat di GRI bersifat internasional dan bisa digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan.

Maka berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik memilih judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia”**

1.2 Perumusan Masalah

Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu lama maka penjualan perusahaan akan membaik dan pada akhirnya diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila

nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaan juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya.

Pada tanggal 20 Juli 2007 pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mengukur kewajiban perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan berlakunya UU PT ini diharapkan dapat meningkatkan luas pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan karena CSR yang semula bersifat *voluntary* menjadi bersifat *mandatory* bagi perusahaan.

Atas dasar uraian tersebut permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. Bagi perusahaan, dapat juga memberikan gambaran mengenai pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga pemerintah dapat menindak lanjuti pengesahan UU PT.
2. Bagi investor, memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu di perhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
3. Bagi masyarakat, sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
4. Bagi akademisi dapat memberi deskripsi tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan dimana bukti empiris tersebut dapat dijadikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang berguna dalam penelitian berikutnya.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyajikan dalam lima bab, dimana tiap-tiap bab akan disusun secara sistematis sehingga menggambarkan hubungan antara satu bab dengan bab lainnya, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan landasan teori sebagai landasan dalam pembahasan permasalahan penelitian ini yang menguraikan tentang pengertian-pengertian yang relevan dari *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan, penelitian-penelitian yang sebelumnya yang mendukung dan menjadi dasar dilakukannya penelitian ini, dan penjelasan mengenai pertanggung jawaban *Corporate Social Responsibility* (CSR), pengertian nilai perusahaan, serta kerangka pemikiran dan hipotesis dalam penelitian ini.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai ruang lingkup penelitian, rancangan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, definisi

operasional dan pengukuran variabel, serta teknik analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda, analisis statistik deskriptif, dan menguji seluruh hipotesis hingga dapat diketahui hubungan dari variabel yang telah diteliti.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup dari penulisan skripsi ini, yang menguraikan kesimpulan dari bab IV dan saran-saran yang sekiranya bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambadar, Jackie. 2008. CSR dalam Praktik di Indonesia. Elex Media Komputindo
- 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.
- Dahli, L. dan Siregar, V. S. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Dewa Sanchaya Nistantya. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Perbankan yang Listing di BEI Tahu 2007 sampai dengan 2009). Skripsi S1 Akuntansi. Universitas Sebelas Maret.
- Devina, L. dan Siregar, V. S. 2008. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*. Volume 4. Agustus : 161-177.

Lifessy Martalina. 2011. *Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2006-2009*. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.

Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.

Kuntari, Y. dan A. Sulistyani, 2007. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. *ASET*. Volume 9 Nomor 2. Agustus : 494-515.

Kurniawan, Reno. 2008. *Analisis Good Corporate Governance, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ*. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP.

Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.

- Rika Susanti. 2010. *Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public yang Listed Tahun 2005- 2008*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang
- Sadeli, Ferdinand, *Lika-Liku Strategi Keuangan Perusahaan : Panduan Praktis Meningkatkan Nilai Perusahaanaan*. Salemba Empat
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Reponsibility : From Charity to Sustainability*. Salemba Empat.
- Suharli, Michell. 2002. Studi Empiris Terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai perusahaan pada Perusahaan Go Public di Indonesia. *Jurnal Maksi*, Volume 6 Nomor 1. Januari : 23-41.
- Suharto, Edi. 2007. Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate. <http://www.policy.hu/suharto>. Diakses tanggal 19 maret 2014.
- Utama, Sidharta (2010). *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*.
- Wahidawati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Aagensi. *JRAI*, Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-1

Waryanti, 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi* S1 Akuntansi UNDIP.

Website:

<http://jurnal-sdm.blogspot.com>).

<http://jurnal.unikom.ac.id>

www.csrindonesia.com

www.hukumonline.com

www.wikipedia.co.id