

Pengaruh Corporate Sosial Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Oleh:

Rendi Siswanto¹⁾, Budi Yanti²⁾

^{1,2,3)}Fakultas Ekonomi Universitas Taman Siswa Padang
Rendi.siwanto10@gmail.com, budiyantibudi04@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Variabel dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility* (X) dan Nilai Perusahaan (Y). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *total sampling* dimana jumlah sampel sama dengan populasi, metode pengumpulan data yang digunakan adalah regresi linear sederhana, uji t, uji F dan koefisien determinan (R^2). Berdasarkan hasil uji yang dilakukan secara parsial dan simultan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena nilai signifikan $< 0,05$. Sementara nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *adjusted R²* sebesar 19,3% sisanya 80,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Saat ini industri konstruksi di Indonesia semakin berkembang dan kebanyakan perusahaan masih fokus hanya pada pencarian keuntungan. Ketatnya persaingan seringkali menjadi alasan utama oleh perusahaan untuk menghalalkan segala cara untuk menekan biaya serendah-rendahnya dan meraih keuntungan yang tinggi.

Disaat banyaknya perusahaan yang semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, oleh karena itu muncul kesadaran untuk mengatasi dampak negatif yang ditimbulkan tersebut.

Dewasa ini, banyak perusahaan yang menerapkan program *corporate social responsibility* (CSR). Penerapan CSR pada saat sekarang ini sudah dianggap sebagai sebuah investasi perusahaan.

Suatu perusahaan memang tidak dapat dipisahkan dari tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan. Banyak perusahaan yang seakan berlomba meng-*expose* diri dalam kegiatan yang berorientasi sosial, seperti PT. Media Group dengan program “Peduli Tsunami Aceh dan Nias”, PT. Unilever Indonesia dengan program “*Lifebouy Hand Washing Campaign*” dan “Rinso, Bersih Itu Baik”, PT. Kalbe Farma dengan program “Puskesmas

Keliling Procold”, AQUA dengan program “1=10 Liter”, serta banyak lagi program sosial yang memiliki program CSR yang beragam. Namun di sisi lain, PT. Lapindo Brantas meninggalkan kenangan buruk pada para korban lumpur yang harus kehilangan tempat tinggal, harta benda, dan pekerjaan akibat eksploitasi gas. Bencana memaksa penduduk harus ke rumah sakit, sedangkan perusahaan terkesan lebih mengutamakan penyelamatan aset-asetnya daripada mengatasi soal lingkungan dan sosial yang ditimbulkan. Peristiwa tersebut merupakan salah satu contoh yang menunjukkan lemahnya pelaksanaan CSR di Indonesia.

Penelitian Pfleiger et al (2005) menunjukkan bahwa usaha-usaha pelestarian lingkungan oleh perusahaan akan mendatangkan beberapa keuntungan, diantaranya adalah ketertarikan pemegang saham dan *stakeholder* terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan akibat pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab

Wirakusuma (2008) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan Suranta (2007) menemukan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Nurlala dan Islahuddin hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, persentase kepemilikan, serta interaksi antara *corporate social responsibility* dengan presentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada sisi lain penelitian yang disebutkan dalam Yusrina (2010) meneliti tentang

pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap CSR pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Yang menunjukkan bahwa leverage dan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, *Corporate Social Responsibility* dapat digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dimana dengan adanya CSR akan meningkatkan kepercayaan masyarakat dan para pemegang saham terhadap perusahaan. Untuk itu, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?”

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah “Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.”

LANDASAN TEORI

Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam menjalankan operasionalnya.

Informasi mengenai kinerja sangat bermanfaat bagi pengguna laporan keuangan. Bagi kelompok investor, kreditor maupun masyarakat umum menginginkan investasi mereka yang ditanamkan ke bank perlu untuk mengetahui kinerja bank tersebut. Pengembalian atas investasi modal berguna bagi evaluasi manajemen, analisis profitabilitas, peramalan laba, serta perencanaan dan pengendalian. Menggunakan angka pengembalian atas investasi modal untuk tujuan tersebut membutuhkan pemahaman mendalam mengenai ukuran pengembalian ini. Karena ukuran pengembalian mencakup komponen yang berpotensi memberikan kontribusi pada pemahaman kinerja perusahaan (Wild, Subramanyam, Halsey, 2007).

Nilai Perusahaan

Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Rika dan Islahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai pasar perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer ataupun komisaris.

Tujuan Nilai Perusahaan

Suatu nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar saham yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar

saham dianggap cerminan dari nilai *asset* perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham, dengan meningkatnya harga saham, maka nilai perusahaanpun akan meningkat.

Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan)

Pengertian CSR

Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, investor atau pemilik, pemerintah, *supplier* bahkan juga *competitor*. CSR sebagai sebuah gagasan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Disini *bottom lines* lainnya selain keuangan juga ada sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (Samsinar, Haerani dan Pagalung. 2009)

Latar Belakang *Corporate Social Responsibility*

Menurut Gray et al dalam Yuliana, Purnomosidhi, dan Sukoharsono (2008), mengemukakan beberapa teori yang melatarbelakangi

perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial, yaitu :

1. *Decision Usefulness Studies*

Teori ini memasukkan para pengguna laporan akuntansi yang lain selain para investor kedalam kriteria dasar pengguna laporan akuntansi sehingga suatu pelaporan akuntansi dapat berguna untuk pengambilan keputusan ekonomi oleh semua unsur pengguna laporan tersebut. Beberapa peneliti melakukan studi dan menemukan bukti bahwa informasi sosial dibutuhkan oleh pengguna. Studi tersebut meminta para analisis, banker, dan pihak lain yang terlibat untuk memberikan peringkat terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi yang telah dikenal selama ini, melainkan juga memuat informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi.

2. *Economic Theory Studies*

Studi berdasarkan *economic agency theory*. Teori tersebut membedakan antara pemilik perusahaan dan menyiratkan bahwa pengelola perusahaan harus memberikan laporan pertanggungjawaban atas segala sumber daya yang dimiliki dan dikelolanya kepada pemilik perusahaan. Selanjutnya frase pemilik perusahaan mengalami perkembangan lebih lanjut, tidak hanya memiliki modal (*shareholder*) tetapi juga meluas ke unsur *stakeholders* lainnya, yaitu masyarakat luas termasuk pemerintah dan lingkungan alam. Hal tersebut mengakibatkan perusahaan juga dituntut untuk membuat pelaporan yang lengkap untuk memenuhi

kebutuhan informasi bagi *stakeholders* tersebut.

3. *Social and Political Studies*

Sektor ekonomi tidak hanya dapat dipisahkan dari kehidupan politik, sosial, dan kerangka institusional tempat ekonomi berada. Studi sosial dan politik mencakup dua teori utama, yaitu : pertama, *Stakeholder Theory* yang mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Fokus utama dalam teori ini yaitu bagaimana perusahaan memonitor dan merespon kebutuhan para *stakeholders*-nya. Kedua, *Legitimacy Theory* yang menyatakan bahwa perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang telah diterapkan oleh masyarakat. Usaha perusahaan antara lain diwujudkan melalui pengungkapan sosial. Hal tersebut dilaksanakan dengan tujuan agar aktivitas dan keberadaan perusahaan terlegetimasi dimata masyarakat.

Indikator – Indikator Corporate Social Responsibility

Informasi mengenai CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI terdiri dari 79 pengungkapan:

1) Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*), terdiri dari 9 item.

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- Arus modal diantara berbagai pemangku kepentingan; dan

- Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya.

2) Indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*), 30 item

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan didalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi/gas, limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa.

3) Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*) 40 item, terdiri dari:

- Tenaga Kerja (*labor practices and decent work*)
- Hak Asasi Manusia (*human rights performance*)
- Sosial (*Society*)
- Tanggung Jawab Produk (*Product responsibility performance*)

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk (www.globalreporting.org)

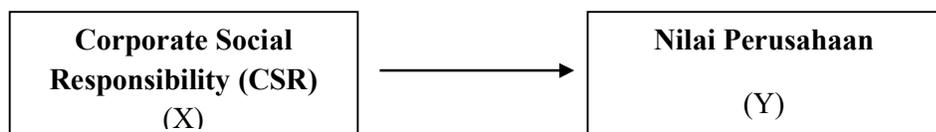
Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Secara Teoritis

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

Kerangka konseptual penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan diatas, maka variabel yang terkait didalam penelitian ini dapat digambarkan dalam suatu kerangka pemikira

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Hipotesis (atau ada pula yang menyebutnya dengan istilah hipotesa) dapat diartikan secara sederhana sebagai dugaan sementara. Hipotesis berasal dari bahasa Yunani *hypo* yang berarti di bawah dan *thesis* yang berarti pendirian, pendapat yang ditegakkan, kepastian. Jika dimaknai secara bebas, maka hipotesis berarti pendapat yang kebenarannya masih diragukan. Untuk bisa memastikan kebenaran dari pendapat tersebut, maka suatu hipotesis harus diuji atau dibuktikan kebenarannya.

Untuk membuktikan kebenaran suatu hipotesis, seorang peneliti dapat dengan sengaja menciptakan suatu gejala, yakni melalui percobaan atau penelitian. Jika sebuah hipotesis telah teruji kebenarannya, maka hipotesis akan disebut teori. Dalam penelitian ini hipotesisnya adalah sebagai berikut :

H1 : Diduga Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

METODA PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Menurut Danang Sunyoto (2013:2), jenis data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini sebagai berikut :

1. Data Kualitatif
Data kualitatif adalah data yang berhubungan dengan kategorisasi, karakteristik berwujud pertanyaan atau berupa kata-kata. Adapun data kualitatif pada penelitian ini adalah tentang gambaran umum organisasi yang diteliti.

2. Data Kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang berwujud angka-angka atau data yang diukur dalam suatu skala numeric, dalam penelitian ini data kuantitatifnya adalah laporan tahunan perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan data-data lainnya selama periode pengamatan diperoleh dari Indonesia *Capital Market Directory* (ICMD)

Menurut Sugiyono (2012:137), sumber data yang digunakan untuk mendukung penelitian ini sebagai berikut :

1. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui berbagai sumber berupa laporan keuangan perbankan antara lain di Bursa Efek Indonesia dan studi kepustakaan yang relevan dibidang keuangan, seperti buku, jurnal, majalah dari internet atau website yang menunjang penelitian ini

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan konstruksi yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) selama 2012 - 2016.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *total sampling*. *Total Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana jumlah sample sama dengan populasi (Sugiono, 2007)

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan konstruksi yang terdaftar di BEI untuk tahun 2012 - 2016.
2. Menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2012 - 2016.
3. Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR *disclosure*) dalam laporan tahunan tahun 2012 sampai tahun 2016.
4. Perusahaan yang pada tahun tertentu tidak memenuhi salah satu kriteria yang telah ditetapkan maka perusahaan tersebut tidak dimasukkan ke dalam sampel penelitian

Defenisi Operasional

Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum. Pengungkapan CSR ini diukur dengan *corporate social responsibility index* (indeks CSR).

Content analysis adalah salah satu metode pengukuran CSR yang sudah banyak digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al., 2005). Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Penghitungan indeks CSR dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap *item* CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al., 2005 dalam Fitri, 2009).

Merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel lain. Dalam penelitian ini, nilai perusahaan merupakan variabel dependennya yang disimbolkan dengan (Y). Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. Salah satu alternatif yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin.

Teknik Analisis Penelitian

Statistik Deskriptif

Didalam penelitian ini statistik deskriptif digunakan untuk melihat tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di BEI periode 2014-2016. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maximum, mean, dan standar deviasi (Ghozali, 2007).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Pengujian ini dapat dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Apabila pada

Kolmogorov-Smirnov nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data telah terdistribusi dengan normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2007).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali, 2007). Untuk melihat ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas bisa dilihat dari nilai signifikansi korelasinya, apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak ditemukannya masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi (hubungan linear) antara variabel-variabel independen yang terdapat dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen. Variabel-variabel independen dalam model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas apabila VIF (*variance inflation factor*) lebih besar dari 10. Sebaliknya apabila VIF lebih

kecil dari 10 maka tidak terdapat multikolinieritas dalam model regresi (Ghozali, 2007).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi antara kesalahan yang mengganggu pada suatu periode dengan kesalahan pada periode sebelumnya. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya autokorelasi. Alat uji yang digunakan adalah *Durbin-Watson Test* (DW). Jika nilai Durbin Watson berada antara -2 dan +2, dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak terjadi autokorelasi (Santoso, 2006).

Pengujian Hipotesis

Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kedua variabel, penelitian menggunakan teknik Analisis Regresi Sederhana. Analisis Regresi Sederhana Linier digunakan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada variabel Y (Dependen), nilai variabel dependen berdasarkan nilai independen (variabel X) yang diketahui. Dengan menggunakan analisis regresi linier maka akan mengukur perubahan variabel terikat berdasarkan perubahan variabel bebas. Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui perubahan pengaruh yang akan terjadi berdasarkan pengaruh yang ada pada periode waktu sebelumnya.

Dalam analisis regresi, data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan

analisis statistik yakni Analisis Regresi Linier Sederhana

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan :

Y= nilai perusahaan

α = Bilangan konstanta

β_1 = koefisien Regresi CSR

X = *Corporate social responsibility* (CSR)

e= faktor error

(Sumber : Sugiono, 2009:204)

Uji t (Parsial)

Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$) jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari α maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), yang berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2007).

Uji F (Simultan)

Uji signifikansi simultan (uji statistik F) dilakukan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan fit. Dasar pengambilan keputusannya bisa dilihat dari nilai signifikansinya, apabila nilai signifikansinya kecil dari 0,05 maka variabel independen mempengaruhi variabel dependen

secara bersama-sama (Ghozali, 2007).

Uji Determinasi

Pengujian determinasi pada regresi linear sering diartikan sebagai seberapa besar kemampuan semua variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya. Secara sederhana koefisien korelasi (R), atau langsung melihat angka pada bagian *R Square*. Perhitungan nilai koefisien determinasi ini diformulasikan sebagai berikut :

$$R = \frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

ESS = *Explained Sum Of Squared*

TSS = *Total Sum Of Squared*

Penggunaan *R Square* (*R Kuadrat*) sering menimbulkan permasalahan, yaitu bahwa nilainya akan selalu meningkat dengan adanya penambahan variabel bebas dalam suatu model. Hal ini akan menimbulkan bias, karena jika ingin memperoleh model dengan R tinggi, seorang peneliti dapat dengan sembarangan menambahkan variabel bebas dan nilai R akan meningkat, tidak tergantung apakah variabel bebas tambahan itu berhubungan dengan variabel terikat atau tidak.

Oleh karena itu banyak peneliti yang menyarankan untuk menggunakan *Adjusted R Square*. Interpretasinya sama dengan *R Square*, akan tetapi nilai *Adjusted R Square* dapat naik dan turun dengan adanya penambahan variabel baru, tergantung dari korelasi antara variabel bebas tambahan tersebut dengan variabel terikatnya. Nilai

Adjusted R Square dapat bernilai negatif, sehingga jika nilainya negatif maka nilai tersebut dianggap 0, atau variabel bebas sama sekali tidak mampu menjelaskan varian dari variabel terikatnya (Statistik, 2011).

Berdasarkan penjelasan di atas, untuk menentukan determinasinya pada penelitian ini akan digunakan nilai Adjusted R Square.

HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOBINS	45	.06	2.34	.7011	.48174
CSR	45	.11	.46	.2442	.08134
Valid N (listwise)	45				

Sumber : Diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan pengujian statistik deskriptif yang dijelaskan dalam tabel 4.26, dapat diketahui bahwa variabel nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q mempunyai nilai tertinggi sebesar 2,34 dan nilai terendah 0,06 dengan rata-rata

perusahaan 0,7011 dan standar deviasi perusahaan sebesar 0,48174.

Dari analisis deskriptif CSR sebagai variabel independen mempunyai nilai tertinggi sebesar 0,46 dan nilai terendah sebesar 0,11 dengan rata-rata 0,2442 dan standar deviasi 0,8134.

Menilai Kelayakan Model Regresi

Uji Normalitas

Uji kualitas data yang pertama dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji normalitas data melalui analisis statistik dengan menggunakan uji statistik non parametrik One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil pengujian disajikan pada tabel 4.27.

Apabila pada *Kolmogorov-Smirnov* nilai signifikansi lebih besar daripada 0,05 maka telah terdistribusi dengan normal. Sebaliknya apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data tidak terdistribusi dengan normal (Ghozali, 2007). Untuk melihat uji normalitas dari masing-masing variabel dapat dilihat dibawah ini

Tabel 2
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TOBINS	CSR
N		45	45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.2011	.2442
	Std. Deviation	.08174	.08134
Most Extreme Differences	Absolute	.112	.130
	Positive	.112	.130
	Negative	-.062	-.070
Test Statistic		.122	.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.073 ^c	.056 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa signifikansi (Asymp.sig) adalah 0,073 untuk variabel nilai perusahaan (TOBINS Q), signifikansi sebesar 0,056 untuk variabel CSR. Dari tingkat signifikansi tersebut terlihat bahwa data terdistribusi secara normal, karena signifikansinya besar dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau

tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya masalah heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, pembahasan akan dilakukan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas

Tabel 3
Hasil pengujian Heteroskedastisitas
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.196E-16	.206		.000	1.000
CSR	.000	.802	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES
 Sumber : Diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel independen adalah 1,000. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi, karena signifikansinya besar dari 0,05.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas dilakukan dengan menghitung nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dari tiap-tiap variabel independen. Variabel-variabel

independen dalam model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas apabila VIF lebih besar dari 10 dan sebaliknya apabila VIF lebih kecil dari 10 tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi (Ghozali, 2007).

Tabel 4
Hasil Pengujian Multikolinearitas
Coefficients(a)

	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			Tidak ada Masalah Multikolinearitas
CSR	1,000	1,000	

Sumber : Diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan tabel 4 diatas terlihat bahwa nilai VIF adalah sebesar 1,000 untuk variabel CSR. Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan tidak adanya masalah

multikolinier. Nilai VIF kurang dari 10 menunjukkan kolerasi antar variabel independen masih bias di tolerir.

Uji Autokorelasi

Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya autokorelasi. Alat uji yang digunakan adalah Durbin-Watson Test (DW). Jika nilai Durbin Watson berada antara -2 dan +2 maka dapat

disimpulkan bahwa persamaan regresi tidak terjadi autokorelasi (Santoso, 2006). Pada tabel berikut ini disajikan uji autokorelasi untuk masing-masing model regresi.

Tabel 5
Durbin-Watson Seluruh Perusahaan Sampel
Model Summary(b)

Model	Durbin-Watson
1	2,165

- a. Predictors: (Constant), CSR
- b. Dependent Variable: TOBINS

Dari hasil pengolahan data pada tabel 4.30, diperoleh nilai Durbin-Watson berada antara -2 dan +2, maka dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

Menilai Signifikansi Koefesien Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,366	,206		6,621	,000
	CSR	-2,721	,802	-.459	-3,392	,001

Dependent Variable: TOBINS
 Sumber : Diolah dengan SPSS 20.0

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana diperoleh nilai t hitung untuk variabel CSR diketahui nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hasil ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_1 diterima. Variabel CSR (X) mempunyai t_{hitung} yakni 3.392 dengan t_{tabel} yakni 2.01669. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X_1) memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan (Y). Nilai t negatif menunjukkan bahwa CSR (X) mempunyai hubungan yang berlawanan arah terhadap nilai perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara CSR (X) terhadap nilai perusahaan (Y).

hitung > t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X_1) memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan (Y). Nilai t negatif menunjukkan bahwa CSR (X) mempunyai hubungan yang berlawanan arah terhadap nilai perusahaan (Y). Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara CSR (X) terhadap nilai perusahaan (Y).

PEMBAHASAN

Pertanggung jawaban sosial perusahaan dapat diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* (laporan keberkelanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang di buat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama segenap unsur yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya, tanpa adanya

Berdasarkan teori signal yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009).

Pelaksanaan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan, karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja,

komitmen dan dukungan penuh antusias karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka, dengan melibatkan keryawan secara intensif maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

(*signalling theory*), manajer y tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat

Dari hasil analisis Uji Hipotesa pada tingkat kepercayaan $\alpha = 0,05$ terbukti bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan

signifikan terhadap nilai perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini terlihat dari nilai regresi adalah -2,721 dan nilai signifikansi adalah 0.001 yang bernilai lebih kecil dari $\alpha = 0,05$, oleh karena itu keputusan adalah H_1 diterima.

Hasil output SPSS menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh negatif bagi nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi CSR perusahaan maka akan semakin rendah pula nilai perusahaannya. Hasil ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller serta relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suranta (2007).

Hal ini mungkin disebabkan oleh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang terlalu tinggi dapat menurunkan tingkat laba perusahaan yang disebabkan semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga akan berpengaruh terhadap jumlah deviden yang diterima oleh investor. Maka dari pada itu dapat berpotensi menurunkan minat para investor.

UU no.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang disahkan oleh pemerintah pada 20 Juli 2007 dan mulai diberlakukan pada 16 Agustus 2007 yang mana isi dari undang-undang tersebut mengatur kewajiban perusahaan untuk memprogramkan dan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hasil indeks pengungkapan, terjadi peningkatan terhadap tiga fokus pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) oleh 9 perusahaan sampel tersebut. Dengan diberlakukannya UU tersebut ternyata cukup efektif

untuk meningkatkan tanggung jawab sosial perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) terdapat pengaruh yang negatif dan signifikan variabel *corporate social responsibility* (X) terhadap Nilai Perusahaan. Dengan meningkatnya *corporate social responsibility* (CSR) maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -2,721 atau 272,1%. Begitupun sebaliknya Dengan menurunnya *corporate social responsibility* (CSR) maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar -2,721 atau 272,1%.

Hasil ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller serta relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suranta (2007), Nurlela dan Islahudin (2008). Hal ini mungkin disebabkan oleh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang terlalu tinggi dapat menurunkan tingkat laba perusahaan yang disebabkan semakin besar biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga akan berpengaruh terhadap jumlah deviden yang diterima oleh investor. Maka dari pada itu dapat berpotensi menurunkan minat para investor.

DAFTAR PUSTAKA

BEI.2016 *Annual Report*. Diakses dari
<http://www.BEI.co.id>.

- Bastian, Indra. 2008. Akuntansi Sektor Publik: Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga.
- Betharia. 2011. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Sebagai Variabel Moderator Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar di BEI. Download definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) di <http://id.wikipedia.org/wiki/csr>.
- Download indikator pengungkapan CSR menurut GRI di <http://www.globalreporting.org>.
- Eugene Brigham, F dan Houston. Joel, F. 2007. Manajemen Keuangan. Buku satu edisi kedelapan diterjemahkan oleh Dodo Suhartono dan Wibowo. Jakarta: Erlangga.
- Brigham dan Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Buku 1 (Edisi II)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tandelilin, Eduardus. 2012. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio Edisi pertama*, Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2007. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Cetakan IV. Semarang; Badan Penerbitan Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nur. (2011). Corporate Social Responsibility edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hartono, A dan Martono. 2005. Manajemen Keuangan. Yogyakarta. <http://ejournal.unud.ac.id/absrack/ok%2520wirakusuma-yuniangsih.pdf>
- Indonesian Capital Market Directory, 2014
-
- 2015
-
- 2016
- Mulyadi. 2007. Sistem Terpadu Pengelolaan Kinerja Personel Berbasis Balanced Scorecard . Yogyakarta: STIM YKPN.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating". Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Saidi, 2007. "Faktor-faktor yang mempengaruhi struktur modal pada perusahaan manufaktur *go public* di BEJ tahun 1997-2002". Jurnal Bisnis dan Ekonomi, Vol. 11 No. 1, pp. 44-58
- Samsinar, A .Haerani, S dan Pagalung, G.2009."Pengaruh Pengungkapan

- Sartono, A.2007. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Badan Penerbit UGM : Yogyakarta.
- Sembiring, Edi. 2007. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : studi empiris pada perusahaan yang tercatat di BEI”. Tesis.Semarang : Universitas Diponegoro.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi (editor). 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung. Alfabeta
- Sugiono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung:CV. ALfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*. Bandung CV. Alfabeta
- Suharto, Edi. 2007. *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*. <http://www.policy.hu/suharto>.
- Sunreni. 2010. “Perusahaan Sebelum dan Sesudah Penerapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas Industri Pertambangan Yang Terdaftar di BEI”.
Suranta, Sri. 2007. “Analisis Pengaruh Pengungkapan informasi Pertanggungjawaban sosial (*Corporate Social Responsibility*) terhadap firm Value pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia”. <http://www.digilip.ui.ac.id/opac/theme/libri2/abstrakpdf>.
- Wahyudi dan Azhari. 2008. *Corporate Social Responsibility : Prinsip, pengaturan, dan implementasi*. Inspire
- Wirakusuma, M.G dan Yuniangsih, N.W. 2008. “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai variabel moderasi”.
- Yuliana, Purnomisidi dan Sujoharsono. 2008. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Dampaknya Terhadap Reaksi Investor”. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia Volume 5–Nomor 1.

Yusrina. 2010. "Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur yang *GO Public* di Indonesia.