

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING***

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)



NASKAH PUBLIKASI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Pada Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

HANUNG FEBRIYANTI

B200 080 200

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING***

(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)

HANUNG FEBRIYANTI

B 200 080 200

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta

ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating*. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan-masukan atau informasi bagi pengusaha dan penanam modal (investor) untuk digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat Analisis regresi linear berganda dengan uji t. Data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berasal dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2010. Sumber data tersebut berdasarkan dari laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) dan ICMD (*International Capital Market Directory*) data tersebut berupa laporan keuangan periodik perusahaan tahun 2009-2010.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,686 dan probabilitas signifikan adalah 0,010 sedangkan nilai t_{tabel} 2,009. Dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini sebagai variabel *moderating* berpengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan karena diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,245 dengan probabilitas signifikan 0,029. Dalam hipotesis kedua ini nilai $t_{hitung} < -t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$.

kata kunci : nilai perusahaan, *corporate social responsibility*, kepemilikan manajemen

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul :

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN KEPEMILIKAN MANAJEMEN
SEBAGAI VARIABEL *MODERTING*.**

Yang ditulis oleh:

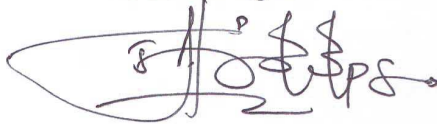
HANUNG FEBRIYANTI

B 200 080 200

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

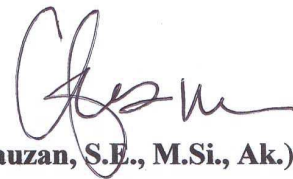
Surakarta, Juli 2012

Pembimbing 2



(Shinta Permata Sari, S.E., M.Si.)

Pembimbing 1



(Fauzan, S.E., M.Si., Ak.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, S.E., M.Si.)

I. PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang Masalah

Eksistensi suatu perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan masyarakat sebagai lingkungan eksternalnya. Ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat serta merupakan pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Kontribusi dan harmonisasi keduanya akan menentukan keberhasilan pembangunan bangsa. Dua aspek (ekonomi dan sosial) penting harus diperhatikan agar tercipta kondisi sinergis antara keduanya sehingga keberadaan perusahaan membawa perubahan kearah perbaikan dan peningkatan taraf hidup masyarakat (Susiloadi, 2008:123 dalam Wardani D, 2008).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep dimana perusahaan mengintegrasikan masyarakat dan lingkungan dalam kegiatan bisnis dan interaksi mereka, dengan para stakeholder dengan dasar sukarela (Handayani, 2009: 7 dalam Wardani, 2008).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diatur dalam PSAK No.1 (Revisi 2009) tentang tanggung jawab atas laporan keuangan (SAK 2009; par 12) : Entitas dapat pula menyajikan terpisah dari laporan keuangan, laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah, khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap karyawan sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting. Laporan tambahan tersebut diluar ruang lingkup Standar Akuntansi Keuangan.

Selain dijelaskan dalam Standar Akuntansi Keuangan (SAK) juga diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan terbatas (UUPT), yang disahkan pada 20 juli 2007 pasal 74 ayat 1 : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan / berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Menurut Permanasari (2010), Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat

meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, dan para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Pada dasarnya penelitian ini merupakan replikasi penelitian dari Nurlela dan Islahudin (2008) yang berjudul pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan *prosentase* kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating*. Dalam penelitian Nurlela meneliti tentang perusahaan-perusahaan non keuangan tahun 2005. Dalam penelitian ini juga memperbaiki penelitian terdahulu yang hanya menggunakan satu tahun periode dan tidak digunakannya standar *global reporting initiative* (GRI) didalam penelitian ini karena pengungkapan yang terdapat didalam standar GRI bersifat internasional serta bisa digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode penelitian selama dua tahun yaitu 2009-2010, dengan sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis mengadakan penelitian ini adalah:

1. Memberikan bukti empiris tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Memberikan bukti empiris tentang pengaruh kepemilikan manajemen terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati dalam Permanasari, 2010). Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya

para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahudin, 2008). Dalam penelitian ini nilai perusahaan didefinisikan sebagai harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual (Wahyudi (2005) dalam Kusumadilaga (2010)).

2.2 Corporate Social Responsibility

Corporate sosial responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008). *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperoleh dari laporan tahunan perusahaan.

Sedangkan menurut Darwin (2004) dalam Rawa dan Munawar (2010) Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan atau *Coprorate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara suka rela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

2.3 Kepemilikan Manajemen

Kepemilikan manajemen adalah proporsi pemegang saham dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan (direktur dan komisaris), (Diyah dan Erman, 2009). Sedangkan menurut Faisal (2004), Wahidayati (2001), Born (1988) dalam Nurlela dan Islahudin (2008) menyatakan bahwa kepemilikan manajemen adalah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh direksi, manajer dan dewan komisaris. Dengan adanya kepemilikan manajemen dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan dugaan yang menarik bahwa nilai perusahaan meningkat sebagai akibat kepemilikan manajemen yang meningkat.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Nurlela dan Isahudin (2008) menganalisis bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh distribusi kepemilikan oleh pihak manajemen yang menikmati manfaat dan pihak luar

yang tidak menikmati manfaat. Dalam kerangka ini, peningkatan kepemilikan manajemen akan mengurangi *agency difficulties* melalui pengurangan insentif untuk mengkonsumsi manfaat/keuntungan dan mengambil alih kekayaan pemegang saham. Pengurangan ini sangat potensial dalam misalokasi *resources*, yang pada gilirannya untuk peningkatan nilai perusahaan.

2.4 Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam 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. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi.

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 perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Kusumadilaga, 2010).

2.5 Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan dan Kepemilikan Manajemen

Menurut Untung (2008), *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitik beratkan pada kesinambungan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Semakin banyaknya bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

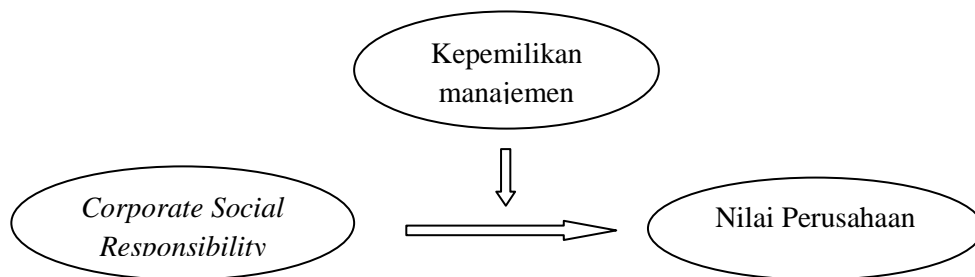
Nilai perusahaan yang tinggi juga dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan

menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Salah satu penyebab turunnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh struktur kepemilikan. Karena struktur kepemilikan sangat penting dalam menentukan nilai perusahaan.

Penelitian oleh Wahyudi dan Pawestri (2006) menemukan bahwa kepemilikan manajerial memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hubungan antara kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan adalah hubungan *nonmonotonic* yang muncul karena adanya insentif yang dimiliki oleh manajer dan mereka berusaha melakukan pensejajaran kepentingan dengan *outsider ownership* dengan cara meningkatkan kepemilikan saham mereka jika nilai perusahaan meningkat.

2.6 Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1

Kerangka emikiran Teoritis

Berdasarkan kerangka teoritis diatas dapat dibuat hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H2: Kepemilikan Manajemen berpengaruh terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan.

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Metode Sampel

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Penelitian ini menggunakan metode empiris data sekunder yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2009-2010. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel *moderating*. Berdasarkan data tersebut terdapat 153 perusahaan. Adapun sampel ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2010 dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang diambil pada penelitian ini adalah perusahaan yang dipilih berdasarkan kriteria sebagai berikut: (1) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2009-2010. (2) Menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2009-2010. (3) Menerbitkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2009-2010. (4) Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan kriteria perusahaan yang dipilih tersebut diperoleh 60 tahun perusahaan (*firm years*).

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

a. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q.

$$Q \text{ ratio} = \frac{\text{Market Value of Equity} + \text{Liability}}{\text{Total Asset}}$$

Nilai pasar ekuitas saham (*market value of equity*) dihitung dengan mengalikan harga penutupan saham diakhir tahun dengan jumlah lembar saham yang beredar

b. *Corporate Social Responsibility*

Daftar pengungkapan sosial yang digunakan dalam pengukuran CSR adalah daftar item *Global Reporting Initiative (GRI) 2011*. Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI 2011 peneliti

menggunakan 10 indikator pengungkapan. Diukur dengan menggunakan indeks yaitu:

Skor 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Skor 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Suripto B, 1999), yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$INDEK = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

n : Jumlah skor pengungkapan yang diperoleh

k : Jumlah skor maksimal

c. Kepemilikan Manajemen

Pengukuran pengaruh kepemilikan manajemen terhadap CSR menggunakan persentase saham yang dimiliki manajer dan direksi suatu perusahaan.

3.3 Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi

Hipotesis di uji menggunakan analisis regresi metode MRA (Moderated Regression Analysis):

1. Model Regresi Linear Sederhana (Hipotesis 1)

Rumus yang digunakan:

$$NP = a + b_1 \text{ CSR} + e$$

2. Model regresi Berganda

Rumus yang digunakan:

$$NP = a + b_1 \text{ CSR} + b_2 \text{ KM} + b_3 \text{ CSR} * \text{KM} + e$$

Keterangan :

NP = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

$b_1 - b_3$	= Koefisien Regresi
CSR	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
KM	= Kepemilikan Manajemen
CSR*KM	= Interaksi antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Kepemilikan Manajemen
e	= <i>Error Term</i> , yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pengujian Instrumen Penelitian

a. Uji Normalitas

Pada uji normalitas diketahui bahwa nilai p lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Sedangkan uji multikolinearitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai *tolerance* dibawah 0,10 dan nilai *variance Inflation Factor* (VIF) diatas 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua nilai t_{hitung} dari persamaan 1 dan persamaan 2 lebih kecil dari t_{tabel} (2,009) atau nilai sig lebih besar dari 0,05, sehingga dapat dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada data yang akan digunakan.

d. Uji Autokorelasi

Sedangkan uji autokorelasi menunjukkan nilai DW pada persamaan 1 dan persamaan 2 berada diantara nilai du dan 4-du. Dengan

demikian menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

4.2 Analisis Data

Hasil perhitungan uji hipotesis adalah sebagai berikut:

Hasil Analisis Regresi			
Variabel	Unstandardized Coefficients B	t_{hitung}	Sig
Persamaan 1: Uji Regresi linear Sederhana			
NP = -0,157 + 2,910 + e			
Konstanta	-0,157		
CSR	2,910	2,686	0,010
Persamaan 2 : Uji Regresi Linear Berganda			
NP = 1,105 + 0,135 - 0,182 - 0,189 + e			
Konstanta	1,105		
CSR	0,135	1,872	0,067
KM	-0,182	-2,344	0,023
CSR*KM	-0,189	-2,245	0,029
Persamaan 1		Persamaan 2	
F _{hitung}	7,215	F _{hitung}	5,642
Sig	0,010	Sig	0,002
R Square	0,122	R Square	0,253
Adj.R Square	0,105	Adj.R Square	0,208

Sumber : Data sekunder diolah, 2012

4.3 Pembahasan

a. Hasil uji hipotesis pertama (H1)

Berdasarkan hasil perhitungan untuk variabel *corporate social responsibility* (CSR) pada persamaan 1 diperoleh nilai $t_{hitung} = 2,686$ lebih besar dari t_{tabel} (2,009) atau dapat dilihat dari nilai signifikansi adalah $0,010 < \alpha = 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 terdukung secara statistik sehingga *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Kusumadilaga (2010) menemukan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa besar kecilnya praktek *corporate social responsibility* mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Namun hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Nurlala dan Islahudin (2008) yang menyatakan bahwa variabel *corporate*

social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kualitas pengungkapan *Corporate social Responsibility* pada perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2005 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI.

b. Hasil uji hipotesis kedua (H2)

Berdasarkan hasil perhitungan untuk interaksi CSR dengan KM diperoleh nilai $t_{hitung} = -2,245$ kurang dari $-t_{tabel} (-2,009)$ atau dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,029 < \alpha = 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_2 terdukung secara statistik sehingga kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rawa dan Munawar (2010) yang menemukan bahwa perusahaan yang memiliki kepemilikan saham manajemen tinggi, maka lebih banyak melakukan aktifitas sosial dan lingkungan karena mereka menganggap masyarakat eksternal memperhatikan kondisi lingkungan akibat kegiatan operasi perusahaan. Begitu pula dengan penelitian Wahyudi dan Prawesti (2006) yang menemukan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun penelitian ini tidak terdukung oleh penelitian Permasari (2010) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajemen berpengaruh negatif dan nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha=0,05$. Dalam penelitian Permasari (2010) disimpulkan bahwa semakin tinggi kepemilikan manajemen dalam suatu perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan dan kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian ini interaksi *corporate social responsibility* dengan kepemilikan manajemen berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Diketahui hasil uji t untuk interaksi *corporate social responsibility* dengan kepemilikan manajemen dalam penelitian ini $t_{hitung} < -t_{tabel} (-2,245 < -2,009)$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$. Hal ini

menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia masih memiliki kepemilikan manajemen yang kecil. Akan tetapi perusahaan-perusahaan tersebut masih bersedia untuk mengungkapkan *corporate social responsibility*nya agar meningkatkan nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya. Maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t, yang mana menunjukkan nilai t_{hitung} (2,686) lebih besar dari t_{tabel} (2,009) dengan nilai signifikansi $0,010 < \alpha = 0,05$. Oleh karena itu, H1 terdukung secara statistik.
2. Kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji t, yang mana menunjukkan nilai t_{hitung} (-2,245) lebih kecil dari $-t_{tabel}$ (-2,009) dengan nilai signifikansi $0,029 < \alpha = 0,05$. Oleh karena itu, H2 terdukung secara statistik. Meskipun nilai t_{hitung} menunjukkan hasil yang negatif, ternyata setiap perusahaan berkeinginan untuk tetap mengungkapkan *corporate social responsibility*nya agar nilai perusahaan meningkat meskipun kepemilikan manajemen tidak terlalu besar.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dapat ditarik beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk dapat memperoleh sampel yang lebih besar dari populasi suatu pengamatan penelitian.
2. Menambah variabel yang dapat memperkuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen atau pengungkapan CSR.

3. Agar pengukuran pengungkapan CSR lebih baik dan dapat untuk dijelaskan untuk semua industri yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya sampel yang digunakan tidak hanya pada industri manufaktur saja, melainkan industri yang lain yang *listing* di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- Diyah, Pujiati dan Widanar, Erman. 2009. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Keputusan Keuangan Sebagai Variabel *Intervening*". *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura*, Vol. 12. No. 1: Hal.71-86
- Ikatan Akuntansi Indonesia. 2009. "*Standar Akuntansi Keuangan Per 1 September 2009*". Jakarta : Salemba Empat.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*". Tesis S-2 : Universitas Diponegoro Semarang. <http://www.enprints.undip.ac.id>.
- Nurlela, Rika dan Islahudin. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating". *SNA X di Universitas Syiah Kuala. Pontianak*
- Permanasari, Wien Ika. 2010. "*Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*". Skripsi S-1 : Universitas Diponegoro Semarang. <http://www.enprints.undip.ac.id>.
- Rawa dan Munawar Muchlish. 2010. "Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusi, *Leverage*, dan Corporate Social Responsibility". *SNA XIII: Universitas Jendral Sudirman. Porwokerto*.
- Suripto, Bambang. 1998. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan". *Simposium Nasional Akuntansi II: Universitas Brawijaya. Malang*.
- Undang-Undang Republik Indonesia. Nomor 40 Tahun 2007. "*Tentang Perseroan Terbatas*".
- Untung, Hendrik Budi. 2008. "*Corporate Social Responsibility*". Jakarta: Sinar Grafika.

Wahyudi, Untung dan Prasetyaning, Hartini Pawesrti. 2005. "Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel *Intervening*". *Simposium Akuntansi Nasional IX: Universitas Andalas, 23-26 Agustus. Padang.*

Wardani, Diah Kusuma. 2008. "*Pengaruh Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan di Indonesia*". *Skripsi S-1 : Universitas Islam Indonesia.*

www.idx.co.id untuk mencari Laporan keuangan dan *Annual Reort*

www.globalreporting.org untuk mencari *Global Reporting Initiative 2011*