

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)**

SKRIPSI



Oleh :

SILVIA AGUSTINA
NIM.2008/02213

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2013**

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

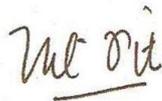
**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)**

Nama : Silvia Agustina
BP/NIM : 2008/02213
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2012

Disetujui oleh:

Pembimbing I



Nelvirita, SE, M.Si Ak
NIP. 19740706 199903 2 002

Pembimbing II



Salma Taqwa, SE, M.Si
NIP. 19730723 200604 2 001

Mengetahui
Ketua Prodi Akuntansi



Fefri Indra Arza, SE, M.Sc
NIP. 19730213 199903 1 003

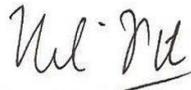
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)**

Nama : Silvia Agustina
BP/NIM : 2008/02213
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Keuangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, Agustus 2012

Tim Penguji

No. Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Nelvirita, SE, M.Si Ak	 _____
2. Sekretaris	: Salma Taqwa, SE, M.Si	 _____
3. Anggota	: Herlina Helmy, SE, MS.Ak	 _____
4. Anggota	: Nurzi Sebrina, SE, M.Sc, Ak	 _____

ABSTRAK

Silvia Agustina. 02213. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang.

Pembimbing I : Nelvirita SE Msi Ak

II : Salma Taqwa SE Msi

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang:(1) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (2) Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Jenis penelitian ini tergolong penelitian kausatif. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2010 berjumlah 158 perusahaan. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Sampel penelitian ini berjumlah 25 perusahaan. Analisis data dengan regresi berganda.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: (1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} 2,008 > t_{tabel} 2$ (nilai absolut) dengan tingkat signifikansi $0,048 < 0,05$ dan koefisien beta positif (+) sehingga H_1 diterima. (2) Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan $t_{hitung} 2,064 > t_{tabel} 2$ (nilai absolut) dengan tingkat signifikansi $0,042 < 0,05$ dan koefisien beta positif (+) sehingga H_2 diterima.

Dalam penelitian ini disarankan: (1) Peneliti menggunakan pengukuran indeks pengungkapan yang lebih berstandar internasional, seperti *Global Reporting Initiative (GRI)* (2) Memperluas sampel dengan menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI, (3) Peneliti berikutnya untuk dapat memperpanjang jangka waktu penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar dan beragam dan menggunakan pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih berstandar internasional.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, pujian yang jauh lebih baik dari apapun yang dapat penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan”** Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari, skripsi ini bukanlah semata-mata atas kemampuan sendiri, tapi atas bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih terutama kepada Ibu Nelvirita, S.E, M.Si, Ak selaku pembimbing I, dan Ibu Salma Taqwa S.E,M.Si selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing penulis selama ini. Selain itu, tak lupa pula penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan dan Pembantu Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

4. Bapak dan Ibu Staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, yang telah membantu dalam kelancaran Administrasi dan perolehan buku-buku penunjang skripsi.
5. Teristimewa buat Ayah dan Ibu, Kakak beserta Adik-adik dan seluruh Keluarga Besar Penulis yang telah memberikan do'a, perhatian, dan kasih sayang serta pengorbanan dan bantuan baik secara moril maupun materil untuk menyelesaikan studi dan skripsi ini.
6. Teman-teman di Fakultas Ekonomi angkatan 2008 yang banyak memberikan saran, bantuan dan dorongan moril kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Untuk semua pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhirnya atas bantuan, petunjuk, arahan, bimbingan motivasi dan kerja sama dari semua pihak, penulis mengucapkan terima kasih. Semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlipat ganda. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan dunia penelitian dan akademis. Amin.

Padang, Agustus 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. IDENTIFIKASI MASALAH	11
C. PEMBatasan MASALAH	11
D. RUMUSAN MASALAH	11
E. TUJUAN PENELITIAN	11
F. MANFAAT PENELITIAN	12
BAB II. KAJIAN TEORI DAN KERANGKA KONSEPTUAL	13
A. KAJIAN TEORI	13
1. Nilai Perusahaan.....	13
a. Pengertian Nilai Perusahaan.....	13
b. Alat Ukur Nilai Perusahaan.....	14
2. Profitabilitas	16
a. Pengertian Profitabilitas.....	16

b. Rasio Profitabilitas.....	17
3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	20
a. Pengungkapan.....	20
b. <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
c. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	25
a) Pengertian Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	25
b) Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	28
4. Penelitian Terdahulu	34
5. Hubungan Antar Variabel	36
a. Hubungan Pofitabilitas dengan Nilai Perusahaan.....	36
b. Hubungan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Nilai Perusahaan.....	37
B. KERANGKA KONSEPTUAL	38
C. HIPOTESIS	40
BAB III. METODE PENELITIAN	41
A. JENIS PENELITIAN	41
B. JENIS DATA DAN SUMBER DATA	41
C. POPULASI DAN SAMPEL	42
D. DEFENISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL.....	45
E. TEKNIK ANALISIS DATA.....	47

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN	52
1. Sejarah Perkembangan Bursa Efek Indonesia	52
2. Pasar Modal.....	53
3. Gambaran Umum Perusahaan Manufaktur di Indonesia	56
B. DESKRIPTIF DATA	57
1. Analisis Deskriptif.....	57
2. Statistik Deskriptif	66
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	67
a. Uji Normalitas	67
b. Uji Multikolenearitas	69
c. Uji Heterokedastisitas	70
d. Uji Autokorelasi	71
4. Persamaan Regresi Berganda.....	72
5. Pengujian Model.....	74
6. Uji Hipotesis.....	75
C. PEMBAHASAN	76
BAB V. PENUTUP80
A. KESIMPULAN	80
B. KETERBATASAN PENELITIAN	80
C. SARAN	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Kriteria Sampel Penelitian	43
2. Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel.....	43
3. Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sampel Tahun 2007-2010.....	58
4. Data ROE pada Perusahaan Sampel Tahun 2007-2010.....	61
5. Nilai Pengungkapan CSR pada Perusahaan Sampel Tahun 2007-2010	64
6. Statistik Deskriptif	66
7. Uji Normalitas Residual.....	68
a. Uji Normalitas Residual sebelum transformasi data.....	68
b. Uji Normalitas Residual setelah transformasi data	69
8. Uji Multikolinearitas	70
9. Uji Heteroskedastisitas.....	71
10. Uji Autokorelasi.....	72
11. Hasil Koefisien Regresi Berganda	72
12. Koefisien Determinasi	74
13. Uji F	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual.....	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Daftar Pemilihan Sampel
2. Nilai Perusahaan Tahun 2007-2010
3. ROE Perusahaan Sampel Tahun 2007-2010
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Sampel Tahun 2007-2010
5. Daftar Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
6. Daftar *check list* Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
7. Hasil olahan SPSS

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Menurut Brigham (2001) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Sedangkan menurut Keown (2004) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) karena nilai pasar dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi

pula kemakmuran pemegang saham. Secara umum, para pemodal menyerahkan pengelolaan nilai perusahaan kepada para professional seperti manajer ataupun komisaris.

Kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya peningkatan kemakmuran pemegang saham membuat investor berkepentingan dengan analisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan dalam menghasilkan keuntungan. Bagi perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang positif terhadap naiknya harga saham. Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio-rasio yang digunakan antara lain adalah PER, PBV, dan Tobin's Q. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan di masa lampau dan prospeknya di masa depan. Dalam penelitian ini digunakan rasio Tobin's Q dalam mengukur nilai perusahaan.

Rasio Tobin's Q dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Tidak hanya saham biasa dan ekuitas perusahaan saja yang dimasukkan, namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor dalam bentuk saham saja, tapi juga untuk kreditur. Hal ini terjadi karena sumber pembiayaan operasional perusahaan berasal dari ekuitas dan pinjaman dari kreditur (Rika, 2010). Menurut Sukamulja (2004) dalam Rika (2010) semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan

bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Dewasa ini banyak pimpinan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnya pada *financial performance*. Paradigma yang dianut oleh banyak perusahaan tersebut adalah *profit oriented*. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2001) profitabilitas dapat dikatakan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return* yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba maka semakin tinggi *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Apabila seorang manajer telah bekerja keras dan berhasil meningkatkan penjualan sementara biaya tidak berubah, maka laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengisyaratkan keberhasilan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik, sehingga investor akan merespon

positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat (Sukojo, 2007 dalam Rika, 2010).

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2001) *Return on Equity* (ROE) adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROE di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang disetorkannya untuk perusahaan tersebut. Secara umum, semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Menurut Narver (1971) dalam McWilliams dan Siegel (2000) kondisi keuangan tersebut ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan.

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan berbeda dalam kondisi yang berbeda pula. Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan, istilah pengungkapan dikaitkan secara langsung dengan laporan keuangan. Pada kenyataannya ternyata pengungkapan juga berhubungan dengan informasi lainnya

di luar laporan keuangan. Pengungkapan merupakan suatu alat yang penting untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dengan pemilik perusahaan (Januarti, 2009).

Menurut Rika (2010) objek yang menjadi pengungkapan oleh perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Pertanggungjawaban sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat.

Seperti diketahui *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia perusahaan multinasional. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Sekitar 50 tahun yang lalu, H.R Bowen berpendapat bahwa para pelaku bisnis memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melaksanakan berbagai tindakan yang sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai masyarakat. Pendapat Bowen tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) (Ismail, 2008 :1)

Kesadaran tentang pentingnya mempraktikkan CSR ini menjadi tren global seiring dengan semakin maraknya kepedulian masyarakat global terhadap produk-produk ramah lingkungan yang diatur oleh Undang-Undang PT No.40 Pasal 74 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (Susanto, 2007:3) dalam Rimba (2010). Adanya UU PT tersebut sebagai bukti bahwa pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum dijalankan oleh perusahaan dengan baik dan wajar. Untuk itu perusahaan diwajibkan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya kasus ketidakpuasan publik yang bermunculan. Pemikiran yang melandasi CSR yang sering dianggap inti dari estetika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (pemegang saham /*shareholder*). *Social responsibility* dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk di dalamnya pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier, bahkan kompetitor (Nurlela dan Islahudin 2008).

Sebuah perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signaling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009). Perusahaan berharap dengan pengungkapan CSR, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Selain itu, pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sayekti dan Ludovicus, 2007).

Indikator pengukuran pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini menggunakan indikator yang dipakai pada penelitian Sembiring (2005), yaitu sebanyak 7 kategori yang terdiri dari: (1) lingkungan; (2) energi; (3) kesehatan dan *keselamatan* tenaga kerja; (4) lain-lain tentang tenaga kerja; (5) produk; (6) keterlibatan masyarakat; dan (7) umum. Ketujuh kategori tersebut terbagi dalam 78 item pengungkapan.

Beberapa kasus yang terkait dengan nilai perusahaan diantaranya: pertama, Melihat saham PT. Myoh Technology Tbk (MYOH), harganya dari 14 maret 2012 Rp 6.150 *highest* dan Rp 24 Mei 2012 *close* di Rp 1.290 (turun 79% dalam waktu 2 bulan). Ternyata Q1/2012, arus kas operasi MYOH minus 38.253.882 (dalam ribuan Rp). Di Q1/2011, arus kas operasinya minus 26.599.868 (dalam ribuan Rp) (www.etrading.com). Akan tetapi, jumlah hutang perusahaan ini dari tahun ke tahun terus berkurang dan nilai perusahaan juga meningkat dimana banyak investor yang terus berinvestasi. Dari contoh kasus terlihat hubungan nilai perusahaan dan profit tidak sesuai dengan teori yang menyebutkan semakin tinggi profit yang di dapatkan perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat juga.

Kasus yang kedua, kajian mengenai *corporate social responsibility* semakin berkembang pesat seiring banyak kasus yang terjadi dimana perusahaan

tidak memberikan kontribusi positif secara langsung kepada masyarakat bahkan memberikan dampak negatif atas beroperasinya perusahaan, seperti kasus PT.Freeport. Masyarakat Papua tetap terbelakang dan miskin padahal perusahaan ini memiliki penghasilan besar dari produksi tembaga dan emas yang berjumlah lebih dari Rp 2.686 triliun (<http://hajingfai.blogspot.com>). Di pihak lain investor semakin banyak yang tertarik berinvestasi di perusahaan ini. Dalam kasus ini pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Rimba Kusumadilaga (2010) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006 dan 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderating dengan mengambil sampel perusahaan-perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi

antara CSR dengan presentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara CSR dengan kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Norawati (2011) yang berjudul pengaruh *corporate social responsibility disclosure*, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan mengambil sampel pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2007-2010. Hasil yang ditemukan bahwa CSR *disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Rika Susanti (2010) meneliti faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan terdapat hubungan positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif secara statis pada hubungan *return on asset* dan nilai perusahaan dalam penelitian Ni Wayan (2007) dalam Rika (2010).

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan-perusahaan manufaktur di Indonesia jika teori yang diterapkan sama dengan penelitian terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah tahun penelitiannya yaitu dari 2007-2010 dan beberapa variabel independen yang tidak digunakan dalam penelitian ini, seperti kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Penulis

beranggapan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas merupakan informasi yang mempunyai tingkat materialitas yang tinggi dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2007-2010. Alasannya karena perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, perusahaan manufaktur juga sangat terkait dengan lingkungan dan masyarakat.

Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

Berdasarkan latar belakang dan penelitian-penelitian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “**Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2010**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan ?

2. Seauhmana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?
3. Seauhmana pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini dengan pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2007-2010.

D. Perumusan masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Seauhmana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?
2. Seauhmana pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?

E. Tujuan penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris serta menganalisis:

1. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.
2. Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur.

F. Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Bagi manajemen perusahaan, dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan
2. Bagi perusahaan sejenis, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
3. Bagi investor, akan bisa memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang bagus dengan mempertimbangkan masing-masing aspek yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* sehingga memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari barang dan jasa yang mereka gunakan.
5. Bagi akademis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

BAB II

KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori

1. Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas. Ada beberapa hal yang mengemukakan tentang tujuan pendirian sebuah perusahaan. Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara substansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda (Martono dan Agus Harjito, 2005:2)

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham (Brigham, 2001). Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan, Untung Wahyudi dan Hartini (2005) menyebutkan

bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

b. Alat Ukur Nilai Perusahaan

Alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan diantaranya adalah:

1) PER (*Price Earning Ratio*)

PER adalah rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham (Mohammad Usman, 2001 dalam Malla Bahagia, 2008).

Rumus yang digunakan adalah:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

Faktor-faktor yang mempengaruhi PER adalah:

- a. Tingkat pertumbuhan laba
- b. Devidend Payout Ratio
- c. Tingkat keuntungan yang disyaratkan oleh pemodal

PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan di masa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2) PBV (*Price Book Value*)

Rasio ini mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan sebagai sebuah perusahaan yang terus tumbuh (Brigham,1999:92), yang diproksikan dengan:

$$PBV = \frac{\text{Nilai Pasar Saham per lembar}}{\text{Nilai Buku Saham per lembar}}$$

3) Tobin's Q

Rasio Tobin's Q dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan. Tidak hanya saham biasa dan ekuitas perusahaan saja yang dimasukkan, namun seluruh asset perusahaan.

Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967) dalam Viola Herawaty (2008). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental.

Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva dianggap tidak menarik (Viola Herawaty, 2008)

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's q.

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)} = \frac{(\text{closing price} \times \text{jml saham beredar}) + \text{total hutang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Dimana :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas (EMV = *closing price* x jumlah saham yang beredar)

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total ekuitas (ekuitas= total aktiva – total hutang)

Dalam penelitian ini digunakan rasio Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan.

2. Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Menurut Brigham (2001), profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca.

Tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah memperoleh laba (*profit*), maka wajar apabila profitabilitas menjadi perhatian utama para analis dan investor. Tingkat profitabilitas yang konsisten akan mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh *return* yang memadai dibanding dengan resikonya (Toto Prihadi, 2008).

Menurut Saidi (2004) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Seringkali pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba yang besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja yang baik, sebaliknya jika laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil ataupun menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik. Laba yang menjadi ukuran kinerja perusahaan harus dievaluasi dari suatu periode ke periode berikutnya dan bagaimana laba aktual dibandingkan dengan laba yang direncanakan.

2.2 Rasio Profitabilitas

Ada beberapa jenis rasio yang digunakan dalam pengukuran profitabilitas yaitu:

1. *Return on asset* (ROA)

Merupakan kemampuan modal yang ditanamkan pada aktiva perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bagi investor.

$$ROA = \frac{EBIT}{Total\ Aset}$$

2. *Return on equity (ROE)*

Merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur pengembalian investasi pemilik yaitu sebesar laba yang dihasilkan tiap rupiah modal yang ditanam.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total ekuitas pemegang saham}}$$

3. *Gross profit margin*

Merupakan rasio antara laba kotor dengan penjualan. Laba kotor merupakan indikator awal mengenai pencapaian laba perusahaan.

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}}$$

4. *Operating Profit Margin*

Merupakan indikator perusahaan dalam mencapai laba dari bisnis utama.

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan}}$$

5. *Net profit margin*

Merupakan kemampuan perusahaan dalam rangka memberikan *return* kepada pemegang saham.

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

6. *Price Earning Ratio (PER)*

Merupakan rasio yang mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh para pemegang saham.

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

7. *Price book value (PBV)*

Merupakan rasio total ekuitas dengan total saham yang beredar.

$$PBV = \frac{\text{Nilai pasar saham per lembar}}{\text{Nilai buku saham per lembar}}$$

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil.

Pemilik perusahaan lebih tertarik pada seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan terhadap modal yang mereka tanamkan. Alasannya adalah rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta para investor di pasar modal yang ingin membeli saham perusahaan yang bersangkutan. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham dan nilai perusahaan.

Jika ingin melakukan investasi pada suatu perusahaan investor atau calon investor memerlukan informasi mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang dilihat dari *return* yang diterima oleh investor dan melihat bagaimana perusahaan tersebut mengelola aktivitya.

Faktor yang mempengaruhi ROE adalah :

Secara mendalam ROE bisa memberikan gambaran tiga hal pokok:

- a) Kemampuan perusahaan menghasilkan laba (*profitability*)
- b) Efisiensi perusahaan dalam mengelola aset

c) Hutang yang dipakai dalam melakukan usaha (*financial leverage*)

Hanafi dan Halim (1996) dalam Sri Rahayu (2010) menyatakan bahwa ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Salah satu alasan utama perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham. Ukuran dari keberhasilan pencapaian alasan ini adalah angka ROE yang berhasil dicapai. Semakin besar ROE mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Hal ini berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan. Ross (2002) dalam Sri Rahayu (2010) menyatakan *return* bagi pemegang saham bisa berupa penerimaan dividen tunai ataupun adanya perubahan harga saham pada suatu periode.

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

a. Pengungkapan (*Disclosure*)

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan berbeda dalam kondisi yang berbeda pula. Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan, istilah pengungkapan dikaitkan secara langsung dengan laporan keuangan. Pada kenyataannya ternyata pengungkapan juga berhubungan dengan informasi lainnya diluar laporan keuangan. Pengungkapan merupakan suatu alat yang penting untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dengan pemilik perusahaan.

Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh

statement keuangan. Laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor, dan kreditor. Lebih jelasnya FSAB (1980 dalam SFAC No.1) menyatakan :

“ Pelaporan keuangan harus memberikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditor dan pengguna lainnya dalam rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit, dan keputusan jenis lainnya.”

Evans (2003) dalam Suwardjono (2005) membatasi pengertian pengungkapan hanya pada hal-hal yang menyangkut pelaporan keuangan. Pernyataan manajemen dalam surat kabar atau media masa lain serta informasi di luar lingkup pelaporan keuangan tidak masuk dalam pengertian pengungkapan. Pengungkapan sering juga dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk *statement* keuangan formal.

Evans (2003) dalam Suwardjono (2005) mengidentifikasi tiga tingkat pengungkapan yaitu memadai (*adequate disclosure*), wajar atau etis (*fair orethical disclosure*), dan penuh (*full disclosure*). Tingkat ini mempunyai implikasi terhadap apa yang harus diungkapkan. Tingkat memadai adalah tingkat minimum yang harus dipenuhi agar *statement* keuangan secara keseluruhan tidak menyesatkan untuk kepentingan pengambilan keputusan yang terarah.

Tingkat wajar adalah tingkat yang harus dicapai agar semua pihak mendapat perlakuan atau pelayanan informasional yang sama. Artinya, tidak ada satu pihakpun yang kurang mendapat informasi, sehingga mereka menjadi pihak yang kurang diuntungkan posisinya. Dengan kata lain, tidak ada preferensi dalam pengungkapan informasi. Tingkat penuh menuntut penyajian secara penuh semua

informasi yang berpaut dengan pengambilan keputusan. Pengungkapan juga sering dimaknai sebagai penyediaan informasi lebih dari apa yang dapat disampaikan dalam bentuk statemen keuangan formal. Hal ini sejalan dengan gagasan FASB dalam rerangka konseptualnya.

Pengungkapan sendiri dibedakan menjadi dua, yaitu pengungkapan wajib dan pengungkapan sukarela. Pengungkapan sukarela adalah pengungkapan yang dilakukan perusahaan diluar apa yang diwajibkan oleh standar akuntansi atau peraturan badan pengawas. Pengungkapan dalam lingkup 1 sampai 3 adalah pengungkapan wajib dan sisanya sebagai sukarela (Suwardjono, 2005).

Masalah teoritis yang ada pada pengungkapan adalah sebagai berikut:

1. Untuk siapa informasi diungkapkan?
2. Mengapa pengungkapan harus dilakukan?
3. Seberapa banyak dan informasi apa yang diungkapkan?
4. Bagaimana cara dan kapan mengungkapkan informasi?

b. *Corporate Social Responsibility (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial Perusahaan*

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang

bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.
(<http://pustakaakuntansiku.wordpress.com>)

Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini tidaklah bersifat pasif dan statis. Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Perusahaan memiliki kewajiban sosial atas apa yang terjadi di sekitar lingkungan masyarakat. Selain menggunakan dana dari pemegang saham, perusahaan juga menggunakan dana dari sumber daya yang lain yang berasal dari masyarakat (konsumen) sehingga hal yang wajar jika masyarakat memiliki harapan tertentu terhadap perusahaan.

Dauman dan Hargreaves (1992) dalam Hasibuan (2001) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat dibagi menjadi tiga level berikut:

a) *Basic responsibility*

Pada level pertama, menghubungkan tanggung jawab yang pertama dari suatu perusahaan yang muncul karena keberadaan perusahaan tersebut seperti perusahaan harus membayar pajak, memenuhi hukum, memenuhi standar pekerjaan, dan memuaskan pemegang saham. Bila tanggung jawab pada level ini tidak terpenuhi akan menimbulkan dampak yang sangat serius.

b) *Organization responsibility*

Pada level kedua ini menunjukkan tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi perubahan kebutuhan “*stakeholder*” seperti pekerja, pemegang saham, dan masyarakat sekitar.

c) *Societal responses*

Pada level ketiga, menunjukkan tahapan ketika interaksi anatar bisnis dan kekuatan lian dalam masyarakat yang demikian kuat sehingga perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan, terlibat dengan apa yang terjadi dalam lingkungannya secara keseluruhan.

Tanggung jawab sosial tidak hanya terbatas pada kinerja keuangan perusahaan, tetapi juga harus bertanggung jawab terhadap masalah sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Adapun Teuku dan Imbuh (1997) dalam Nur Cahyonowati (2003) mendeskripsikan tanggung jawab sosial sebagai kewajiban organisasi yang tidak hanya menyediakan barang dan jasa yang baik masyarakat, tetapi juga mempertahankan kualitas lingkungan sosial maupun fisik, dan juga memberikan kontribusi positif terhadap kesejahteraan komunitas dimana mereka berada

c. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

a) Pengertian Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Menurut Martin Freedman, dalam Rimba (2010), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu:

1. Pemeriksaan Sosial (*social audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari program-program yang berorientasi sosial dari operasi-operasi yang dilakukan perusahaan. Pemeriksaan sosial dilakukan dengan membuat suatu daftar aktivitas-aktivitas perusahaan yang memiliki konsekuensi sosial lalu auditor sosial akan mencoba mengestimasi dan mengukur dampak-dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas-aktivitas tersebut.

2. Laporan Sosial (*social report*)

Berbagai alternatif format laporan untuk menyajikan laporan sosial telah diajukan oleh para akademis dan praktisioner. Pendekatan-pendekatan yang dapat dipakai oleh perusahaan untuk melaporkan aktivitas pertanggungjawaban sosial ini dirangkum oleh Dilley dan Weygandt menjadi empat kelompok sebagai berikut:

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengkompilasikan dan mengungkapkan sebuah daftar yang komprehensif dari aktivitas-aktivitas sosial perusahaan. Daftar ini harus memuat semua aktivitas sosial perusahaan baik yang bersifat positif maupun negatif.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktivitas sosial perusahaan dan mengungkapkan jumlah pengeluaran pada masing-masing aktivitas tersebut.

c. *Program Management Approach*

Perusahaan tidak hanya mengungkapkan aktivitas-aktivitas pertanggungjawaban sosial tetapi juga dari aktivitas tersebut serta hasil yang dicapai oleh perusahaan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan mengungkapkan aktivitas yang memiliki dampak sosial serat biaya dan manfaat dari aktivitas tersebut. Kesulitan dalam penggunaan pendekatan ini adalah adanya kesulitan dalam mengatur biaya dan manfaat sosial yang diakibatkan oleh perusahaan terhadap masyarakat.

3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain: laporan tahunan, laporan interen/laporan sementara, *prospectus*, dan pengumuman kepada bursa efek atau melalui media massa (Rimba, 2010)

Hendriksen (1991) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal yang efisien. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) yaitu pengungkapan informasi wajib dilakukan oleh perusahaan yang

didasarkan pada peraturan atau standar tertentu, dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*) yang merupakan pengungkapan informasi melebihi persyaratan minimum dari peraturan yang berlaku.

Setiap unit/pelaku ekonomi selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan mengkonsentrasikan diri pada pencapaian laba juga mempunyai tanggung jawab sosial, dan hal itu perlu diungkapkan dalam laporan tahunan, sebagaimana dinyatakan oleh Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (Revisi 1998) Paragraf kesembilan:

“Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan umumnya bersifat *voluntary* (sukarela), *unaudited* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu).

Menurut Syofyan (2007) pelaksanaan *socio economic accounting* atau *corporate social responsibility* ini akan semakin cepat oleh beberapa tekanan atau faktor antara lain:

- a. Adanya peraturan pemerintah atau undang-undang yang diberlakukan
- b. Ditetapkannya standar akuntansi yang mengharuskan pengungkapan *corporate social responsibility*
- c. Adanya tekanan dari *pressure group* misalnya Greenpeace, Trade Union, PBB, dan lain-lain
- d. Kesadaran perusahaan

b) Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Glouter dalam Muhammad Muslim Utomo (2000) menyebutkan tema-tema yang termasuk dalam wacana Akuntansi Pertanggungjawaban Sosial adalah:

1. Kemasyarakatan

Tema ini mencakup aktivitas kemasyarakatan yang diikuti oleh perusahaan, misalnya aktivitas yang terkait dengan kesehatan, pendidikan dan seni serta pengungkapan aktivitas kemasyarakatan lainnya.

2. Ketenagakerjaan

Tema ini meliputi dampak aktivitas perusahaan pada orang-orang dalam perusahaan tersebut. Aktivitas tersebut meliputi : rekrutmen, program pelatihan, gaji dan tuntutan, mutasi dan promosi dan lainnya.

3. Produk dan Konsumen

Tema ini melibatkan aspek kualitatif suatu produk atau jasa, antara lain kegunaan *durability*, pelayanan, kepuasan pelanggan, kejujuran dalam iklan, kejelasan/kelengkapan isi pada kemasan, dan lainnya.

4. Lingkungan Hidup

Tema ini meliputi aspek lingkungan dari proses produksi, yang meliputi pengendalian polusi dalam menjalankan operasi bisnis, pencegahan dan perbaikan kerusakan lingkungan akibat pemrosesan sumber daya alam dan konversi sumber daya alam.

Indikator pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Sembiring (2005). Selanjutnya Sembiring

(2005) telah memodifikasi bentuk pengungkapan sosial Hendriksen dan Milne (1996) agar sesuai dengan kondisi di Indonesia. Adapun indikator pengungkapan *corporate social responsibility* dikategorikan dalam 7 tema, yang terdiri dari 78 item pengungkapan sosial untuk perusahaan manufaktur, yaitu:

1. Lingkungan

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Pengendalian polusi operasi, pengeluaran riset, dan pengembangan untuk pengurangan polusi.
- 2) Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi / memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
- 3) Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah / akan dikurangi.
- 4) Pencegahan/perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, reklamasi daratan , atau reboisasi
- 5) Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca
- 6) Penggunaan material daur ulang
- 7) Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat
- 8) Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan
- 9) Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
- 10) Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah
- 11) Pengolahan limbah
- 12) Mempelajari dampak lingkungan untuk memonitor dampak lingkungan perusahaan
- 13) Perlindungan lingkungan hidup

2. Energi

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Menggunakan energi lebih efisien dalam kegiatan operasi
- 2) Memanfaatkan barang bekas untuk produksi energi
- 3) Mengungkapkan penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang
- 4) Penggunaan peningkatan efisiensi energi dari produk
- 5) Penggunaan peningkatan efisiensi energi dari produk
- 6) Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk
- 7) Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan

3. Kesehatan dan keselamatan tenaga kerja

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja
- 2) Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental
- 3) Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja
- 4) Mentaati peraturan standar kesehatan dan keselamatan kerja
- 5) Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja
- 6) Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
- 7) Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
- 8) Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja

4. Lain-lain tentang tenaga kerja

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Perekrutan/memanfaatkan tenaga kerja wanita/orang cacat
- 2) Mengungkapkan presentase/jumlah tenaga kerja wanita/orang cacat dalam tingkat manajerial
- 3) Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita/orang cacat dalam pekerjaan
- 4) Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
- 5) Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja
- 6) Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
- 7) Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja
- 8) Mengungkapkan bantuan/bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri/yang telah membuat kesalahan
- 9) Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan
- 10) Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
- 11) Mengungkapkan presentasi gaji untuk pension
- 12) Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
- 13) Mengungkapkan jumlah tenaga kerja dalam perusahaan
- 14) Mengungkapkan tingkatan manajerial yang ada
- 15) Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut
- 16) Mengungkapkan disposisi staff, dimana staff ditempatkan
- 17) Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja, dan kelompok usia mereka
- 18) Mengungkapkan statistik tenaga kerja
- 19) Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja
- 20) Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain

- 21) Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja
- 22) Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan
- 23) Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah
- 24) Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat buruh
- 25) Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja
- 26) Mengungkapkan informasi bagaimana dan tenaga kerja dinegosiasikan
- 27) Peningkatan kondisi tenaga kerja secara umum
- 28) Informasi reorganisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja
- 29) Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja

5. Produk

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan termasuk pengemasannya
- 2) Gambaran pengeluaran riset dan pengembangan produk
- 3) Pengungkapan informasi proyek riset perusahaan untuk memperbaiki produk
- 4) Pengungkapan bahwa produk memenuhi standar keselamatan
- 5) Membuat produk lebih aman untuk konsumen
- 6) Melaksanakan/riset atau tingkat keselamatan produk perusahaan
- 7) Pengungkapan tingkat keberhasilan/kesehatan dalam pengolahan dan penyajian produk
- 8) Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan

- 9) Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
- 10) Informasi yang dapat diverifikasi bahawa mutu produk telah meningkat

6. Keterlibatan masyarakat

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan, dan seni
- 2) Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa atau pelajar
- 3) Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat
- 4) Membantu riset medis
- 5) Sebagai sponsor untuk konferensi, pendidikan, seminar/pameran seni
- 6) Membiayai program beasiswa
- 7) Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat
- 8) Mensponsori kampanye nasional
- 9) Mendukung perkembangan industri lokal

7. Umum

Tema ini terdiri dari item-item pengungkapan seperti :

- 1) Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat

- 2) Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan di atas

B. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu terkait topik, antara lain:

1. Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan prosentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta periode 2005. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Yuniarti (2003) dalam Rika Nurlela dan Islahuddin (2008) melakukan riset tentang pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ, dengan mengambil sampel seluruh perusahaan yang terdaftar di BEJ sebelum tahun 2000. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa:
(1) Tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan yang terdaftar di BEJ ternyata sangat rendah. Hal ini terlihat dari rendahnya nilai yang diperoleh sampel jika dibandingkan skor yang dapat diperoleh; (2) Ukuran perusahaan mempengaruhi tingkat pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEJ, walaupun pengaruh tersebut dikategorikan rendah sebesar 7,8%; (3) Setiap jenis industri berbeda dalam melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

3. Dahlia dan Sylvia (2008) dalam Norawati (2011) melakukan penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap kinerja perusahaan, menemukan hasil bahwa tingkat pengungkapan csr dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel ROE (sebagai proksi untuk kinerja keuangan perusahaan). Tetapi bukti empiris penelitian dahlia tidak mendukung hipotesis yang menyatakan bahwa tingkat pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh positif terhadap variabel CAR (sebagai proksi untuk kinerja pasar perusahaan)
4. Penelitian Lifessy (2011) yang menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening, sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2006-2009. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
5. Penelitian Rimba (2010) yang menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Sampel pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2006 dan 2008. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

6. Penelitian Rika Susanti (2010) yang menguji analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *go public* yang *listed* tahun 2005- 2008 di BEI. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel profitabilitas memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sehingga manajemen harus dapat meningkatkan laba agar nilai perusahaan meningkat.

C. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu bagian finansial yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Para pemegang saham selalu menginginkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, keuntungan tersebut diperoleh dari keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Menurut Petronila (2003) dalam Rimba (2010) profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik.

Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Sehingga, dari kondisi

tersebut investor akan berkepentingan dengan menganalisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan di masa mendatang dalam menghasilkan laba. Salah satu bentuk analisisnya adalah dengan melihat nilai *return on equity* (ROE), karena investor dapat mengetahui berapa persen pengembalian atas modalnya di dalam perusahaan tersebut.

Jadi, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai sebuah perusahaan yang bisa diketahui lewat ROE.

2. Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan

Pengungkapan *corporate social responsibility* mencerminkan suatu pendekatan manajemen *adaptive* dalam menghadapi lingkungan yang dinamis dan multidimensional serta kemampuan untuk mempertemukan tekanan sosial dengan reaksi kebutuhan masyarakat. Dengan demikian, keterampilan manajemen perlu dipertimbangkan untuk *survive* dalam lingkungan perusahaan masa kini (Florence, *et al.*, 2004).

Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signalling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009).

Pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, 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.

Diharapkan dengan pengungkapan CSR dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. (Rimba, 2010)

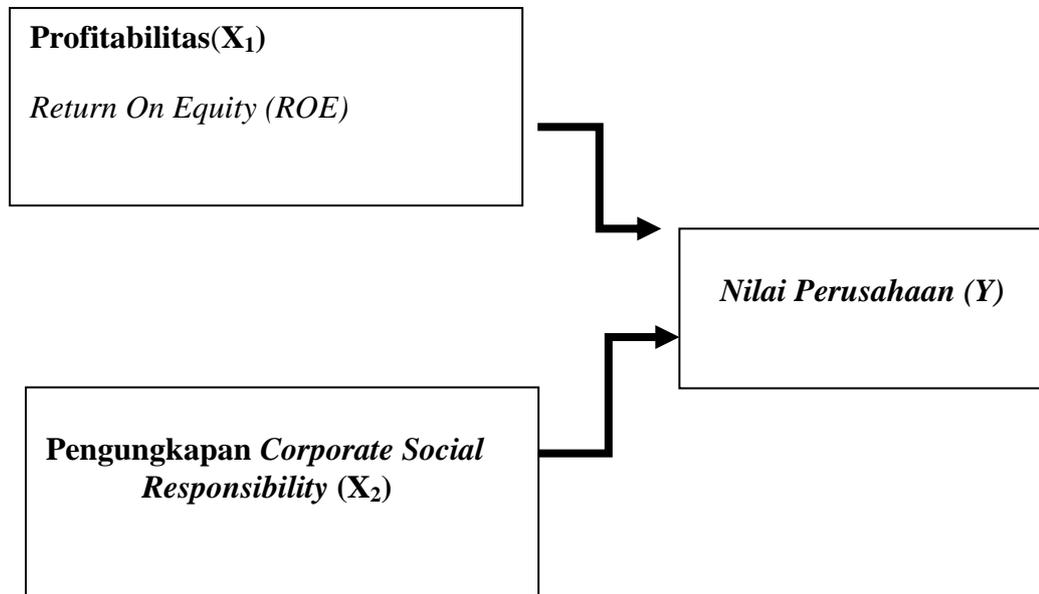
D. Kerangka Konseptual

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan utama dari perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Meningkatnya nilai suatu perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Profitabilitas menunjukkan tingkat laba bersih yang mampu diraih oleh perusahaan saat menjalankan operasinya. Laba yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah laba setelah bunga dan pajak. Hal ini juga akan tercermin pada nilai perusahaan.

Pengungkapan CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan terhadap masyarakat. Perusahaan akan mengungkap suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi CSR sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham yang juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham sehingga nilai perusahaan akan menurun.

Dari penjelasan di atas dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1
Kerangka konseptual

E. Hipotesis

Hipotesis adalah penjelasan sementara yang harus diuji kebenarannya mengenai masalah yang dipelajari, dimana suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk persyaratan yang dihubungkan dua variabel atau lebih (Supranto, 2001).

Adapun hipotesis yang diajukan penelitian adalah sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

H₂: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2007-2010. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
2. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

B. Keterbatasan

Meskipun peneliti telah berusaha merancang dan mengembangkan penelitian sedemikian rupa, namun masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu:

1. Data yang digunakan dalam penelitian ini cukup singkat, sehingga manfaat yang diharapkan dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan belum menggambarkan keadaan perusahaan manufaktur secara keseluruhan.

2. Penelitian ini hanya sebatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sehingga kurang mencerminkan perkembangan nilai perusahaan secara keseluruhan.
3. Media yang digunakan sebagai perbandingan dalam pengungkapan informasi tanggung jawab sosial terbatas pada media laporan tahunan saja

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang melekat pada penelitian ini, saran bagi peneliti selanjutnya adalah:

1. Menggunakan pengukuran indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang lebih berstandar internasional, misalnya pedoman pelaporan CSR yang dikeluarkan oleh *Global Reporting initiative* (GRI) yaitu *Sustainability Reporting Guidelines* Version 3.0 atau lebih dikenal dengan *GRI G3 Reporting Framework*.
2. Penelitian ini hanya sebatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sebaiknya juga dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
3. Bagi pemakai informasi keuangan atau calon investor dapat melihat pengungkapan *corporate social responsibility* karena terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk penelitian berikutnya sebaiknya memperpanjang periode penelitian agar lebih terlihat pengaruh perkembangan nilai perusahaan