

PENGARUH PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP MARKET VALUE ADDED DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI

(Studi Empiris pada Perusahaan yang termasuk dalam peringkat CGPI 2009-2011)

Hayu Wikan Kinasih

ABSTRACT

Corporate Social Responsibility or known as CSR, is a corporate activity to response what the the stakeholders have done to the company. Company's hope that the stakeholder will give a positive responses through CSR that showed in company's financial performance. According to Stern Steward, Market Value Added (MVA) is the best tools to measure company's financial performance. MVA shows how much values does the company created.

The aim of this research is to test if Good Corporate Governance (GCG) would increase the relationship between CSR and MVA. The research sample was Governance Perception Indeks (CGPI) participants held by IICG (The Indonesian Institute for Corporate Governance) from 2009 to 2011. Use some criteria, there are 40 companies chosen as a sample.

*From the research that the writer do through the model that use MRA (Market Regression Analysis), GCG that measure with CGPI score, was not provided as a moderating variable. The significance level of the interaction variable (CSRI * CGPI) is $>0,05$ that is 0,569. Adjusted R^2 as determinating variable shows 11% which means that CSRI, CGPI and $\ln CSR_CGPI$ variable could explain dependent variable $\ln MVA$ with the total 11%, and 89% remaining was explained by another variable outside the model.*

Keywords : *Corporate Social Responsibility (CSR), Market Value Added (MVA), Good Corporate Governance (GCG)*

1. PENDAHULUAN

Kesuksesan dalam dunia usaha tidak dapat terlepas dari adanya peran serta masyarakat. Ketika masyarakat menerima baik keberadaan suatu perusahaan, maka dapat dipastikan bahwa keberlanjutan perusahaan tersebut akan baik. Sebagai imbal balik dari apa yang telah diberikan masyarakat, perusahaan kemudian melakukan berbagai kegiatan sosial untuk tetap menjaga kesetiaan masyarakat terhadap perusahaan. Kusuma (2012) mengatakan bahwa, saat ini perusahaan telah menyadari bahwa keberlanjutan dan keberadaan suatu perusahaan dapat terjadi apabila antara kinerja ekonomi dan kinerja sosial dapat berjalan beriringan. Perusahaan tidak hanya memikirkan bagaimana memaksimalkan laba untuk kepentingan *stockholders*, tetapi juga bagaimana menyelaraskan operasi perusahaannya dengan kepentingan *stakeholders* (*Stakeholder Theory*). Salah satu kegiatan yang selaras dengan kepentingan *stakeholders* tersebut salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bentuk investasi perusahaan untuk jangka panjang. Dikatakan jangka panjang karena perusahaan tidak merasakan dampak dari kegiatan tersebut pada saat sekarang. Pernyataan tersebut telah diteliti keabsahannya oleh Iako (2011). Pengungkapan CSR tidak terlepas dari program tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance* GCG). Diungkapkan oleh Retno dan Priantinah (2012), bahwa dalam Pedoman Umum GCG Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan dari *corporate governance* adalah mendorong timbulnya suatu

kesadaran CSR terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar lingkungan perusahaan sehingga akan terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang.

Dalam kaitannya dengan penciptaan nilai suatu perusahaan, *market value added* (MVA) merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur besarnya kemampuan manajemen suatu perusahaan untuk memaksimalkan kekayaan yang dimiliki oleh pemegang saham. Dengan memperhitungkan MVA, akan dapat dilihat seberapa besar nilai tambah yang diperoleh atas modal yang telah ditanamkan oleh investor ke dalam perusahaan. CSR diduga sebagai salah satu hal yang dapat meningkatkan penciptaan nilai perusahaan. Dengan adanya CSR, diduga para stakeholder akan memiliki ketertarikan yang lebih terhadap perusahaan sehingga pada akhirnya akan meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri.

Dalam penelitian yang dilakukan Restuningdiah (2010) tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC) dengan variabel interverning yaitu GCG yang terdiri dari kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komisaris independen, dan ukuran perusahaan, menunjukkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ERC. Hasil penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) menunjukkan adanya pengaruh negatif antara CSR terhadap ERC. Penelitian Castro, et al (2007) yang mengukur pengungkapan sosial yang diprosikan dengan KLD Index terhadap rasio profitabilitas yang diukur dengan ROE, ROA, Tobin'sQ, dan MVA. Hasil menunjukkan bahwa KLD berpengaruh positif terhadap ROE, ROA, Tobin'sQ dan MVA. Retno (2012) meneliti bahwa GCG dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sulistyani (2007) dalam penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan CSR terhadap ROA, ROE, NPM.

Penelitian yang dilakukan oleh Hillman dan Keim (2001), menemukan hasil bahwa stakeholder value berpengaruh positif terhadap *shareholder value* (MVA) dan *social issue* berpengaruh negatif terhadap *shareholder value*. Penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap *financial performance* pada 100 *Best Corporate Citizen* oleh KLD *Research and Analytic* yang diprosikan dengan ROE dan ROI yang dilakukan oleh Lindrawati, Felicia dan T. Budianto (2008), menunjukkan hasil bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap ROE tetapi berpengaruh signifikan terhadap ROI. Adanya keberagaman hasil mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan, menjadikan penulis ingin menguji pengaruh CSR terhadap *market value added* (MVA) dengan GCG sebagai variabel moderating.

2. TELAAH PUSTAKA

2.1 Good Corporate Governance

Istilah Tata Kelola sebagai konsep tak lepas dari suatu alat atau instrumen dalam mengarahkan dan mengendalikan organisasi ataupun fungsi melalui kaidah-kaidah yang sesuai dengan prinsip-prinsip umum tentang penyelenggaraan organisasi yang baik dan berkelanjutan. *Good corporate governance* (GCG) secara definitif merupakan sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang menciptakan nilai tambah (*value added*) untuk semua *stakeholder* (Monks, 2003 dalam Kaihatu, 2006). Terdapat dua hal yang ditekankan dalam konsep ini, yang pertama adalah pentingnya hak pemegang saham untuk memperoleh informasi dengan benar dan tepat pada waktunya dan, yang kedua adalah kewajiban perusahaan untuk melakukan pengungkapan *disclosure* secara akurat, tepat waktu, transparan terhadap semua informasi kinerja perusahaan, kepemilikan, dan *stakeholder*.

2.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), mendefinisikan bahwa “*CSR is the task of a business to contribute to sustainable economic development, working together with workers, their families, the local community and society in general to improve quality of life*” (Poddi dan Vergalli, 2009). Dalam prakteknya, CSR mengacu pada

konsep 3P yang diungkapkan oleh Elkington meliputi *Profit*, *People* dan *Planet* yang dipadukan secara seimbang.

Dalam penelitian ini, penilaian CSR menggunakan pedoman dari Global Reporting Index (GRI), yang didalamnya mengandung beberapa indikator yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia dan sosial. Penentuan pengungkapan CSR diukur melalui checklist atas annual report perusahaan dengan item – item yang sudah ditetapkan oleh GRI.

Dalam Sembiring (2005), pendekatan yang digunakan adalah pendekatan dikotomi, dimana apabila perusahaan mengungkapkan item yang ada dalam instrumen penelitian akan diberi nilai 1, dan akan diberi nilai 0 apabila tidak diungkapkan. Selanjutnya setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

$$CSRI = \frac{\sum X}{n}$$

X = jumlah total pengungkapan

n = jumlah item yang diharapkan diungkapkan

CSRI = indeks pengungkapan sosial perusahaan

2.3 Market Value Added

Market Value Added (MVA), merupakan alat ukur keuangan baru yang diciptakan oleh Stern Steward dengan tujuan agar para manajer lebih memfokuskan perhatian kepada penciptaan nilai dan memungkinkan mereka untuk mengevaluasi kinerja berdasarkan pada maksimalisasi nilai perusahaan. MVA dalam Poddi dan Vergali (2009) dikatakan sebagai ukuran campuran karena dalam penghitungannya menggabungkan antara *account* dan *market values*. Brigham and Ehrhardt (2002) dalam Wibowo dan Berasategui (2008) mengemukakan bahwa MVA merupakan representasi perbedaan antara total market perusahaan dengan jumlah keseluruhan investor –*supplied capital*.

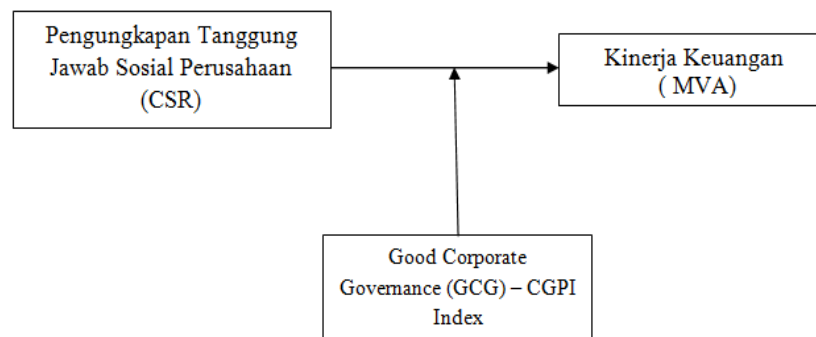
MVA dihitung dengan Rumus :

$$\begin{aligned} MVA &= \text{Nilai Pasar Ekuitas} - \text{Modal Ekuitas tersedia bagi Stakeholder} \\ &= (\text{Saham Beredar} \times \text{Harga Saham}) - \text{Total Ekuitas Saham Biasa} \end{aligned}$$

(Brigham and Davis, 2004)

2.4 Kerangka Pikir Teoritis

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh antara variabel dependen MVA, dengan variabel independen CSR yang dimoderasi dengan variabel GCG. Untuk mendekati dengan tujuan yang ingin dicapai, maka dibuatlah suatu konsep untuk menentukan metode apa yang akan digunakan.



Gambar 1 : Kerangka Teoritis Penelitian

Dari kerangka teoritis penelitian, hipotesis yang diuji adalah

H1 : CSR berpengaruh terhadap MVA

H2 : GCG sebagai variabel moderating memperkuat hubungan antara CSR dengan MVA

3. METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan peserta penilaian CGPI yang dilakukan oleh IICG tahun 2010 – 2012. Diasumsikan bahwa perusahaan yang telah menjadi peserta CGPI merupakan perusahaan yang telah memiliki *corporate governance* yang baik.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, dengan metode judgement sampling, dimana suatu sampel diambil berdasarkan kriteria tertentu. Dalam penelitian ini, kriteria suatu entitas dikatakan sebagai sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan yang menjadi peserta penilaian CGPI yang dilakukan oleh IICG tahun 2010 – 2012 dan memiliki predikat minimal TERPERCAYA
2. Perusahaan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (Go Public)
3. Perusahaan menerbitkan *annual report* lengkap (disertai laporan keuangan perusahaan konsolidasi).
4. Memiliki nilai MVA positif

Dari kriteria tersebut diperoleh 40 sampel penelitian.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Market Value Added yang merupakan perbedaan antara *current market value* perusahaan dengan modal yang dikontribusikan oleh perusahaan. Sedangkan Variabel independen penelitian adalah Corporate Social Responsibility yang diproksi dengan menggunakan Indeks CSR, yang diperoleh dari checklist pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan pedoman *Global Reporting Indeks* (GRI). Apabila item pengungkapan tersebut ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 1, dan jika item pengungkapan tersebut tidak ada dalam laporan tahunan perusahaan maka diberi skor 0. Selanjutnya skor tiap item yang diungkapkan tersebut dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan, kemudian dibagi dengan total item pengungkapan. Sedangkan untuk variabel moderating GCG diproksikan dengan skoring yang telah dilakukan oleh IICG yang tertuang dalam laporan CGPI.

3.3 Metode Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis 1, sedangkan untuk hipotesis 2 diuji dengan menggunakan MRA (*Moderatted Regression Analysis*).

Persamaan regresi sederhana :

$$\text{LnMVA} = a + b\text{CSRI}$$

Persamaan untuk MRA ;

$$\text{LnMVA} = a + b_1\text{CSRI} + b_2\text{CGPI} + b_3\text{IntCSR_CGPI} + e$$

Dimana :

LnMVA = Logaritma Natural dari *Market Value Added*

CSRI = Indeks CSR berdasarkan GRI

CGPI = Skor GCG berdasarkan CGPI

a = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien Regresi

e = error

4. HASIL PENELITIAN

4.1 Statistik Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
CSRI	40	.80	.09	.89	.2364	.15734	.025
CGPI	40	21.22	70.69	91.91	82.2748	6.07667	36.926
lnMVA	40	7.90	24.82	32.72	30.1648	1.75679	3.086
Valid N (listwise)	40						

Dari Statistik deskriptif diatas, dapat dilihat bahwa variabel CSRI, CGPI, lnMVA memiliki nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasinya, sehingga dapat dikatakan bahwa data telah menyebar diatas rata-ratanya dan tidak terdapat penyimpangan yang besar.

4.2 Uji Normalitas

Untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel penelitian digunakan tabel statistik deskriptif yang menunjukkan angka total jumlah, minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi

Tabel 2
Uji Normalitas dengan Kolmogorov - Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75674352
Most Extreme Differences	Absolute	.177
	Positive	.078
	Negative	-.177
Kolmogorov-Smirnov Z		1.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.164

a. Test distribution is Normal.

Dari pengujian menggunakan Kolmogorov - Smirnov, diketahui bahwa *Unstandardized Residual* memiliki distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0.05, yaitu sebesar 0,164.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai D-W sebesar 1,987. Sedangkan nilai dl dan du diperoleh sebesar 1,442 dan 1,544 serta nilai (4-du) dan (4-dl) sebesar 2,456 dan 2,558. Dengan demikian nilai DW berada diantara nilai du dan (4 - du). Sehingga menunjukkan bahwa model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

Berdasarkan uji Glejser, yaitu dengan melakukan regresi dan menggunakan AbsRes sebagai variabel dependen. Dari hasil pengolahan data, diketahui bahwa model bebas dari masalah heteroskedastisitas, dimana signifikansinya > 5% yaitu sebesar 0,145.

4.4 Uji Hipotesis

Tabel 3
Uji t Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	30,184	.512		58,911	.000		
CSRI	-.080	1,811	-.007	-.044	.965	1,000	1,000

a. Dependent Variable:
lnMVA

Tabel 4
Uji F Regresi Sederhana
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.006	1	.006	.002	.965 ^a
	Residual	120,360	38	3,167		
	Total	120,366	39			

a. Predictors: (Constant), CSRI

b. Dependent Variable: lnMVA

Dari pengujian regresi linier sederhana atas variabel independen CSRI dan variabel dependen MVA, diketahui bahwa baik untuk uji F maupun uji t memiliki signifikansi 0,965 yang berarti bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa CSRI berpengaruh terhadap MVA (H1) tidak dapat diterima. Hal ini dikarenakan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Persamaan setelah uji regresi sederhana :

$$MVA = 30,184 - 0,07CSRI$$

Persamaan ini berarti bahwa setiap kenaikan CSRI sebesar 1 unit, akan menurunkan nilai MVA sebesar 0,07.

Tabel 5
Uji F (Moderasi)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,469	3	7,156	2,605	.067 ^a
	Residual	98,897	36	2,747		
	Total	120,366	39			

a. Predictors: (Constant), IntCSR_CGPI, CGPI, CSRI

b. Dependent Variable: lnMVA

Tabel 6
Uji T (Moderasi)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.481	6.676		2.469	.018
	CSRI	15.015	23.930	1.345	.627	.534
	CGPI	.165	.084	.571	1.969	.057
	IntCSR_CGPI	-.180	.314	-1.198	-.575	.569

a. Dependent Variable: lnMVA

Dari pengujian regresi atas variabel moderating dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA). Diperoleh hasil bahwa pada uji F (simultan), menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05, yaitu sebesar 0,067, sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak dapat memprediksi variabel dependen MVA. Dilihat dari uji t, variabel interaksi CSRI dan CGPI memiliki signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti bahwa CGPI tidak terbukti sebagai variabel pemoderasi hubungan antara CSRI dengan MVA. Sehingga H2 yang menyatakan bahwa CGPI Persamaan setelah regresinya adalah sebagai berikut :

$$MVA = 16,481 + 1,345CSRI + 0,5471CGPI - 1,198IntCSR_CGPI$$

Tabel 7
Koefisien Determinasi (Regresi Sederhana)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.234 ^a	.055	.030	.97817

a. Predictors: (Constant), CSRI

Dari tabel model summary, untuk regresi sederhana antara CSRI terhadap MVA, dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,03. Hal ini dapat dikatakan bahwa 3% variabel CSRI dapat menjelaskan variabel MVA, sedangkan sisanya 97% dijelaskan oleh sebab lain diluar model.

Tabel 8
Koefisien Determinasi (Moderating)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.422 ^a	.178	.110	1.65745

a. Predictors: (Constant), IntCSR_CGPI, CGPI, CSRI

Untuk pengujian terhadap variabel moderasi, dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,110. Hal ini berarti CSRI, CGPI dan variabel IntCSR_CGPI

dapat menjelaskan variabel MVA sebesar 11%, sisanya 89% dijelaskan variabel lain diluar model.

4.1 Analisis Hasil Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk investasii jangka panjang perusahaan. CSR merupakan suatu bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya. CSR disini bukan hanya sebuah tindakan *charity*, namun sebuah tindakan yang mencerminkan timbal balik atas apa yang masyarakat sudah berikan untuk perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori legitimasi, dimana legitimasi merupakan suatu bentuk dari apa yang diinginkan masyarat dan apa yang perusahaan cari dari masyarakat. Dari sini dapat diduga apa yang diberikan perusahaan saat ini kepada masyarakat bertujuan untuk mendapatkan *trust* untuk jangka panjang . Bentuk dari *trust* kepercayaan tersebut adalah berupa peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Kinerja keuangan merupakan suatu fondasi yang sangat fital bagi suatu perusahaan untuk tetap menjadi perusahaan yang *going concern*. *Market Value Added* merupakan salah satu alat ukur kinerja perusahaan yang paling baik menurut penemunya, Stern Steward. MVA mencerminkan akumulasi dari nilai tambah yang telah diberikan investor selama perusahaan berdiri. Penelitian yang dilakukan oleh Hillman and Keim (2001) menunjukkan bahwa adanya pengungkapan CSR yang diukur dengan indeks KLD terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap MVA. Dalam penelitian yang penulis lakukan, penulis tidak menemukan adanya pengaruh yang signifikan dari CSR yang diukur dengan CSRI terhadap MVA. Dalam analisis diketahui bahwa nilai sgnifikansi menunjukkan nilai sebesar 0,965. Nilai ini lebih besar dari signifikansi statistik yaitu $> 0,5$, sehingga dapat dikatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap MVA. Tidak berpengaruhnya CSR terhadap MVA disini, diduga akibat penggunaan standar pengungkapan yang penulis pakai dalam penelitian yang mengacu pada GRI (*Global Reporting Indeks*). Dan setelah penulis kaji ternyata GRI belum banyak diterapkan oleh perusahaan yang ada di, Indonesia. Perusahaan yang telah menerapkan standar GRI dalam sample penelitian penulis yang diambil dari perusahaan – perusahaan yang terdaftar sebagai peserta CGPI 2010 – 2012 (tahun pengamatan), kebanyakan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pertambangan. Padahal dalam perusahaan – perusahaan yang menjadi sample penelitian hanya beberapa yang merupakan perusahaan pertambangan, sedangkan yang lain adalah perusahaan perbankan, manufaktur, telekomunikasi, dan lain sebagainya. Karena banyaknya item pengungkapan GRI yang tidak sesuai dengan pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan, kemungkinan hal inilah yang menyebabkan ketidak signifikanan hasil penelitian.

CSR memiliki kaitan erat dengan GCG layaknya dua sisi mata uang, yang keduanya memiliki kedudukan yang kuat dalam dunia bisnis namun saling ,memiliki keterkaitan satu sama lain. CSR berorientasii kepada para *stakeholders*, hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip utama GCG yaitu *responsibility*, sedangkan pengungkapan pelaksanaan CSR sendiri sejalan dengan prinsip transparansi. Sebelum melaksanakan CSR yang artinya merupakan bentuk tanggung jawab ke luar, perusahaan harus terlebih dahulu membenahi apa yang ada di dalam perusahaan itu sendiri, misalkan kepatuhan terhadap hukum. Dan suatu bentuk kepatuhan tersebut tidak akan terwujud apabila perusahaan tidak memiliki GCG yang baik. Karena adanya hubungan yang sedemikian erat ini, penulis menduga bahwa ketika GCG suatu perusahaan itu baik, maka CSR juga akan baik. Dalam hubungannya dengan

penciptaan nilai perusahaan, GCG akan memperkuat hubungan antara CSRI dengan MVA.

Dalam penelitian yang penulis lakukan mengenai hubungan antara GCG dengan CSR dan MVA, ternyata penulis mendapatkan hasil yang menunjukkan tidak adanya signifikansi hasil GCG yang membuat hubungan antara CSR terhadap MVA menjadi kuat. Hal ini ditunjukkan dari hasil uji regresi variabel moderating yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,569 yang jauh diatas signifikansi statistik yaitu 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa GCG tidak berhasil memoderasi hubungan antara CSR terhadap MVA. Hal ini patut diduga dikarenakan adanya nilai pengungkapan CSR yang sangat rendah sehingga mengakibatkan pendugaan penulis tidak dapat terbukti, sehingga penggunaan GRI sebagai pedoman untuk melakukan checklist atas pengungkapan sosial (CSR) perlu dilakukan kaji ulang.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang penulis lakukan, penulis membuat kesimpulan bahwa Good Corporate Governance bukan merupakan variabel moderasi yang dapat memperkuat hubungan antara Corporate Social Responsibility dengan Market Value Added dikarenakan tingkat signifikansi yang lebih dari 0,05 yaitu sebesar 0,569. Koefisien determinasi sebesar 11% yang ditunjukkan oleh regresi dengan variabel moderasi menunjukkan bahwa variabel CSRI, CGPI dan IntCSR_CGPI hanya mampu menjelaskan variabel MVA sebesar 11%, sedangkan 89% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

5.2 Saran

Saran yang penulis ajukan bagi penelitian selanjutnya adalah sebaiknya bagi peneliti yang akan datang menggunakan pedoman pengungkapan sosial yang lebih relevan digunakan di Indonesia seperti pedoman yang dipakai oleh Sembiring (2005), yang penulis rasa lebih relevan bagi perusahaan di Indonesia. Hal ini dikarenakan pengungkapan – pengungkapan yang tertuang dalam item GRI tidak banyak diungkapkan oleh perusahaan di Indonesia, sehingga jumlah pengungkapan menjadi sedikit.

DAFTAR PUSTAKA

- Castro, Roberto Garcia et al. 2007. “*Does Social Performance Really Lead to Financial Performance? Accounting For Endogeneity*”. IESE Business School Avda Barcelona – Spain.
- Hilman N., Keim G.D. 2001. “*Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues : What’s the Bottom Line*”. **Strategic Management Journal** Vol. 22, No.2 (Feb., 2001)
- Kaihatu, Thomas S. 2006. *Good Corporate Governance dan Penerapannya di Indonesia*. Universitas Kristen Petra Surabaya
- Kusuma, Agung Budi. 2012. “Asosiasi Pengungkapan CSR dan Kinerja Keuangan pada Perusahaan Peraih Penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award*”

(ISRA) Periode 2001 dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2012”. Universitas Negeri Surabaya. Skripsi (tidak dipublikasi)

- Lindrawati, Felicia, Nita dan T, J.Th. Budianto. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Sebagai 100 Best Corporate Citizen oleh KLD Research and Analytics. Majalah Ekonomi Th XVIII No. 1 April 2008
- Poddi, Laura dan Vergalli, Sergio. 2009. “*Does CSR Affect the Performance of Firm*”. Dipartimento di Scienze Economiche Universita Degli Studi di Brescia. Italy
- Retno, Reni Dyah dan Priantinah, Denies.2012. “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI Per iode 2007-2010)”. **Jurnal Nominal** Vol. I No. II Tahun 2012
- Restuningdiah, Nurika. 2010. Mekanisme GCG dan PengungkapanTanggung Jawab Sosial Terhadap Koefisien Respon Laba. Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 14, No. 3 September 2010
- Sayekti, Yosefa dan Ludovicus Sensi Wondabio. 2007. “Pengaruh *CSR Disclosure* Terhadap *Earning Response Coeficient* (Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”. **Simposium Nasional Akuntansi X**.
- Sembiring, Edi Rismanda. 2006. “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatatat di Bursa Efek Jakarta”. **Jurnal MAKSI**, Vol.6 No.1
- Sulityani, Eni Dwi. 2007. Keterkaitan antara Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Kinerja dan Nilai Perusahaan. Wahana Akuntansi Jurnal Ilmiah Volume 2, No. 2 Desember 2007
- Wibowo, Pratiwi Putri dan Berasategui, Ruben Gracia. 2008. “*The Relationship Between Economic Value Added (EVA®) and Market Value Added (MVA) with Reported Earnings: an Empirical Researchof 40 Listed Companies in Indonesia Stock Exchange for the Year 2004-2007*”. **Journal of Applied Finance and Accounting** Vol. 1 No.1 November 2008