

**PERBEDAAN PRAKTIK PENGUNGKAPAN SOSIAL PADA
PERUSAHAAN GOLONGAN *HIGH PROFILE* DENGAN
LOW PROFILE SERTA PENGARUHNYA
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**

(Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun
2009 – 2010)

TESIS
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
GUNA MENCAPAI GELAR MAGISTER AKUNTANSI



Diajukan Oleh:
Nama: Suryanto
NIM: 123091064

PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI
UNIVERSITAS TRISAKTI
FAKULTAS EKONOMI
JAKARTA

2012

**DIFERENCE OF CSR DISCLOSURE PRACTISE BETWEEN HIGH
PROFILE AND LOW PROFILE COMPANY AND ITS EFFECT
ON FIRM VALUE**

(Empirical Study on Registered Company at Bursa Efek Indonesia Year 2009-
2010)

THESIS

TO FULLFIL A PART OF REQUIREMENT IN ACHIEVING
MASTER OF ACCOUNTING



Presented by:

Name: Suryanto

NIM: 123091064

MASTER OF ACCOUNTING PROGRAM

TRISAKTI UNIVERSITY

ECONOMIC FACULTY

JAKARTA

2012



PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS TRISAKTI

TANDA PERSETUJUAN TESIS

1. Nama : Suryanto
2. NIM : 123091064
3. Konsentrasi Tesis : Pemeriksaan Akuntansi dan Akuntansi Keuangan
4. Judul Tesis : **PERBEDAAN PRAKTIK PENGUNGKAPAN SOSIAL PADA PERUSAHAAN GOLONGAN HIGH PROFILE DENGAN LOW PROFILE SERTA PENGARUHNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2010)**

Jakarta, 3 September 2012

Mengetahui,

Pelaksana Tugas

Ketua Program Magister Akuntansi

(Prof. Dr. Yuswar Z. Basri, Ak., MBA)

Menyetujui,

Pembimbing Tesis

(Dr. Sekar Mayangsari, Ak.,M.Si)

PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

Yang bertandatangan di bawah ini saya:

Nama : Suryanto
NIM : 123091064
Program Studi : Magister Akuntansi
Alamat/ No. Tlp. : Jl.RHM Noeradji No 26 Tangerang/085782292950

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Tesis saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain. Tesis ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Trisakti maupun di Perguruan Tinggi Lain;
2. Dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima saksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis tesis ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan Peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 3 September 2012

Yang membuat pernyataan,

(Suryanto)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat dan anugerah-Nya tesis ini dapat diselesaikan. Tesis ini disusun dalam rangka untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna mencapai gelar Magister Akuntansi. Adapun judul dari tesis ini adalah “**Perbedaan Praktik Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan *Golongan High Profile* Dengan *Low Profile* Serta Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 - 2010)**”.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih mengandung kekurangan-kekurangan dan kesalahan-kesalahan yang mungkin tidak disadari. Oleh karena itu, penulis bersedia menerima kritik dan saran dari para pembaca yang nantinya dapat dijadikan bahan koreksi untuk diri penulis di masa mendatang.

Tentunya tesis ini tidak dapat diselesaikan dengan baik bila tanpa bantuan dari pihak-pihak yang terkait. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa dan Sang Tri Ratna yang telah memberikan anugerah dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
2. Prof. Dr. Sofyan Syafri Harahap (Alm) atas segala saran dan masukannya terhadap topik dan judul tesis yang dipilih.
3. Prof. Dr. Yuswar Z Basri, AK., MBA selaku pelaksana tugas ketua program magister akuntansi universitas Trisaksi.

4. Hermi, SE, Ak, M.Si. selaku sekretaris program magister akuntansi universitas Trisakti.
5. Ibu Dr. Sekar Mayangsari, Ak., M.Si. sebagai pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu dan dengan dengan sabar membimbing dan memberikan tuntunan bagi penulis di dalam menyusun tesis.
6. Papa, mama, kakak dan adik penulis yang selalu memberikan motivasi dan dorongan
7. Orang yang penulis sayangi, yaitu Dewi Franita yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
8. Segenap staf program magister akuntansi universitas Trisaksi, seperti bapak Asep, Bapak Aswan, Bapak Aan, Bapak Iwan, Ibu Iis dan lainnya.
9. Rekan-rekan angkatan ke-17 program magister akuntansi trisakti, seperti Yessamah, Ibu Nila, Bapak Indra, Daniel, Agung, dan rekan-rekan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu

Jakarta, 3 September 2012

Penulis

Suryanto

**DIFERENCE OF CSR DISCLOSURE PRACTISE BETWEEN HIGH
PROFILE AND LOW PROFILE COMPANY AND ITS EFFECT
ON FIRM VALUE**

**(Empirical Study on Registered Company at Bursa Efek Indonesia Year
2009-2010)**

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate Corporate Social Responsibility disclosure practice between high profile and low profile company and its effect on firm value. This study employs company profile as moderating variable to explain the effect of CSR disclosure on firm value.

Data for this study are acquired from annual report of go-public companies in Indonesia over two years period (2009-2010) and also from yahoo finance in collecting market price of each company share. Regression model is used to this study.

The result for this study is as follows. First, CSR disclosure have statistically significant effect to firm value. Second, company profile have no statistically significant effect to firm value and also to relationship between csr disclosure and firm value. This result indicate if company profile fails to contribute in determining csr disclosure practice that is done by company, so that company profile fails to give effect on relationship between csr disclosure and firm value.

Keywords: *Firm Value, CSR Disclosure, Company Profile,*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4. Sistematika Pembahasan	6
BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	8

2.1. Kerangka Teoritis.....	8
2.1.1 <i>Corporate social responsibility</i>	8
2.1.2 Pengungkapan.....	11
2.1.3 <i>Profile</i> perusahaan	16
2.1.4 Nilai perusahaan	17
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu.....	18
2.2.1 Perbedaan praktik pengungkapan sosial antara perusahaan golongan <i>high profile</i> dengan <i>low profile</i>	18
2.2.2 Praktik pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan.....	19
2.3. Model Penelitian	23
2.4. Perumusan Hipotesis.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1. Rancangan Penelitian	25
3.2. Objek Penelitian	25
3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya	27
3.3.1 Variabel independen.....	27
3.3.2 Variabel dependen.....	28
3.3.3 Variabel <i>moderating</i>	29

3.3.4 Variabel kontrol	30
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5. Metode Analisis Data.....	31
3.5.1 Statistik deskriptif	31
3.5.2 Uji normalitas.....	32
3.5.3 Uji asumsi klasik.....	33
3.5.3.1 Uji multikolinieritas	33
3.5.3.2. Uji autokorelasi	33
3.5.3.3. Uji heteroskedatisitas	34
3.5.4 Uji hipotesi.....	35
3.5.4.1 Koefisien determinasi dan koefisien korelasi	36
3.5.4.2 Uji signifikansi simultan (uji statistik F).....	36
3.5.4.3 Uji signifikansi parameter individual (uji statistik T)	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2 Statistik Deskriptif	40

4.3 Uji Normalitas	42
4.4 Uji Asumsi Klasik	46
4.4.1 Uji multikolinearitas	46
4.4.2 Uji autokorelasi	47
4.4.3 Uji heteroskedastisitas	48
4.5 Uji Hipotesis	49
4.5.1 Uji koefisien determinasi dan koefisien korelasi	51
4.5.2 Uji signifikansi simultan (uji statistik F).....	52
4.5.3 Uji signifikansi parameter individual (uji statistik T).....	53
BAB V PENUTUP	59
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Implikasi Penelitian.....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	61
5.4 Rekomendasi	62

DAFTAR REFERENSI

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Proses Penentuan Sampel.....	39
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif.....	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas Data.....	42
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Data setelah <i>Outlier</i> Data.....	44
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	47
Tabel 4.7 Hasil <i>Multiple Regression Analysis</i>	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik F.....	52
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik T.....	53
Tabel 4.11 Indeks Pengungkapan Sosial Berdasarkan Sektor dan <i>Profile</i>	56
Tabel 4.12 Hasil Uji Statistik T terhadap Variabel Kontrol.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	23
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas pada Model Regresi	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas pada Model Regresi Setelah <i>Outlier</i> Data ...	45
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sampel Penelitian

Lampiran 2 Indeks Pengungkapan Sosial

Lampiran 3 Hasil Statistik Deskriptif Sebelum dan Sesudah *Outlier*

Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas Setelah *Outlier*

Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik dan Uji Hipotesis

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa dekade belakangan ini, peran sosial dari perusahaan mulai diperhitungkan di mata masyarakat pada umumnya. Berbagai kerusakan yang dilakukan oleh segelintir perusahaan dan didorong oleh kemajuan arus informasi, makin mendewasakan masyarakat untuk semakin kritis terhadap segala tindakan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut serta didorong oleh persaingan bisnis yang semakin ketat, semakin mendorong perusahaan untuk berlomba-lomba melakukan berbagai kegiatan sosial sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat dalam rangka untuk memenangkan hati masyarakat.

Kegiatan-kegiatan sosial yang telah dilakukannya tersebut berusaha untuk disampaikan oleh perusahaan kepada masyarakat dan investor dalam bentuk berbagai pengungkapan sosial. Pada dasarnya perusahaan berharap bahwa dengan melakukan kegiatan sosial yang kemudian disampaikan dalam bentuk pengungkapan sosial dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan bersangkutan. Pengungkapan sosial sendiri merupakan salah satu bentuk dari pengungkapan sukarela.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Adam et. al (1997) dalam Maksun dan Kholis (2003) pada enam Negara eropa, yaitu Jerman, Prancis, Swiss, Inggris, dan Belanda menunjukkan bahwa praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang lazim dalam laporan tahunan perusahaan. Beberapa penelitian telah menguji bahwa kepedulian perusahaan terhadap masyarakatnya pada dasarnya dapat berdampak pada kemajuan dari perusahaan itu sendiri. Hal ini seperti diungkapkan oleh Watts & Zimmer-man dalam Sueb (2001) bahwa perusahaan melaksanakan aktivitas pertanggungjawaban sosial untuk mengurangi resiko dari peraturan pemerintah yang dapat memberikan dampak merugikan kepada nilai perusahaan.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka terdapat dua fenomena yang cukup menarik untuk disikapi. Fenomena yang pertama adalah saat ini seharusnya perusahaan memandang bahwa praktik pengungkapan sosial merupakan hal yang cukup penting. Namun berdasarkan hasil beberapa penelitian menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan berpandangan sama terhadap praktik pengungkapan sosial ini. Hasil penelitian Utomo (2000) membuktikan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam industri *high profile* lebih tinggi daripada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam industri *low profile*. Hal ini berarti perusahaan yang tergolong dalam industri *high profile* memandang praktik pengungkapan sosial ini lebih penting daripada perusahaan yang tergolong dalam industri *low profile*.

Fenomena yang kedua adalah terkait pengaruh praktik pengungkapan sosial yang dilakukan terhadap nilai perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut,

telah dilakukan penelitian untuk mengkonfirmasi hal tersebut. Berdasarkan penelitian Nurlala dan Islahuddin (2008) tidak berhasil memberikan bukti empiris bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian Zuhroh dan Sukmawati (2003) berhasil membuktikan bahwa indeks pengungkapan sosial berpengaruh nyata terhadap volume perdagangan saham perusahaan di luar normal. Hal ini menunjukkan bahwa investor telah memberikan suatu reaksi yang positif terhadap praktik pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Reaksi positif ini tentu akan tercermin dari nilai perusahaan yang juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat perbedaan pendapat mengenai pengaruh pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap nilai dari perusahaan.

Berkaitan dengan dua fenomena di atas, maka penulis termotivasi untuk meneliti lebih lanjut fenomena tersebut. Fenomena ini cukup menarik untuk diteliti karena kontroversi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan masih saja terjadi. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah adanya perubahan golongan industry untuk perbankan dari semula golongan industry *low profile* menjadi golongan industry *high profile*. Perbedaan lainnya adalah adanya modifikasi item-item yang termuat di dalam indeks pengungkapan sosial yang digunakan, penggunaan jumlah sampel yang lebih banyak dan merata, serta penggunaan horizon waktu yang cukup panjang dan terbaru, yaitu tahun 2009 dan 2010. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mengajukan penelitian yang berjudul **“Perbedaan Praktik Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan**

Golongan High Profile Dengan Low Profile Serta Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 - 2010)

1.2 Perumusan Masalah

Adapun yang menjadi permasalahan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *profile* perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *profile* perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisa dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *profile* perusahaan terhadap nilai perusahaan.

3. Untuk menganalisa dan mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh profile perusahaan terhadap hubungan antara praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan dengan nilai perusahaan.
4. Dengan diketahuinya pengaruh praktik pengungkapan sosial perusahaan secara umum terhadap nilai perusahaan, maka hal ini dapat digunakan untuk mendorong para pihak yang terkait untuk terus berusaha dalam mewujudkan realisasi wacana dari akuntansi sosial ekonomi. Selain itu, akan semakin menyadarkan perusahaan akan pentingnya tanggung jawab sosial.

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk perusahaan, yaitu sebagai masukan mengenai pentingnya aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk akademisi, yaitu sebagai acuan dan fakta baru mengenai pentingnya praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan fakta baru ini, kaum akademis dapat memahami lebih jauh mengenai fenomena pengungkapan sosial yang dilakukan dan sejauh mana investor merespon praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Untuk penelitian selanjutnya, yaitu sebagai bahan referensi baru yang dapat digunakan untuk meneliti masalah praktik pengungkapan sosial perusahaan lebih lanjut.

1.4 Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembaca di dalam membaca penelitian ini, berikut ini akan disajikan sistematika pembahasan. Adapun sistematika pembahasannya tersusun dalam lima bab, di mana masing-masing bab mengandung sub-sub bab yang saling terkait. Berikut ini adalah rincian dari masing-masing bab tersebut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bab ini membahas tentang kerangka teoritis yang berkaitan dengan variabel penelitian, hasil penelitian sebelumnya, model penelitian dan perumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang rancangan penelitian, objek penelitian, definisi operasional variabel dan pengukurannya, teknik pengumpulan data, metode analisis data yang terdiri dari statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas tentang deskripsi objek penelitian, statistik deskriptif, uji normalitas data dan uji normalitas model regresi, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan rekomendasi.

BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Kerangka Teoritis

2.1.1. *Corporate social responsibility*

Pengertian CSR menurut lingkaran studi CSR Indonesia (Rachman et al, 2011), yakni upaya sungguh-sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Sementara menurut ISO 26000, menyatakan bahwa CSR adalah

“Responsibility of an organization or the impact of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship”.

Seperti dikutip dalam Rachman et al (2011), perusahaan dapat mengimplementasikan CSR dengan menggunakan metode yang berbeda-beda. Implementasi yang dilakukan dapat menggunakan model *charity* atau pemberdayaan dan model *community development*. Perusahaan yang menggunakan model *charity* hanya berpatok pada sekedar menghabiskan anggaran dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Model *charity* mendapatkan

kritikan karena model ini hanya akan menjadi candu bagi masyarakat dan membuat masyarakat tergantung serta tidak berdaya.

Model *Charity* ini sudah mulai ditinggalkan dan model *community development* hadir sebagai pilihan. Model *community development* dianggap mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pemberdayaan masyarakat. CSR yang berbasis *community development* juga dapat memberikan nilai tambah kepada perusahaan, yaitu berupa *good cooperate governance* dan memberikan nilai positif bagi perusahaan di mata publik.

Menurut Michael E.Porter (2009) dalam Rachman et al (2011) menyatakan ada empat motif yang menjadi dasar manajemen melakukan CSR, yaitu sebagai berikut:

1. Kewajiban moral. Kewajiban moral adalah meraih keberhasilan komersial dengan tetap menghormati nilai-nilai etika.
2. Keberlanjutan. Keberlanjutan artinya memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengabaikan kebutuhan masa datang.
3. Izin operasi. Izin operasi artinya membangun “citra” untuk menjamin persetujuan pemerintah dan pemangku kepentingan karena khawatir akan ditolak keberadaannya.
4. Reputasi. Reputasi artinya agenda CSR didasarkan pada motif menaikkan *brand* dan reputasi kepada konsumen, investor, dan karyawan.

Lebih lanjut seperti dikutip dalam Rachman et al (2011), harus terdapat suatu paradigma baru berupa integrasi dimensi sosial dalam strategi bisnis dimana

terdapat suatu hubungan yang tak terelakkan antara dunia usaha dan masyarakat. Daya saing perusahaan tergantung pada kondisi komunitas sekeliling dimana kesehatan suatu bisnis tergantung pada kesehatan komunitas dalam menciptakan permintaan pada produk dan menyediakan lingkungan usaha yang mendukung. Kesehatan komunitas tergantung pada kesehatan perusahaan yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan, memberikan upah tinggi, membangun kesejahteraan, membeli produk lokal, dan membayar pajak. Hal ini merupakan sinergi jangka panjang antara tujuan ekonomi dan sosial.

Hal senada juga diungkapkan oleh Lako (2011) yaitu mengenai perlunya reformasi paradigma bisnis konservatif yang menganggap CSR sebagai aktivitas kedermawanan yang bersifat sukarela (*charity*) ke paradigma baru yang mengakui CSR sebagai kebutuhan hakiki. Memang dari perspektif *cost-benefit* jangka pendek, jika CSR dijadikan suatu kewajiban, maka beban periodik perusahaan akan membengkak, sementara manfaat ekonomisnya dalam jangka pendekpun tidak jelas, sehingga dampaknya akan menurunkan laba. Namun dalam perspektif jangka panjang, tidaklah berlaku demikian. Membangun sebuah bisnis bukanlah untuk jangka waktu yang pendek, namun sebuah bisnis diharapkan dapat terus beroperasi untuk jangka waktu yang selama mungkin. Sehingga perspektif jangka panjang harus lebih dipertimbangkan. Dalam jangka panjang, aktivitas CSR dapat membawa sejumlah manfaat bagi sebuah perusahaan sebagai berikut:

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.

3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan.
5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan
6. Meningkatnya reputasi, *goodwill*, dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

2.1.2. Pengungkapan

Seperti dikutip dalam Kieso, Weygandt, dan Warfield (2007), kaum profesi telah mengadopsi sebuah *full disclosure principle*. *Full disclosure principle* mensyaratkan adanya pelaporan atas beberapa fakta keuangan yang cukup signifikan untuk mempengaruhi keputusan dari pembaca laporan keuangan. Namun prinsip ini mengandung suatu pertentangan, yaitu beberapa pihak menganggap bahwa persyaratan pelaporan yang terlalu detail akan membuat pembaca laporan keuangan kesulitan waktu di dalam menyerap informasi yang disajikan. Hal ini merefleksikan suatu istilah yang disebut sebagai *information overload*.

Di dalam peraturan Bapepam dan LK Nomor VIII G.2/1996 telah diatur mengenai informasi yang harus ada (*mandatory*) pada penyampaian laporan tahunan. Dengan demikian maka, informasi yang diungkapkan dalam laporan

tahunan dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yaitu pengungkapan wajib/*mandatory disclosure* (pengungkapan informasi yang diharuskan menurut ketentuan yang berlaku) dan pengungkapan sukarela/*voluntary disclosure* (pengungkapan yang melebihi dari yang diwajibkan).

Pengungkapan sosial merupakan salah satu bentuk dari pengungkapan sukarela. Hal ini tampak dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Choi (1994, 1999) dalam Nuryaman (2009) mengenai praktik pengungkapan sukarela dari studi komparatif beberapa Negara dapat meliputi:

1. *Disclosure of forward-looking information:*
 - a. *Forecasts of revenue, income, eps, capital, expenditure, and other financial item*
 - b. *Prospective information about future economic performance or position that is less definite than forecast in terms in projected item, fiscal periode, and projected amount*
 - c. *Statement of management's plans and objective for future operations*
2. *Social responsibility disclosure*
3. *Special disclosure for non domestic financial statement users*
4. *Employee disclosure*
5. *Value added disclosure*
6. *Environmental concern*

Mengenai pengungkapan sosial ini secara eksplisit telah diungkapkan di dalam PSAK 01 (revisi 1998) tentang pengungkapan kebijakan akuntansi paragraf 9 sebagai berikut:

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

Seperti dikutip dalam Harahap (2008), untuk melaporkan aspek sosial ekonomi yang diakibatkan perusahaan, ada beberapa teknik pelaporan *social economic accounting*, misalnya seperti diungkap oleh Diller (1970) mengungkapkan tekniknya sebagai berikut:

1. Pengungkapan dalam surat kepada pemegang saham baik dalam laporan tahunan atau bentuk laporan lainnya.
2. Pengungkapan dalam catatan laporan keuangan.
3. Dibuat dalam perkiraan tambahan misalnya melalui adanya perkiraan (akun) penyisihan kerusakan lokasi, biaya pemeliharaan lingkungan, dan sebagainya.

Seperti dikutip dari Gray *et.al.*, (1995) dalam Utomo (2000) merangkum berbagai teori yang dipergunakan oleh para peneliti untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan sosial dalam tiga kelompok utama, yaitu:

1. *Decision-Usefulness Studies*. Sebagian dari studi-studi yang dilakukan oleh para peneliti yang mengemukakan teori ini menemukan bukti bahwa

informasi sosial dibutuhkan oleh para *users*. Para analis, banker, dan pihak lain yang dilibatkan dalam penelitian tersebut diminta melakukan pemeringkatan terhadap informasi akuntansi. Informasi akuntansi tersebut tidak terbatas pada informasi akuntansi tradisional yang telah dikenal selama ini, namun juga informasi lain yang relatif baru dalam wacana akuntansi. Mereka menempatkan informasi akuntansi sosial perusahaan pada posisi yang *moderately important*.

2. *Economic Theory Studies*. Studi tentang teori ekonomi dalam *corporate responsibility reporting* ini mendasarkan diri pada *economic agency theory* dan *accounting positif theory*. Penggunaan *agency theory* menganalogikan manajemen adalah agen dari suatu *principal*. Lazimnya, *principal* diartikan sebagai pemegang saham atau *traditional users* lainnya. Namun pengertian prinsipal tersebut meluas menjadi seluruh *interest group* perusahaan yang bersangkutan. Sebagai agen, manajemen akan berupaya mengoperasikan perusahaan sesuai dengan keinginan publik.
3. *Social and Political Theory Studies*. Studi di bidang ini menggunakan teori *stakeholder*, teori legitimasi organisasi dan teori ekonomi politik. Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholders*. Perusahaan berusaha mencari pembenaran dari para *stakeholder* dalam menjalankan operasi perusahaan. semakin kuat posisi *stakeholder*, semakin besar pula kecenderungan perusahaan mengadaptasi diri terhadap keinginan para

stakeholders. Berdasarkan teori legitimasi organisasi, dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi.

Menurut 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.

2.1.3. *Profile* perusahaan

Pada dasarnya industri dapat dibedakan ke dalam dua kelompok, yaitu industry yang *high profile* dan industri yang *low profile*. Seperti yang diusulkan oleh Robert dalam Hackston dan Milne (1996) (dalam Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono, 2000) mendefinisikan *high profile companies* sebagai perusahaan yang memiliki *consumer visibility*, tingkat risiko politik dan tingkat kompetisi yang ketat. Perusahaan-perusahaan *high profile*, pada umumnya merupakan perusahaan yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi untuk bersinggungan dengan kepentingan luas. Masyarakat umumnya lebih sensitif terhadap tipe industry ini karena kelalaian perusahaan dalam pengamanan proses produksi dan hasil produksi dapat membawa akibat yang fatal bagi masyarakat.

Sedangkan perusahaan *low profile* adalah perusahaan yang tidak terlalu memperoleh sorotan luas dari masyarakat manakala operasi yang mereka lakukan mengalami kegagalan atau kesalahan pada aspek tertentu dalam proses atau hasil produksinya. Bila dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan *high profile*, perusahaan yang terkategori dalam industri *low profile* lebih ditoleransi oleh masyarakat luas manakala melakukan kesalahan.

Seperti dikutip dalam Utomo (2000), berdasarkan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya (misalnya Patten, 1991; Dierkes dan Preston, 1977; Robert, 1992; Hackston dan Milne, 1996; Choi, 1998), perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high profile* antara lain perusahaan

perminyakan dan pertambangan lainnya, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan kelompok industri *low profile* terdiri dari bangunan, keuangan dan perbankan, supplier alat medis, property, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga.

2.1.4. Nilai perusahaan

Menurut Horie dan Kim (2009), nilai perusahaan berdasarkan nilai akuntansi dapat didefinisikan dalam arti sempit maupun dalam arti luas. Nilai perusahaan dalam arti sempit hanya meliputi aktiva berwujud, yang terdiri dari nilai ekuitas yang mencerminkan kepemilikan dari pemegang saham dan nilai hutang yang mencerminkan kepemilikan dari kreditor perusahaan. Dalam arti luas, nilai perusahaan meliputi baik aktiva berwujud maupun aktiva tak berwujud. Aktiva tak berwujud termasuk *leasehold*, *goodwill*, dan *trademark rights*. Selain itu, aktiva tak berwujud juga termasuk aktiva intelektual seperti paten dan hak cipta.

Lebih lanjut menurut Horie dan Kim (2009), nilai perusahaan yang dirasakan oleh investor umumnya berdasarkan nilai pasar. Nilai ini mencerminkan kapitalisasi pasar yang merujuk pada keseluruhan nilai pasar di pasar modal. Aktiva tak berwujud yang dirasakan oleh investor merujuk pada kualitas

manajemen dan bisnis sebagai sumber daya yang memberikan kehidupan atas aliran kas jangka panjang perusahaan.

Seperti diketahui bersama, tujuan dari sebuah perusahaan pada dasarnya adalah untuk memaksimalkan kesejahteraan pemilik perusahaan. Di mana kesejahteraan pemilik perusahaan diukur dari harga saham perusahaannya. Dengan demikian, tujuan dari setiap perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, manajemen harus melakukan pemberdayaan terbaik atas aktiva tak berwujud perusahaan yang memberikan kontribusi kepada kualitas manajemen yang lebih baik. Untuk tujuan ini, hubungan kepercayaan harus dijaga dengan pemegang saham perusahaan sebagai persyaratan esensial untuk memaksimalkan nilai perusahaan. (menurut Horie dan Kim, 2009).

2.2. Hasil Penelitian Terdahulu

2.2.1. Perbedaan praktik pengungkapan sosial antara perusahaan golongan *high profile* dengan *low profile*

Penelitian Utomo (2000) berhasil membuktikan bahwa pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam industry *high profile* lebih tinggi daripada pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dalam industry *low profile*. Lebih lanjut menurut penelitian yang oleh Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008) yang menyatakan bahwa *profile*

perusahaan berpengaruh positif terhadap tingkat keluasaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Hal senada juga diungkapkan oleh anggraini (2006), dan Sembiring (2005) yang menyatakan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan dalam mengungkapkan informasi sosial. Hal ini berarti bahwa industri yang *high profile* cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industry yang *low profile*.

2.2.2. Praktik pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan

Nurlela dan Islahuddin (2008) menemukan hasil bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* bukan merupakan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Sementara menurut penelitian Zuhroh dan Sukmawati (2003) berhasil membuktikan bahwa indeks pengungkapan sosial berpengaruh nyata terhadap volume perdagangan di luar normal. Hal ini menunjukkan bahwa investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan (yang ditunjukkan oleh terjadinya lonjakan perdagangan saham perusahaan pada waktu sekitar publikasi laporan tahunan).

Lebih lanjut Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008) juga berhasil memberikan bukti empiris bahwa tingkat keluasan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap reaksi investor. Adapun alasan yang melandasi perilaku investor tersebut adalah antara lain investor mengapresiasi praktik *Corporate Social Responsibility* ini dan melihat aktivitas ini sebagai rujukan untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. bila perusahaan mengungkapkan program *Corporate Social Responsibility*, bisa jadi *stakeholder* menganggap perusahaan tersebut tidak melakukan tanggung jawab sosialnya dan meragukan *going concern*-nya. (Pambudi, 2006 dalam Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono, 2008). Selanjutnya investor akan menilai perusahaan tidak mampu mempertahankan keberlanjutan usahanya sehingga investor tidak tertarik untuk menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut yang berarti nilai dari perusahaan tersebut akan turun.

Dalam penelitian lainnya, seperti dikutip dari Fiori (2007) yang menyatakan bahwa sebuah perusahaan yang melakukan praktik CSR yang memiliki focus yang lebih tinggi kepada karyawannya memiliki pengaruh positif terhadap harga saham perusahaan. Hal ini menurutnya konsisten dengan pentingnya karyawan di perusahaan-perusahaan Italia yang dianggapnya sebagai investasi yang bagus untuk perusahaan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Namun praktik CSR yang berhubungan dengan lingkungan dan komunitas memiliki pengaruh negative pada harga saham, karena investor menganggapnya sebagai beban dalam jangka pendek.

Dalam penelitian Jo, et al (2011) menunjukkan hasil bahwa pelaksanaan CSR secara positif mempengaruhi nilai perusahaan yang diukur dengan *industry-adjusted Tobin's q*. Lebih lanjut dikemukakan dalam penelitian ini, kegiatan CSR berupa peningkatan kegiatan sosial yang bersifat internal dalam perusahaan (berupa keberagaman karyawan, hubungan dengan karyawan, serta kualitas produk) akan lebih banyak meningkatkan nilai perusahaan dibandingkan dengan kategori kegiatan CSR lain yang bersifat eksternal (hubungan dengan komunitas dan masalah lingkungan).

Dalam penelitian Sayekti dan Wondabio (2007) dan juga Hidayati dan Murni (2009) menyatakan bahwa tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap *earning response coefficient*. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Penelitian Arafat, et al (2012) menemukan bukti bahwa CSR secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

Selanjutnya dalam penelitian Videen (2010) menemukan bahwa pengungkapan yang bersifat positif terkait lingkungan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *abnormal return*. Penelitian Hall dan Rieck (1998) menemukan bahwa pengungkapan donasi yang dilakukan oleh perusahaan memiliki pengaruh yang positif terhadap harga saham. Perusahaan yang menghasilkan produk ramah lingkungan menghasilkan reaksi positif yang signifikan pada hari pengumuman, namun tidak terdapat kumulatif return yang signifikan selama periode waktu H-5 sampai H+5. Tidak ada jenis pengumuman

aksi sosial lainnya yang memiliki dampak signifikan terhadap kesejahteraan pemegang saham.

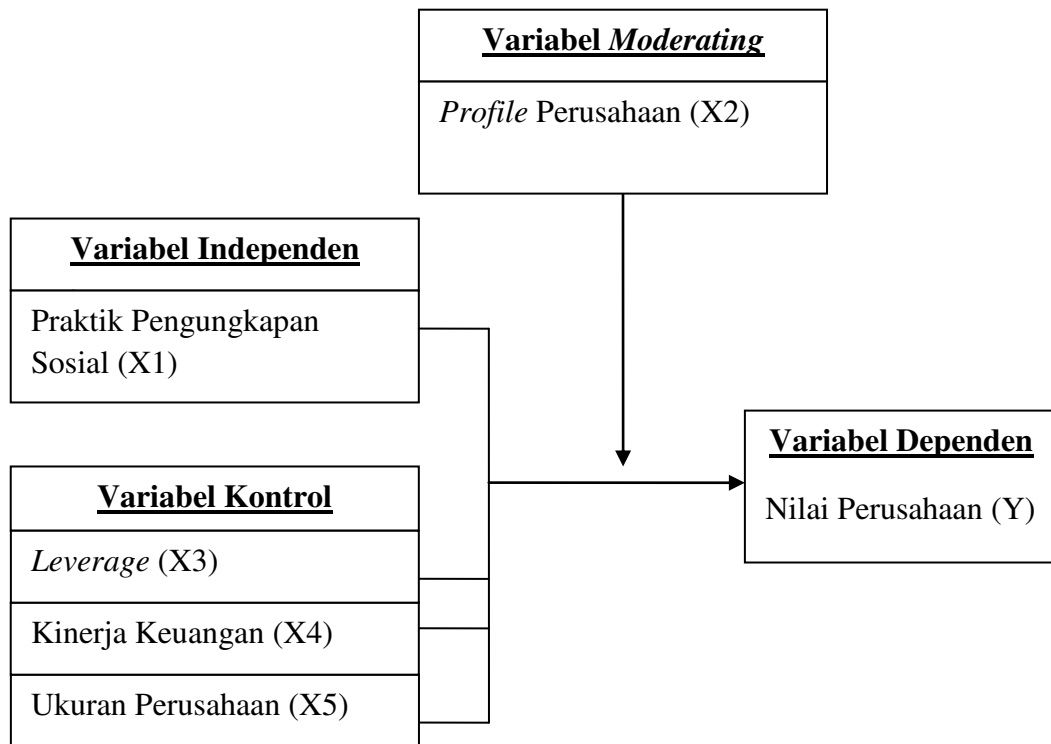
Selain hasil penelitian yang mengkaitkan langsung antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan, terdapat pula beberapa penelitian yang mengkaitkan praktik pengungkapan sosial dengan kinerja keuangannya. Dan secara tidak langsung kinerja keuangan itu sendiri akan berdampak juga terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Handoko (2011), bahwa *return on assets* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan sosial mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Lebih lanjut menurut Kartadjumena, et al (2011), terdapat hubungan yang sangat kuat dan positif antara laba dengan pengungkapan sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2009. Hal senada juga diungkapkan dalam penelitian Wibowo (2012) yang menemukan bahwa terdapat dampak yang positif atas kinerja sosial terhadap profitabilitas perusahaan dan juga berlaku sebaliknya sehingga dapat dikatakan terdapat interaksi yang positif antara pengungkapan CSR dengan profitabilitas perusahaan.

2.3. Model Penelitian

Gambar 2.1

Model Penelitian



Model penelitian diatas digunakan untuk menguji pengaruh praktik pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan dan pengaruh *profile* perusahaan terhadap hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

2.4. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, berikut ini diajukan hipotesis atas permasalahan peneltian yang diajukan:

H_{a1} : Praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_{a2} : *Profile* perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H_{a3} : *Profile* perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kausal komparatif. Penelitian ini menurut Indriantoro dan Supomo (1999) merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Di lihat dari tujuan penelitiannya, maka penelitian ini termasuk penelitian untuk pengujian hipotesis. Adapun pengujian hipotesis yang dilakukan adalah untuk melihat perbedaan praktik pengungkapan sosial antara perusahaan golongan *high profile* dengan perusahaan golongan *low profile*, dan juga pengujian terhadap pengaruh praktik pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan lingkungan studinya, maka penelitian ini tergolong studi lapangan, yaitu tipe penelitian yang menguji hubungan korelasional antar variabel dengan kondisi lingkungan penelitian yang natural dan tingkat keterlibatan peneliti yang minimal (Indriantoro dan Supomo, 1999).

3.2. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2009, dan 2010. Unit analisis dari penelitian ini adalah *company level*. Horison waktu yang digunakan

dalam penelitian ini adalah *time series*, yaitu datanya berupa beberapa subyek pada serangkaian waktu tertentu. Adapun teknik pemilihan sampel yang akan digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*. Menurut Indriantoro dan Supomo (1999) menyatakan bahwa teknik *proportionate stratified random sampling* merupakan teknik pemilihan sampel secara acak yang dilakukan dengan mengklasifikasikan terlebih dahulu suatu populasi ke dalam sub-sub populasi berdasarkan karakteristik tertentu dari elemen populasi. Adapun stratifikasi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah mengikuti stratifikasi yang berlaku di Bursa Efek Indonesia. Seluruh sampel diidentifikasi dan diklasifikasikan ke dalam dua kelompok, yaitu kelompok perusahaan golongan *high profile* dan kelompok perusahaan *low profile*.

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdasarkan rumus *slovin* (Sarjono dan Julianita, 2011), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan

3.3. Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

3.3.1. Variabel independen

Variabel independen (Indriantoro dan Supomo, 1999) merupakan tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Adapun variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah praktik pengungkapan sosial. Skala pengukuran yang digunakan dalam mengukur variabel praktik pengungkapan sosial adalah skala rasio. Adapun variabel praktik pengungkapan sosial ini diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan sosial.

Menurut Zuhroh dan Sukmawati (2003), indeks pengungkapan sosial merupakan luas pengungkapan relatif setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya. Item-item yang termuat dalam indeks pengungkapan sosial yang digunakan dalam penelitian ini diadopsi dari Sembiring (2005) yang memuat 78 item yang terbagi ke dalam 7 kategori. Namun dalam penelitian ini, item-item tersebut dimodifikasi berupa penyederhanaan dan pengurangan item-item yang memiliki kesamaan serta penambahan item terkait penyesuaian terhadap indikator yang telah dikembangkan oleh GRI. Atas modifikasi tersebut, maka indeks pengungkapan sosial yang digunakan berjumlah 72 item yang terbagi ke dalam 8 kategori, yaitu lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, umum dan hak asasi manusia.

Dalam menentukan indeks pengungkapan sosial, digunakan teknik tabulasi untuk setiap perusahaan sampel berdasarkan daftar (*checklist*) pengungkapan sosial. Dalam menentukan skor pengungkapan bersifat dikotomi, dimana sebuah item pengungkapan diberi skor satu jika item tersebut diungkapkan, dan diberi skor nol, jika item tersebut tidak diungkapkan. Adapun rumus indeks pengungkapan sosial adalah

$$\text{Indeks Pengungkapan Sosial} = \frac{\text{Jumlah Item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah Seluruh Item}}$$

3.3.2. Variabel dependen

Variabel dependen (Indriantoro dan Supomo, 1999) merupakan tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lainnya. Adapun variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam mengukur variabel nilai perusahaan adalah skala rasio.

Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's q.

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

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 aktiva

3.3.3. Variabel *moderating*

Variabel *moderating* (Indriantoro dan Supomo, 1999) merupakan tipe variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun variabel *moderating* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *profile* perusahaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam mengukur variabel *profile* perusahaan adalah skala nominal.

Profile perusahaan akan diukur sebagai *dummy variabel*. Nilai 1 akan diberikan untuk perusahaan-perusahaan yang tergolong *industry high profile*, sementara nilai 0 akan diberikan untuk perusahaan-perusahaan yang tergolong *low profile*. Seperti dikutip dalam Utomo (2000), berdasarkan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya (misalnya Patten, 1991; Dierkes dan Preston, 1977; Robert, 1992; Hackston dan Milne, 1996; Choi, 1998), perusahaan yang terklasifikasi dalam kelompok industri *high profile* antara lain perusahaan perminyakan dan pertambangan lainnya, kimia, hutan, kertas, otomotif, penerbangan, agribisnis, tembakau dan rokok, produk makanan dan minuman, media dan komunikasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata. Sedangkan kelompok industri *low profile* terdiri dari bangunan,

keuangan dan perbankan, suplier alat medis, property, *retailer*, tekstil dan produk tekstil, produk personal, dan produk rumah tangga. Namun mengingat krisis yang terjadi pada tahun 2008 silam, industri perbankan pada perkembangannya telah menjadi suatu industri yang cukup disorot oleh publik. Kegagalan yang terjadi dapat berdampak luar biasa bagi stabilitas perekonomian suatu negara. Atas hal tersebutlah, maka penulis merubah klasifikasi industri perbankan sebagai kelompok industri *high profile*.

3.3.4. Variabel kontrol

Dalam penelitian ini akan menggunakan tiga variabel kontrol yang turut mempengaruhi variabel nilai perusahaan. Adapun variabel kontrol ini digunakan berdasarkan penelitian Amirya dan Atmini (2008), yaitu berupa *leverage* dan penelitian Carter, Simkins, dan Simpson (2003), yaitu berupa *Return on Asset dan firm size*. Ketiga variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian menggunakan skala rasio. Adapun pengukuran variabel kontrol tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Leverage*. *Leverage* merupakan hasil dari penggunaan *fixed-cost asset* sebuah perusahaan. Variabel ini diukur dengan membagi total hutang dengan total aktiva.
2. *Return on Asset*. *Return on Asset* merupakan salah satu pengukuran tingkat profitabilitas dari perusahaan Variabel ini diukur dengan membagi laba bersih dengan total aktiva.

3. *Firm size*. *Firm size* menggambarkan seberapa besar sebuah perusahaan. Variabel ini diukur dengan menggunakan logaritma dari nilai buku aktiva perusahaan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data ini meliputi:

1. Laporan tahunan (*annual report*) periode tahun 2009 dan 2010 yang diperoleh melalui *website* Bursa Efek Indonesia maupun *website* perusahaan bersangkutan.
2. Harga saham penutupan yang diperoleh melalui *website yahoo finance*.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan program *SPSS* (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 11.5., sementara nilai *alpha* yang digunakan adalah 5%.

3.5.1. Statistik deskriptif

Menurut Ghozali (2005) statistic deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran suatu data. Adapun statistic deskriptif yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *mean*, standar deviasi, *maximum* dan *minimum*.

3.5.2. Uji normalitas

Uji normalitas data diperlukan untuk melihat apakah data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi dengan normal. Uji normalitas data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik *kolmogorov-smirnov*. Menurut Ghozali (2005) kriteria dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai probabilitas signifikansinya (*Asymp.Sig. (2-tailed)*) lebih besar dari 5% maka data terdistribusi normal.
2. Bila nilai probabilitas signifikansinya (*Asymp.Sig. (2-tailed)*) lebih kecil dari 5% maka data tidak terdistribusi normal.

Sementara uji normalitas juga digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai residu dari regresi mempunyai distribusi yang normal. Uji normalitas pada model regresi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pembuatan grafik *normal probability plot*. Menurut Santoso (2010), kriteria dalam pengujian ini adalah:

1. Bila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Bila data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.5.3. Uji asumsi klasik

3.5.3.1. Uji multikolinieritas

Menurut Ghozali (2005) menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebasnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independenya. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *variance inflation factor (VIF)*. Adapun kriteria yang umum dipakai adalah:

- 1 Nilai *tolerance* lebih kecil dari 0.10 atau nilai *VIF* lebih besar dari 10 maka model regresi mengalami multikolinieritas.
- 2 Nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 atau nilai *VIF* lebih kecil dari 10 maka model regresi tidak mengalami multikolinieritas.

3.5.3.2. Uji autokorelasi

Menurut Ghozali (2005) menyatakan bahwa uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model persamaan regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan adanya masalah autokorelasi. Model regresi yang baik adalah model yang bebas dari autokorelasi. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson (DW test)*. Adapun kriteria yang umum dipakai menurut Santoso (2000) adalah sebagai berikut:

1. Angka D-W lebih kecil dari -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W diantara -2 sampai dengan +2 berarti tidak terdapat autokorelasi.
3. Angka D-W lebih besar dari +2 berarti terdapat autokorelasi negatif.

3.5.3.3. Uji heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2005) menyatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan *scatter plot*. Menurut Santoso (2010), kriteria yang digunakan adalah jika ada pola tertentu pada grafik *scatter plot*, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar lalu menyempit), berarti telah terjadi *heteroskedastisitas*. Namun jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas*.

3.5.4. Uji hipotesis

Metode statistik yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah dengan menggunakan *multiple regression analysis*. Adapun model persamaan linear berganda yang digunakan untuk model penelitian yang kedua adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_1 X_2 + b_4X_3 + b_5X_4 + b_6X_5 + e$$

Di mana : Y = Nilai Perusahaan

a = Nilai Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅, b₆ = koefisien regresi linear

X₁ = Praktik Pengungkapan Sosial

X₂ = *Profile* Perusahaan

X₁ X₂ = Interaksi antara Praktik Pengungkapan Sosial dengan
Profile Perusahaan

X₃ = *leverage*

X₄ = *Return on Asset*

X₅ = *Firm Size*

e = *Error*

3.5.4.1. Koefisien determinasi dan koefisien korelasi

Menurut Ghozali (2005), koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *adjusted R²* memiliki *range* antara nol dan satu. Nilai *adjusted R²* mendekati nol berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sementara nilai *adjusted R²* yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Menurut Ghozali (2005), analisis korelasi bertujuan untuk mengukur kekuatan asosiasi atau hubungan linear di antara variabel-variabel yang terdapat dalam model. Menurut Santoso (2010), ukuran yang digunakan untuk menentukan kuat lemahnya hubungan antar variabel adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai $R < 0.5$, maka hubungan lemah
2. Jika nilai $R = 0.5$, maka hubungan sedang
3. Jika nilai $R > 0.5$, maka hubungan kuat

3.5.4.2. Uji signifikansi simultan (uji statistik F)

Menurut Ghozali (2005), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun

keputusan yang digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan didasari oleh kriteria sebagai berikut:

1. Bila tingkat signifikansi lebih besar dari 5% maka tidak ada pengaruh yang signifikan.
2. Bila tingkat signifikansi lebih kecil sama dengan 5% maka ada pengaruh yang signifikan

3.5.4.3. Uji signifikansi parameter individual (uji statistik T)

Ghozali (2005) menyatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Keputusan yang digunakan dalam menerima atau tidak berhasil menerima H_a didasari pada kriteria di bawah ini:

1. Bila tingkat signifikansi lebih besar dari 5% maka H_a gagal diterima.
2. Bila tingkat signifikansi lebih kecil sama dengan 5% maka H_a diterima.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adapun sampel yang digunakan dalam penelitian ini, dipilih dengan menggunakan metode *proportionate stratified random sampling*, sementara jumlah sampel yang diambil berdasarkan rumus *slovin* (Sarjono dan Julianita, 2011).

Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejumlah 82 perusahaan. Berikut ini adalah perhitungan terkait:

$$n = \frac{N}{N.e^{+1}}$$

$$n = \frac{435}{435.10\%^{+1}}$$

$$n = 81,30841$$

Tabel 4.1

Proses Penentuan Sampel

Deskripsi		Profile	Populasi	Sampel	Tahun	Jumlah Data
Sektor	Subsektor					
Agrikultur	Semua	<i>high</i>	17	3		
Aneka Industri	Otomotif dan Komponennya	<i>high</i>	14	3		
Aneka Industri	Lainnya	<i>low</i>	34	6		
Industri Barang Konsumsi	Farmasi, Rokok, Makanan dan Minuman	<i>high</i>	26	5		
Industri Barang Konsumsi	Lainnya	<i>low</i>	7	1		
Industri Dasar dan Kimia	Kimia dan Kertas	<i>high</i>	18	3		
Industri Dasar dan Kimia	Lainnya	<i>low</i>	40	8		
Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	Telekomunikasi, Transportasi, dan Energi	<i>high</i>	28	5		
Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	Lainnya	<i>high</i>	9	2		
Keuangan	Bank	<i>high</i>	31	6		
Keuangan	Lainnya	<i>low</i>	42	8		
Pertambangan	Semua	<i>high</i>	30	6		
Properti dan Real Estate	Semua	<i>low</i>	50	9		
Perdagangan, Jasa, dan Investasi	<i>Advertising, Printing & Media, Restoran Hotel & Pariwisata</i>	<i>high</i>	30	6		
Perdagangan, Jasa, dan Investasi	Lainnya	<i>low</i>	59	11		
Total			435	82	2	164
Data yang di-outlier						(18)
Data yang digunakan						146

Tabel di atas menunjukkan jumlah populasi dan sampel pada masing-masing stratifikasi yang telah dipisahkan berdasarkan *profile* yang ada. Dari keseluruhan populasi sejumlah 435 perusahaan telah terpilih secara acak 82 sampel perusahaan secara proporsional per masing-masing stratifikasi. Dari 82 sampel perusahaan yang terpilih 37 perusahaan termasuk dalam kategori *high profile* sementara 45 perusahaan termasuk dalam kategori *low profile*. Karena tahun penelitian yang digunakan adalah 2 tahun, maka dari 82 perusahaan akan diperoleh sebanyak 164 data. Kemudian dari 164 data yang ada, ter-*outlier* sejumlah 18 data, sehingga data yang digunakan adalah sebanyak 146 data.

4.2. Statistik Deskriptif

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Berikut ini adalah karakteristik dari sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 4.2

Hasil Statistik Deskriptif

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	0,22	30,97	1,5009	2,70543
Indeks Pengungkapan Sosial	0,03	0,67	0,3087	0,14798
<i>Profile</i>	0,00	1,00		
<i>Moderating Variable</i> (interaksi <i>profile</i> dengan <i>indeks pengungkapan sosial</i>)	0,00	0,67	0,1740	0,20830
<i>Leverage</i>	0,01	2,98	0,5293	0,35831
<i>Return on Assets</i>	-0,24	0,39	0,0633	0,09037
<i>Firm Size</i>	3,49	8,65	6,3632	0,90629

Pada tabel di atas, diperoleh hasil bahwa variabel nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 1,5009, dengan simpangan baku sebesar 2,70543, nilai terendah sebesar 0,22 dan nilai tertinggi sebesar 30,97. Untuk variabel indeks pengungkapan sosial memiliki nilai rata-rata 30,87%, dengan simpangan baku sebesar 0,14798, nilai terendah sebesar 3%, dan nilai tertinggi sebesar 67%. Sementara untuk variabel *profile* merupakan variabel *dummy*, sehingga hanya memiliki dua nilai, yaitu satu dan nol. Untuk *moderating variable* yang merupakan interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 0,1714, dengan simpangan baku sebesar 0,20830, nilai terendah sebesar 0,00 dan nilai tertinggi sebesar 0,67.

Selanjutnya untuk variabel kontrol berupa *leverage* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,5293 dengan simpangan baku sebesar 0,35831, nilai terendah sebesar 0,01 dan nilai tertinggi sebesar 2,98. Variabel *return on asset* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,0633 dengan simpangan baku sebesar 0,09037, nilai terendah sebesar -0,24 dan nilai tertinggi sebesar 0,39. Sementara variabel *firm size* memiliki nilai rata-rata sebesar 6,3632 dengan simpangan baku sebesar 0,90629, nilai terendah sebesar 3,49 dan nilai tertinggi sebesar 8,65.

4.3. Uji Normalitas

Tabel 4.3

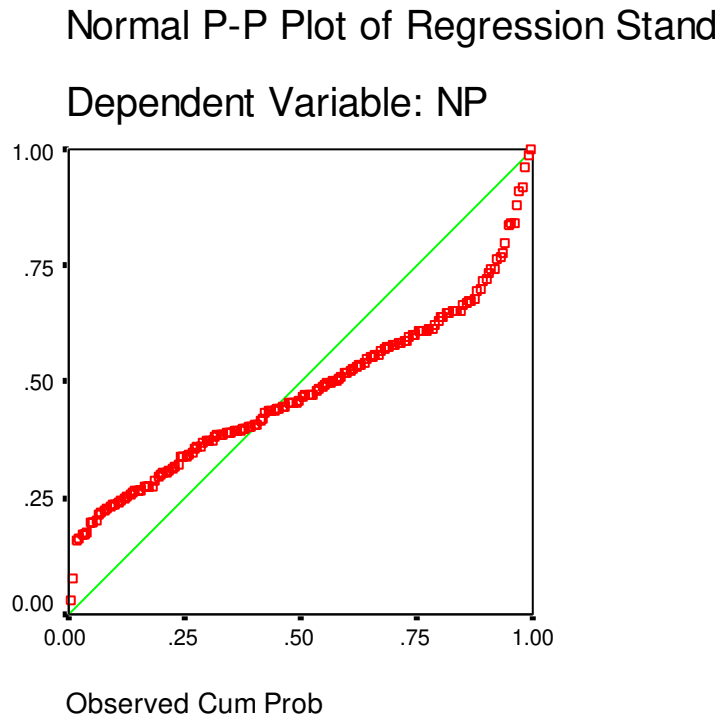
Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>
Nilai Perusahaan	0,000
Indeks Pengungkapan Sosial	0,056
<i>Profile</i>	0,000
<i>Moderating Variable</i> (interaksi antara <i>profile</i> dengan indeks penguungkapan sosial)	0,000
<i>Leverage</i>	0,019
<i>Return on Assets</i>	0,001
<i>Firm size</i>	0,877

Dari hasil uji normalitas data yang dilakukan menunjukkan bahwa hanya variabel indeks pengungkapan sosial dan *firm size* yang terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* masing-masing sebesar 0,056 dan 0,877 lebih besar dari 0,05. Sementara untuk variabel nilai perusahaan, *profile*, *moderating variabel* (interaksi antara *profile* dan indeks pengungkapan sosial), *leverage*, dan *return on assets* tidak terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* masing-masing variabel sebesar 0,000; 0,000; 0,000; 0,019; dan 0,001 lebih kecil dari 0,05.

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas pada Model Regresi



Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap model regresi, terlihat bahwa model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas karena data menyebar jauh dari garis diagonal. Hasil ini konsisten dengan hasil uji normalitas data yang juga mengindikasikan jika banyak variabel yang tidak terdistribusi normal.

Untuk mengatasi hal tersebut, maka dilakukanlah *outlier* data. Namun untuk variabel nilai perusahaan dilakukan pula transformasi data dengan fungsi logaritma. Berikut ini adalah hasil uji normalitas data dan uji normalitas terhadap model regresi setelah dilakukan transformasi data dan *outlier* data.

Tabel 4.4**Hasil Uji Normalitas Data setelah *Outlier* Data**

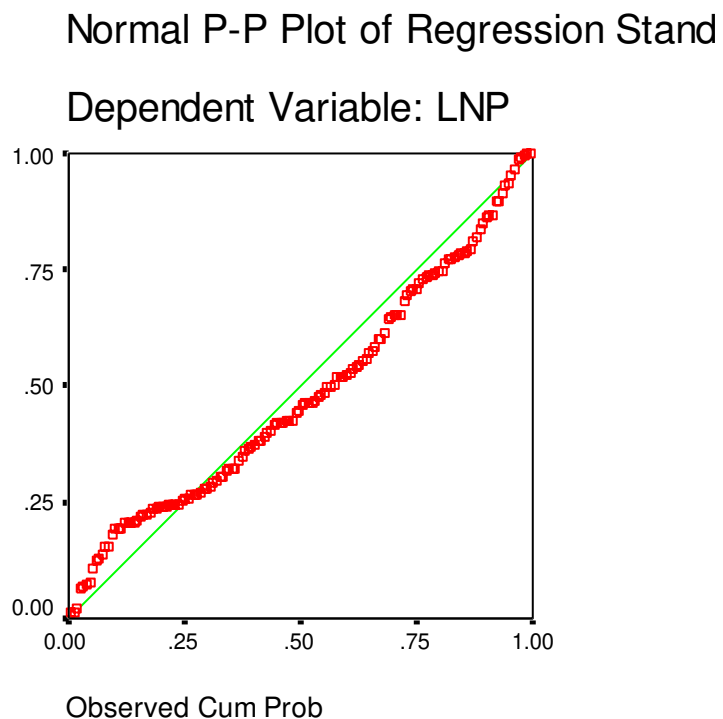
Variabel	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>
Nilai Perusahaan	0,064
Indeks Pengungkapan Sosial	0,097
<i>Profile</i>	0,000
<i>Moderating Variable</i> (interaksi antara <i>profile</i> dengan indeks penguungkapan sosial)	0,000
<i>Leverage</i>	0,178
<i>Return on Assets</i>	0,002
<i>Firm size</i>	0,743

Setelah dilakukan transformasi data dan *outlier* data, maka hasil uji normalitas data menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan, indeks pengungkapan sosial, *leverage*, dan juga *firm size* telah terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* masing-masing variabel, yaitu 0,064; 0,097; 0,178; dan 0,743 lebih besar dari 0,5. Namun untuk variabel *profile*, *moderating variable* (interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial), serta *return on assets* tetap tidak terdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* masing-masing variabel, yaitu 0,000; 0,000; dan 0,002 masih lebih kecil dari 0,05. Untuk variabel *profile* dan *moderating variabel* (interaksi antara *profile* dan indeks pengungkapan sosial) tidak terdistribusi normal dikarenakan variabel *profile* merupakan variabel *dummy* yang hanya memiliki dua nilai, yaitu nol dan

satu. Sementara untuk *return on assets*, peneliti sudah mencoba untuk melakukan melakukan *outlier* data, namun sulit untuk membuat variabel ini terdistribusi normal walau telah banyak data yang di-*outlier*. Atas dasar hal tersebut, peneliti memutuskan untuk tidak melakukan *outlier* data pada variabel *return on assets*.

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas pada Model Regresi Setelah *Outlier* Data



Grafik di atas menunjukkan bahwa bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5

Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
Indeks Pengungkapan Sosial	0,434	2,305
Profile	0,106	9,425
Moderating Variable (interaksi antara <i>profile</i> dengan indeks pengungkapan sosial)	0,087	11,557
<i>Leverage</i>	0,849	1,178
<i>Return on Asset</i>	0,888	1,126
<i>Firm Size</i>	0,530	1,886

Pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa dalam model regresi, variabel indeks pengungkapan sosial dan variabel profile masing-masing memiliki nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga kedua variabel tersebut tidak mengalami masalah multikolinieritas, namun untuk *moderating variable* (interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) mengalami masalah multikolinieritas karena nilai *tolerance* <0,1 dan nilai VIF > 10. Masalah ini dapat

terjadi karena variabel ini memang merupakan variabel interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial sehingga korelasi di antara variabel independen tidak dapat dihindarkan. Selanjutnya untuk semua variabel kontrol, yaitu variabel *leverage*, *return on assets* dan *firm size* tidak mengalami masalah multikolinearitas karena masing-masing variabel memiliki nilai *tolerance* >0,1 dan nilai VIF < 10.

4.4.2. Uji autokorelasi

Tabel 4.6

Hasil Uji Autokorelasi

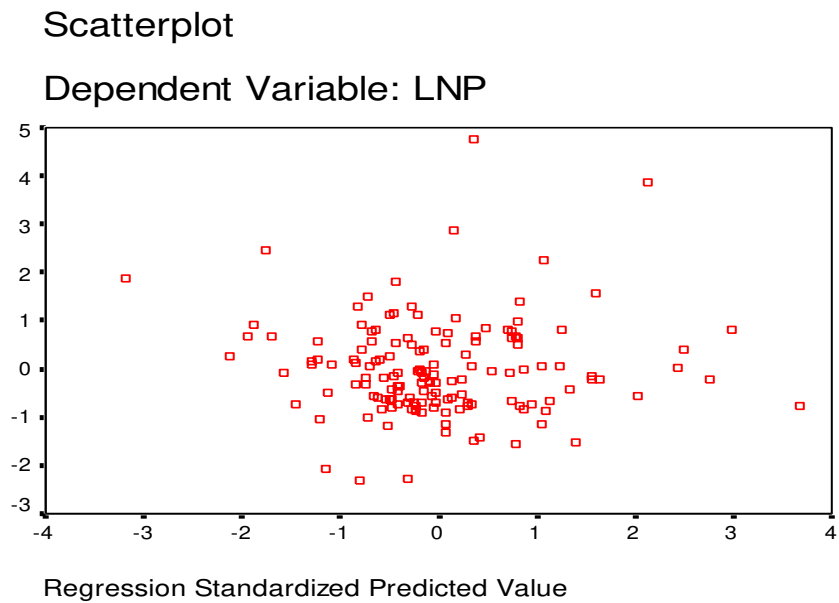
	<i>Durbin-Watson</i>
Model regresi	1,960

Pada tabel di atas diperoleh hasil bahwa dalam model regresi ini, angka *durbin-watson* yang diperoleh adalah sebesar 1,960, dimana angka tersebut berada di antara -2 sampai +2, sehingga pada model regresi ini tidak terjadi masalah autokorelasi.

4.4.3. Uji heteroskedastisitas

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada grafik di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

4.5. Uji Hipotesis

Tabel 4.7

Hasil *Multiple Regression Analysis*

	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	B	<i>Std. Error</i>
<i>(Constant)</i>	-0,242	0,122
Indeks Pengungkapan Sosial	0,400	0,157
<i>Profile</i>	0,086	0,091
<i>Moderating variable</i> (Interaksi antara <i>profile</i> dengan indeks pengungkapan sosial)	-0,086	0,255
<i>Leverage</i>	-0,037	0,051
<i>Return on Assets</i>	1,993	0,221
<i>Firm Size</i>	-0,009	0,023

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Log Nilai Perusahaan} = -0,242 + 0,400\text{CSR} + 0,086\text{PRO} - 0,086\text{MOD} - 0,037\text{LEV} + 1,993\text{ROA} - 0,009 \text{FZ}$$

Dari model tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Bila seluruh variabel independen (indeks pengungkapan sosial, *profile* dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan variabel kontrol (*leverage*, *return on assets*, dan *firm size*) sama dengan nol, maka variabel log nilai perusahaan akan bernilai -0,242.

2. Bila variabel indeks pengungkapan sosial naik sebesar 1 satuan, sementara semua variabel independen lainnya (*profile* dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan semua variabel kontrol (*leverage*, *return on assets*, dan *firm size*) adalah tetap, maka variabel dependen berupa Log nilai perusahaan akan naik sebesar 0,400 satuan
3. Bila variabel *profile* sama dengan nol atau *low profile* maka:

$$\text{Log nilai perusahaan} = -0,242 + 0,400\text{CSR} + 0,086(0) - 0,086\text{MOD} - 0,037\text{LEV} + 1,993\text{ROA} - 0,009 \text{FZ}$$

$$\text{Log nilai perusahaan} = -0,242 + 0,400\text{CSR} - 0,086\text{MOD} - 0,037\text{LEV} + 1,993\text{ROA} - 0,009 \text{FZ}$$
4. Bila variabel *profile* sama dengan 1 atau *High profile* maka:

$$\text{Log nilai perusahaan} = -0,242 + 0,400\text{CSR} + 0,086(1) - 0,086\text{MOD} - 0,037\text{LEV} + 1,993\text{ROA} - 0,009 \text{FZ}$$

$$\text{Log nilai perusahaan} = -0,156 + 0,400\text{CSR} - 0,086\text{MOD} - 0,037\text{LEV} + 1,993\text{ROA} - 0,009 \text{FZ}$$
5. Bila *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial naik sebesar 1 satuan, sementara semua variabel independen lainnya (indeks pengungkapan sosial dan *profile*) dan semua variabel kontrol (*leverage*, *return on assets*, dan *firm size*) adalah tetap, maka variabel dependen berupa Log nilai perusahaan akan turun sebesar 0,086 satuan

6. Bila variabel kontrol berupa *leverage* naik sebesar 1 satuan, sementara semua variabel independen (indeks pengungkapan sosial, *profile* dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan semua variabel kontrol lainnya (*return on assets*, dan *firm size*) adalah tetap, maka variabel dependen berupa Log nilai perusahaan akan turun sebesar 0,037 satuan
7. Bila variabel kontrol berupa *return on asset* naik sebesar 1 satuan, sementara semua variabel independen (indeks pengungkapan sosial, *profile* dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan semua variabel kontrol lainnya (*leverage*, dan *firm size*) adalah tetap, maka variabel dependen berupa Log nilai perusahaan akan naik sebesar 1,993 satuan
8. Bila variabel kontrol berupa *firm size* naik sebesar 1 satuan, sementara semua variabel independen (indeks pengungkapan sosial, *profile* dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan semua variabel kontrol lainnya (*return on assets*, dan *leverage*) adalah tetap, maka variabel dependen berupa Log nilai perusahaan akan turun sebesar 0,009 satuan

4.5.1. Uji koefisien determinasi dan koefisien korelasi

Berikut ini adalah hasil dari uji koefisien determinasi dan koefisien korelasi:

Tabel 4.8

Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,694	0,481	0,459	0,17737

Dari tabel di atas diperoleh nilai *adjusted R square* sebesar 0,481 (48,1%). Hal ini berarti bahwa besarnya variasi variabel dependen berupa log nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen (indeks pengungkapan sosial, *profile*, dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan variabel kontrol (*leverage*, *return on assets*, dan *firm size*) adalah sebesar 48,1%, sedangkan sisanya sebesar 51,9% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Pada tabel tersebut juga dapat diperoleh nilai R sebesar 0,694 > 0,500. Dan hal ini berarti bahwa hubungan di antara variabel-variabel yang ada di dalam persamaan (variabel log nilai perusahaan, indeks pengungkapan sosial, *profile*, *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial, *leverage*, *return on assets*, dan *firm size*) adalah kuat.

4.5.2. Uji signifikansi simultan (uji statistik F)

Tabel 4.9

Hasil Uji Statistik F

Model		<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	4.060	6	0,677	21,510	0,000
	<i>Residual</i>	4.373	139	0,031		
	Total	8.433	145			

Dari tabel di atas diperoleh nilai $\text{Sig} = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel independen (indeks pengungkapan sosial, *profile*, dan *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial) dan variabel kontrol (*leverage*, *return on assets*, dan *firm size*) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen berupa variabel log nilai perusahaan.

4.5.3. Uji signifikansi parameter individual (uji statistik T)

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil uji signifikansi parameter individual atas model penelitian yang digunakan:

Tabel 4.10

Hasil Uji Statistik T

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-1,992	0,048
	Indeks Pengungkapan Sosial	2,554	0,012
	<i>Profile</i>	0,941	0,348
	<i>Moderating Variable</i> -interaksi antara <i>profile</i> dengan indeks pengungkapan sosial	-0,335	0,738

Berdasarkan tabel di atas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Untuk variabel indeks pengungkapan sosial diperoleh nilai $\text{Sig} = 0,012 < \alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis alternatif pertama berhasil didukung, dengan demikian praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuhroh

dan Sukmawati (2003), dan Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008), Fiori (2007), Sayekti dan Wondabio (2007), Hidayati dan Murni (2009), Hall dan Rieck (1998), Handoko (2011), Kartadjudjuma, et al (2011), Jo, et al (2011), Arafat, et al (2012), dan Wibowo (2012). Namun penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian dari Nurlala dan Islahuddin (2008), dan Videen (2010). Dengan hasil ini maka suatu paradigma baru yang diungkapkan oleh Rachman, et al (2011) yang menyatakan bahwa terdapat integrasi dimensi sosial dalam strategi bisnis dimana terdapat suatu hubungan yang tak terelakkan antara dunia usaha dan masyarakat adalah sesuatu yang nyata dan terbukti keberadaannya. Setiap perusahaan yang melaksanakan aksi sosial dan kemudian diungkapkan melalui laporan tahunan perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dan hal ini terbukti dari hasil penelitian ini yang menemukan bukti empiris bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif praktik pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya praktik pengungkapan sosial ini terbukti memberikan suatu nilai tambah tersendiri bagi perusahaan. Selain itu, hasil ini juga akan memberikan suatu pandangan tersendiri bahwa aksi sosial yang dilakukan oleh perusahaan bukanlah merupakan sebuah biaya yang dapat membebani perusahaan. Aksi sosial yang dilakukan perusahaan justru merupakan investasi yang berharga bagi perusahaan dan dapat memberikan nilai tambah dan kebaikan bagi perusahaan itu sendiri dan hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Lako (2011) yang menyatakan bahwa aksi sosial

merupakan kebutuhan hakiki yang dalam perspektif jangka panjang akan memberikan manfaat tersendiri bagi perusahaan yang menjalankannya.

2. Untuk variabel *profile* diperoleh nilai $\text{Sig} = 0,348 > \alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis alternatif kedua tidak berhasil didukung, dengan demikian *profile* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk *moderating variable*-interaksi antara *profile* dengan indeks pengungkapan sosial diperoleh nilai $\text{Sig} = 0,738 > \alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa hipotesis alternatif kedua tidak berhasil didukung, dengan demikian maka *profile* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

Pada hipotesis yang kedua dan ketiga, peneliti memperoleh hasil bahwa hipotesis alternatif tidak berhasil didukung. Kondisi ini mengindikasikan bahwa *profile* perusahaan sudah bukan lagi faktor yang mempengaruhi luasnya pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga *profile* perusahaan gagal mempengaruhi hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Adapun hal yang mungkin melatarbelakanginya adalah munculnya kesadaran dari perusahaan-perusahaan yang ada untuk melakukan pengungkapan sosial yang lebih memadai tanpa memandang *profile* industrinya, sehingga hasil ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2000), Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008), Anggraini (2006), dan Sembiring (2005).

Peneliti berpandangan bahwa telah terjadi pergeseran sudut pandang terutama bagi perusahaan-perusahaan yang telah *go public*. Perusahaan-perusahaan yang telah *go public*, karena sahamnya telah diperdagangkan secara umum, maka segala tindakan yang dilakukannya telah menjadi transparan dan dapat berdampak pada harga saham dari perusahaan yang bersangkutan dan hal ini sejalan dengan tujuan umum perusahaan yang berusaha untuk memaksimalkan kesejahteraan dari pemegang sahamnya melalui peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan yang telah *go public* cenderung untuk membuat berbagai pengungkapan yang lebih memadai agar nilai perusahaannya terus meningkat tanpa memandang *profile* industrinya.

Berikut ini akan disajikan data mengenai indeks pengungkapan sosial yang telah berhasil diolah oleh peneliti berdasarkan jenis industrinya.

Tabel 4.11

Indeks Pengungkapan Sosial Berdasarkan Sektor dan *Profile*

Deskripsi		Profile	Indeks	
Sektor	Subsektor		2009	2010
Agrikultur	Semua	<i>high</i>	0.43	0.44
Aneka Industri	Otomotif dan Komponennya	<i>high</i>	0.38	0.40
Industri Barang Konsumsi	Farmasi, Rokok, Makanan dan Minuman	<i>high</i>	0.33	0.38
Industri Dasar dan Kimia	Kimia dan Kertas	<i>high</i>	0.42	0.41
Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	Telekomunikasi, Transportasi, dan Energi	<i>high</i>	0.28	0.32
Keuangan	Bank	<i>high</i>	0.36	0.36
Pertambangan	Semua	<i>high</i>	0.53	0.57
Perdagangan, Jasa, dan Investasi	<i>Advertising, Printing & Media,</i> <i>Restoran Hotel & Pariwisata</i>	<i>high</i>	0.30	0.31
Rata-rata			0.37	0.40
Aneka Industri	Lainnya	<i>low</i>	0.14	0.19
Industri Barang Konsumsi	Lainnya	<i>low</i>	0.25	0.25
Industri Dasar dan Kimia	Lainnya	<i>low</i>	0.27	0.28
Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi	Lainnya	<i>low</i>	0.44	0.47
Keuangan	Lainnya	<i>low</i>	0.14	0.16
Properti dan Real Estate	Semua	<i>low</i>	0.27	0.29
Perdagangan, Jasa, dan Investasi	Lainnya	<i>low</i>	0.29	0.28
Rata-rata			0.24	0.26

Pada tabel di atas, terlihat bahwa sektor industri yang tergolong *high profile* yang memiliki indeks pengungkapan sosial tertinggi adalah perusahaan pertambangan. Hal ini tentu sejalan dengan berbagai kajian teoritis yang ada, dimana perusahaan pertambangan ini memiliki dampak operasi yang paling signifikan terhadap keseimbangan alam maupun kehidupan masyarakat sekitar sehingga pengungkapan sosial sangat diperlukan bagi perusahaan pertambangan.

Rata-rata indeks pengungkapan sosial dari perusahaan yang bergolongan *high profile* adalah 37% untuk tahun 2009 dan meningkat menjadi 40% pada tahun 2010. Hal ini juga terjadi pada perusahaan yang bergolongan *low profile* dimana pada tahun 2009 diperoleh rata-rata indeks pengungkapan sosial sebesar 24% dan meningkat menjadi 26% pada tahun 2010. Hal ini menandakan bahwa kesadaran dari perusahaan-perusahaan yang sudah *go public* untuk melakukan pengungkapan sosial yang lebih memadai terus meningkat dan hal ini terjadi tanpa memandang *profile* industri yang ada. Jika dilihat perbedaan indeks pengungkapan sosial yang adapun tidak terpaut jauh antara perusahaan golongan *high profile* maupun *low profile*. Hal inilah yang membuat hipotesis alternatif yang kedua dan ketiga akhirnya gagal untuk didukung. Atas hal tersebut, peneliti berpandangan bahwa perusahaan yang telah *go public* dengan sendirinya menempatkan mereka sebagai perusahaan yang tergolong *high profile* tanpa memandang sektor industri dari perusahaan tersebut (walaupun sebenarnya sektor industri tetap memberikan perbedaan terhadap indeks pengungkapan sosial yang dilakukannya) dan hal ini terkait dengan visibilitas mereka di mata publik karena saham perusahaan diperjualbelikan di bursa saham. Berbagai informasi yang

diungkapkan oleh perusahaan *go public* akan berpengaruh terhadap harga saham yang diperdagangkan di bursa saham.

Berikut ini disajikan pula hasil uji statistik T untuk variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian

Tabel 4.12

Hasil Uji Statistik T terhadap Variabel Kontrol

Model		T	Sig.
1	<i>Leverage</i>	-0,722	0,472
	<i>Return on Assets</i>	9,013	0,000
	<i>Firm Size</i>	-0.414	0,680

Berdasarkan tabel di atas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Untuk variabel *leverage* diperoleh nilai Sig = 0,472 > $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti *leverage* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk variabel *return on assets* diperoleh nilai Sig = 0,000 < $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti *return on assets* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk variabel *firm size* diperoleh nilai Sig = 0,680 > $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti *firm size* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis terhadap perbedaan praktik pengungkapan sosial pada perusahaan golongan *high profile* dengan *low profile* serta pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis alternatif yang pertama berhasil didukung, yang berarti bahwa praktik pengungkapan sosial yang dilakukan oleh perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil ini maka suatu paradigma baru yang diungkapkan oleh Rachman et al (2011) yang menyatakan bahwa terdapat integrasi dimensi sosial dalam strategi bisnis dimana terdapat suatu hubungan yang tak terelakkan antara dunia usaha dan masyarakat adalah sesuatu yang nyata dan terbukti keberadaannya. Setiap perusahaan yang melaksanakan aksi sosial dan kemudian diungkapkan melalui laporan tahunan perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Selain itu, hasil ini juga akan memberikan suatu pandangan tersendiri bahwa aksi sosial yang dilakukan oleh perusahaan bukanlah merupakan sebuah biaya yang dapat membebani perusahaan. Aksi sosial yang dilakukan perusahaan justru merupakan investasi yang berharga bagi perusahaan dan dapat memberikan nilai tambah dan kebaikan bagi perusahaan itu sendiri. dan hal ini senada dengan yang diungkapkan oleh Lako (2011) yang menyatakan bahwa

aksi sosial merupakan kebutuhan hakiki yang dalam perspektif jangka panjang akan memberikan manfaat tersendiri bagi perusahaan yang menjalankannya.

2. Hipotesis alternatif yang kedua tidak berhasil didukung, yang berarti bahwa *profile* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Hipotesis alternatif yang ketiga juga tidak berhasil didukung, yang berarti bahwa *profile* perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.
4. Kondisi ini mengindikasikan bahwa *profile* perusahaan sudah bukan lagi faktor yang mempengaruhi luasnya pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga *profile* perusahaan gagal mempengaruhi hubungan antara praktik pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Atas hal tersebut, peneliti berpandangan bahwa perusahaan yang telah *go public* dengan sendirinya menempatkan mereka sebagai perusahaan yang tergolong *high profile* tanpa memandang sektor industri dari perusahaan tersebut (walaupun sebenarnya sektor industri tetap memberikan perbedaan terhadap indeks pengungkapan sosial yang dilakukannya) dan hal ini terkait dengan visibilitas mereka di mata publik karena saham perusahaan diperjualbelikan di bursa saham. Berbagai informasi yang diungkapkan oleh perusahaan *go public* akan berpengaruh terhadap harga saham yang diperdagangkan di bursa saham.

5.2. Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini akan memberikan implikasi sebagai berikut:

1. Dengan diperoleh hasil bahwa praktik pengungkapan sosial dapat mempengaruhi nilai perusahaan, maka diharapkan di masa mendatang praktik pengungkapan sosial ini dapat semakin meningkat sehingga perusahaan-perusahaan yang ada akan menjadi semakin sosial yang pada akhirnya dapat berdampak pada keseimbangan alam dan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat pada umumnya.
2. Hasil ini juga memberikan suatu bukti empiris bahwa aksi sosial yang dilakukan oleh perusahaan dan kemudian diungkapkan melalui laporan tahunannya akan memberikan nilai tambah dan kebaikan bagi perusahaan yang bersangkutan, sehingga aksi sosial yang dilakukan tersebut tidak dapat dianggap sebagai biaya yang membebani perusahaan, tetapi harus dianggap sebagai investasi jangka panjang bagi perusahaan yang bersangkutan

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini mengandung beberapa keterbatasan sebagai berikut:

1. Adanya unsur subjektivitas dan ketidakkonsistenan di dalam menyusun indeks pengungkapan sosial yang ada. Hal ini mengingat interpretasi sebuah kalimat bisa dipersepsikan berbeda oleh orang lainnya, selain itu keterbatasan waktu yang dimiliki peneliti membuat waktu yang diperlukan untuk mengolah indeks pengungkapan sosial ini menjadi tidak berkesinambungan sehingga bisa terjadi suatu pernyataan dapat dianggap memenuhi suatu item pengungkapan

di kesempatan sebelumnya, namun menjadi tidak memenuhi di kesempatan setelahnya.

2. Hasil penelitian ini hanya mencakup perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisir untuk perusahaan pada umumnya yang jumlahnya malah jauh lebih banyak.

5.4. Rekomendasi

Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya:

1. Peneliti selanjutnya harus membuat rumusan dan batasan-batasan yang lebih tegas terkait item pengungkapan yang bersifat implisit atau dapat pula meminta pendapat dan melakukan diskusi dengan pihak lain terkait pengungkapan yang bersifat implisit agar diperoleh objektivitas yang lebih baik. Selain itu, peneliti selanjutnya perlu meluangkan waktu secara berkesinambungan dan waktu yang lebih banyak agar dapat diperoleh indeks pengungkapan yang lebih akurat dan konsisten.
2. Peneliti selanjutnya dapat meneliti praktik pengungkapan sosial pada perusahaan secara umum agar dapat dilakukan generalisasi yang memadai atas dampak praktik pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Amirya, M., dan S. Atmini, "Determinan Tingkat Hutang Serta Hubungan Tingkat Hutang Terhadap Nilai Perusahaan: Perspektif *Pecking Order Theory*", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Indonesia, 2008.
- Anggraini, F.R.R., "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)", *Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, 2006.
- Arafat, M.Y., R.R. Septian, A. Warokka, dan H.H. Abdullah, "*The Triple Bottom Line Effect on Emerging Market Companies: a Test of Corporate Social Responsibility and Firm Value Relationship*". *Journal of Southeast Asian Research*, 2012
- Carter, D.A., B.J. Simpkins, W.G. Simpson, "*Corporate Governance, Board Diversity, and Firm Value*", *The Financial Review*, 2003.
- Fiori, G., F. di Donato, dan M.F. Izzo, "*Corporate Social Responsibility and Stock Prices. An Analysis on Italian Listed Companies*", *SSRN*, 2007.
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2005.
- Hall, Pamela L., dan Robin Rieck, "*The Effect of Positive Corporate Social Actions on Shareholder Wealth*", *Journal of Financial and Strategic Decisions*, Vol.11, No. 2, 1998.
- Handoko, Yuanita, "*Effect on Value of Financial Performance Company with Corporate Social Responsibility Disclosure and a Corporate Governance as Moderating Variable*", *Thesis*, Gunadarma University, 2011.
- Harahap, Sofyan Syafri, *Teori Akuntansi*, Edisi Revisi, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Hidayati, N.N, dan Sri Murni, "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Response Coefficient* pada Perusahaan *High Profile*", *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 1, 2009.
- Horie, S., S.Y. Kim, "*Principles Maximizing Enterprise Value Expected by Institutional Investors- Engagement Activities and Issues Facing Japanese Companies*", *Nomura Research Institute Paper*, No. 148, 2009

- Ikatan Akuntan Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta, 2004.
- Indriantoro, N., B. Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen*, BPPE-Yogyakarta, Yogyakarta, 2002.
- Jo, H., dan Maretno A.H., “*Corporate Governance and Firm Value: the Impact of Corporate Social Responsibility*”, *Journal of Business Ethics*, 2011
- Kartadjumena, E., Dudi Abdul Hadi, dan Novan Budiana, “*The Relationship of Profit and Corporate Social Responsibility Disclosure. Survey on Manufacture Industry in Indonesia*”. 2nd International conference on Business and Economic Research, 2011
- Kieso, D.E., J.J. Weygandt, dan T.D. Warfield, *Intermediate Accounting*, Ed. 12th, John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd, 2007.
- Lako, Andreas, *Dekonstruksi CSR & Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*, Erlangga, Jakarta, 2011.
- Maksum, A., dan A. Kholis, “Analisis Tentang Pentingnya Tanggung Jawab dan Akuntansi Sosial Perusahaan (Corporate Responsibility and Social Accounting): Studi Empiris di Kota Medan”, *Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya, 2003.
- Nurlela, dan Islahuddin,” Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak, 2008
- Nuryaman, “Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan, Ukuran Perusahaan, dan Mekanisme *Corporate Governance* terhadap Pengungkapan Sukarela”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol.6, No. 1, Indonesia, 2009.
- Rachman, N.M., Efendi, A., dan Wicaksana, E., *Panduan Lengkap Perencanaan Corporate Social Responsibility*, Penebar Swadaya, Jakarta, 2011.
- Santoso, Singgih, *Aplikasi SPSS pada Statistik Multivariat*, Elek Media Komputindo, Jakarta, 2012.
- Santoso, Singgih, *Statistik Parametrik – Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Elek Media Komputindo, Jakarta, 2010.
- Sayekti, Yosefa, dan L.S. Wondabio, “Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*: Suatu Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta”, *Simposium Nasional Akuntansi X*, Makasar, 2007.

- Sembiring, E.R., “Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta”, *Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo, 2005.
- Sueb, H. Memed, “Pengaruh Biaya Sosial Terhadap Kinerja Sosial, Keuangan Perusahaan Terbuka di Indonesia”, *Simposium Nasional Akuntansi IV*, Indonesia, 2001
- Utomo, Muhammad Muslim, “Praktek Pengungkapan Sosial Pada Laporan Tahunan Perusahaan di Indonesia”, *Simposium Nasional Akuntansi III*, Jakarta, 2000
- Videen, Gregory, “*Effects of Green Business on Firm Value*”, *The Michigan Journal of Business*, 2010.
- Wibowo, A.J., “*Interaction between Corporate Social Responsibility Disclosure and Profitability of Indonesia Firms*”, *UMT 11th International Annual Symposium on Sustainability Science and Management*, Malaysia, 2012
- Yuliana, R., B. Purnomosidhi, dan E.G. Sukoharsono, “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor”, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, Vol. 5, No. 2, Indonesia, 2008.
- Zuhroh, D., dan I Putu Pande Heri Sukmawati, “Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Sosial Dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor”, *Simposium Nasional Akuntansi VI*, Surabaya, 2003

www.finance.yahoo.com

www.globalreporting.org

SAMPEL PERUSAHAAN

NO	KODE	NAMA EMITEN
1	AALI	PT ASTRA AGRO LESTARI, TBK
2	ABBA	PT MAHAKA MEDIA, TBK
3	ABDA	PT ASURANSI BINA DANA ARTA, TBK
4	ACES	PT ACE HARDWARE INDONESIA, TBK
5	ADHI	PT ADHI KARYA (PERSERO), TBK
6	ADRO	PT ADARO ENERGY, TBK
7	AKRA	PT AKR CORPORINDO, TBK
8	AKSI	PT MAJAPAHIT SECURITIES, TBK
9	ANTM	PERUSAHAAN PERSEROAN (PERSERO) PT ANEKA TAMBANG, TBK
10	APIC	PT PACIFIC STRATEGIC FINANCIAL, TBK
11	ASBI	PT ASURANSI BINTANG, TBK
12	ASGR	PT ASTRA GRAPHIA, TBK
13	ASRI	PT ALAM SUTERA REALTY, TBK
14	AUTO	PT ASTRA OTOPARTS, TBK
15	BABP	PT BANK ICB BUMIPUTERA, TBK
16	BBCA	PT BANK CENTRAL ASIA, TBK
17	BBKP	PT BANK BUKOPIN, TBK
18	BDMN	PT BANK DANAMON INDONESIA, TBK
19	BKSL	PT SENTUL CITY, TBK
20	BMRI	PT BANK MANDIRI (PERSERO), TBK
21	BMTR	PT GLOBAL MEDIACOM, TBK
22	BNBR	PT BAKRIE & BROTHERS, TBK
23	BNLI	PT BANK PERMATA, TBK
24	BRPT	PT BARITO PACIFIC, TBK
25	BYAN	PT BAYAN RESOURCES, TBK
26	CKRA	PT CITRA KEBUN RAYA AGRI, TBK
27	COWL	PT COWELL DEVELOPMENT, TBK
28	CPIN	PT CHAROEN POKPHAND INDONESIA, TBK
29	CTBN	PT CITRA TUBINDO, TBK
30	CTRS	PT CIPUTRA SURYA, TBK
31	DEFI	PT DANASUPRA ERAPACIFIC, TBK
32	DGIK	PT DUTA GRAHA INDAH, TBK
33	DILD	PT INTILAND DEVELOPMENT, TBK
34	ELSA	PT ELNUSA, TBK
35	ELTY	PT BAKRIELAND DEVELOPMENT, TBK
36	FASW	PT FAJAR SURYA WISESA, TBK
37	HMSP	PT HM SAMPOERNA, TBK
38	HOME	PT HOTEL MANDARINE REGENCY, TBK
39	IATA	PT INDONESIA AIR TRANSPORT, TBK
40	IKBI	PT SUMI INDO KABEL, TBK
41	IMAS	PT INDOMOBIL SUKSES INTERNASIONAL, TBK
42	INDF	PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR, TBK
43	INDY	PT INDIKA ENERGY, TBK
44	ISAT	PT INDOSAT, TBK
45	ITMG	PT INDO TAMBANGRAYA MEGAH, TBK
46	JPFA	PT JAPFA COMFEED INDONESIA, TBK
47	JSMR	PT JASA MARGA (PERSERO), TBK

NO	KODE	NAMA EMITEN
48	JSPT	PT JAKARTA SETIABUDI INTERNASIONAL, TBK
49	KAEF	PT KIMIA FARMA (PERSERO), TBK
50	KARK	PT DAYAINDO RESOURCES INTERNATIONAL, TBK
51	KBLM	PT KABELINDO MURNI, TBK
52	KBLV	PT FIRST MEDIA, TBK
53	KLBF	PT KALBE FARMA, TBK
54	LION	PT LION METAL WORKS, TBK
55	LMSH	PT LIONMESH PRIMA, TBK
56	MAIN	PT MALINDO FEEDMILL, TBK
57	MAPI	PT MITRA ADIPERKASA, TBK
58	MLBI	PT MULTI BINTANG INDONESIA, TBK
59	MNCN	PT MEDIA NUSANTARA CITRA, TBK
60	MYOH	PT MYOH TECHNOLOGY, TBK
61	PGAS	PT PERUSAHAAN GAS NEGARA (PERSERO), TBK
62	PJAA	PT PEMBANGUNAN JAYA ANCOL, TBK
63	POLY	PT ASIA PACIFIC FIBERS, TBK
64	PTBA	PT BUKIT ASAM (PERSERO), TBK
65	SHID	PT HOTEL SAHID JAYA INTERNATIONAL, TBK
66	SIPD	PT SIERAD PRODUCE, TBK
67	SMAR	PT SINAR MAS AGRO RESOURCES AND TECHNOLOGY, TBK
68	SMCB	PT HOLCIM INDONESIA, TBK
69	SMSM	PT SELAMAT SEMPURNA, TBK
70	SOBI	PT SORINI AGRO ASIA CORPORINDO, TBK
71	TCID	PT MANDOM INDONESIA, TBK
72	TGKA	PT TIGARAKSA SATRIA, TBK
73	TKGA	PT TOKO GUNUNG AGUNG, TBK
74	TMAS	PT PELAYARAN TEMPURAN EMAS, TBK
75	TRUS	PT TRUST FINANCE INDONESIA, TBK
76	UNIT	PT NUSANTARA INTI CORPORA, TBK
77	UNSP	PT BAKRIE SUMATERA PLANTATIONS, TBK
78	WAPO	PT WAHANA PHONIX MANDIRI, TBK
79	WEHA	PT PANORAMA TRANSPORTASI, TBK
80	WICO	PT WICAKSANA OVERSEAS INTERNATIONAL, TBK
81	WOMF	PT WAHANA OTTOMITRA MULTIARTHA, TBK
82	YULE	PT YULIE SEKURINDO, TBK

Indikator yang digunakan untuk mengukur indeks CRS. (Sumber: Sembiring, 2005 yang telah dimodifikasi karena pertimbangan kesamaan item-item pengungkapan dan telah disesuaikan dengan indicator GRI)

Lingkungan

1. Pengendalian polusi kegiatan operasi; pengeluaran riset dan pengembangan untuk pengurangan polusi
2. Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi;
3. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengolahan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi;
4. Penggunaan bahan diperinci berdasarkan berat atau volume
5. Penggunaan material daur ulang;
6. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan yang dibuat perusahaan;
7. Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan (analisis dampak lingkungan) dan memonitor serta mengurangi dampak lingkungan yang negatif.
8. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah serta seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan
9. Pengolahan limbah dan metode pembuangannya
10. Perlindungan lingkungan hidup.

Energi

1. Penghematan energy melalui konservasi sumber alam (misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas) serta meningkatkan efisiensi dalam kegiatan operasi;
2. Pengungkapan peningkatan efisiensi energi dari produk
3. Riset yang mengarah pada peningkatan efisiensi energi dari produk;
4. Mengungkapkan kebijakan energi perusahaan.

Kesehatan Dan Keselamatan Tenaga kerja

1. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja, serta mengutamakan keselamatan kerja dan kesehatan fisik atau mental;
2. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja;
3. Mentaati peraturan standard kesehatan dan keselamatan kerja
4. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja;
5. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja
6. Melaksanakan riset untuk meningkatkan keselamatan kerja
7. Mengungkapkan pelayanan kesehatan tenaga kerja

Lain-lain tentang Tenaga kerja

1. Pengungkapan jumlah dan komposisi manajemen dan perincian karyawan tiap kategori menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas (anti diskriminasi) dan keanekaragaman lainnya.
2. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat
3. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu atau melalui pendirian pusat pelatihan di tempat kerja
4. Memberi bantuan keuangan pada tenaga kerja dalam bidang pendidikan
5. Mengungkapkan bantuan atau bimbingan untuk tenaga kerja yang dalam proses mengundurkan diri atau yang telah membuat kesalahan
6. Mengungkapkan perencanaan kepemilikan rumah karyawan;
7. Mengungkapkan fasilitas untuk aktivitas rekreasi
8. Pengungkapan persentase gaji untuk pensiun;
9. Mengungkapkan kebijakan penggajian dalam perusahaan
10. Mengungkapkan perbedaan manfaat yang diterima antara karyawan tetap dengan karyawan tidak tetap.
11. Mengungkapkan tingkatan managerial yang ada

12. Mengungkapkan disposisi staff -di mana staff ditempatkan
13. Mengungkapkan statistik tenaga kerja, mis. penjualan per tenaga kerja;
14. Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
15. Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja;
16. Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
17. Mengungkapkan informasi hubungan manajemen dengan tenaga kerja dalam meningkatkan kepuasan dan motivasi kerja serta hubungan perusahaan dengan serikat buruh;
18. Mengungkapkan informasi stabilitas pekerjaan tenaga kerja dan masa depan perusahaan;
19. Membuat laporan tenaga kerja yang terpisah;
20. Melaporkan gangguan dan aksi tenaga kerja berikut penyelesaiannya
21. Peningkatan kondisi kerja secara umum;
22. Informasi re-organisasi perusahaan yang mempengaruhi tenaga kerja;
23. Informasi dan statistik perputaran tenaga kerja

Hak Asasi Manusia

1. Mengungkapkan dukungan terhadap hak berserikat dan berkumpul dari para karyawannya.
2. Mengungkapkan segala upaya yang dilakukan untuk mencegah terjadinya tindakan diskriminasi di lingkungan pekerjaan.
3. Pengungkapan mengenai dukungan terhadap penghapusan pekerja anak dan kerja paksa yang merugikan karyawan.

Produk

1. Gambaran informasi serta pengeluaran untuk proyek riset dan pengembangan produk termasuk pengemasannya;
2. Pengungkapan bahwa produk memenuhi standard keselamatan;

3. Membuat produk lebih aman untuk konsumen;
4. Melaksanakan riset atas tingkat keselamatan produk perusahaan
5. Melaksanakan riset yang mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk
6. Pengungkapan mengenai komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship
7. Pengungkapan mengenai pemasangan label yang telah mengikuti standar aturan yang berlaku.
8. Pengungkapan peningkatan kebersihan/kesehatan dalam pengolahan dan penyiapan produk;
9. Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan
10. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat (Misalnya ISO 9000).

Keterlibatan Masyarakat

1. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni
2. Tenaga kerja paruh waktu (part-time employment) dari mahasiswa/pelajar
3. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat dan riset medis;
4. Sebagai sponsor untuk konferensi pendidikan, seminar atau pameran seni
5. Membiayai program beasiswa
6. Membuka fasilitas perusahaan untuk masyarakat;
7. Mensponsori kampanye nasional;
8. Dukungan terhadap gerakan anti korupsi
9. Mendukung pengembangan industri local

Umum

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

Total item yang diharapkan diungkapkan 68 item

Indeks Pengungkapan Sosial

Code	2010	2009	Code	2010	2009
AALI	0,47	0,47	MYOH	0,21	0,21
ABBA	0,19	0,19	MNCN	0,28	0,28
ABDA	0,24	0,24	MLBI	0,36	0,29
ACES	0,25	0,21	MAPI	0,15	0,15
INDF	0,40	0,38	MAIN	0,15	0,11
ADHI	0,46	0,46	LMSH	0,22	0,22
ADRO	0,57	0,53	LION	0,25	0,25
AKRA	0,44	0,44	KBLM	0,24	0,22
AKSI	0,10	0,10	KARK	0,21	0,21
ANTM	0,67	0,51	BRPT	0,42	0,33
APIC	0,14	0,07	JSPT	0,35	0,35
ASBI	0,26	0,26	HOME	0,31	0,28
ASGR	0,54	0,54	IATA	0,22	0,18
ASRI	0,17	0,11	BABP	0,25	0,31
CKRA	0,11	0,07	BBCA	0,35	0,32
COWL	0,22	0,21	BBKP	0,38	0,36
CPIN	0,21	0,24	BDMN	0,40	0,42
CTBN	0,39	0,35	BKSL	0,38	0,36
CTRS	0,14	0,15	BYAN	0,49	0,47
DEFI	0,04	0,04	AUTO	0,54	0,54
DGIK	0,28	0,28	BMRI	0,42	0,39
DILD	0,29	0,22	BMTR	0,31	0,33
ELSA	0,53	0,53	BNBR	0,49	0,44
ELTY	0,58	0,58	BNLI	0,39	0,35
YULE	0,15	0,15	FASW	0,49	0,44
WOMF	0,26	0,15	HMSP	0,29	0,26
WICO	0,08	0,08	IMAS	0,22	0,21
WEHA	0,24	0,24	INDY	0,47	0,46
WAPO	0,03	0,22	ISAT	0,38	0,32
UNIT	0,04	0,04	ITMG	0,54	0,53
TRUS	0,13	0,10	JPFA	0,28	0,25
TMAS	0,17	0,18	JSMR	0,46	0,42
UNSP	0,42	0,39	KAEF	0,38	0,32
TKGA	0,14	0,13	KBLV	0,18	0,15
TGKA	0,24	0,24	KLBF	0,46	0,40
TCID	0,25	0,25	PJAA	0,46	0,44
SOBI	0,33	0,49	PTBA	0,64	0,64
SMSM	0,44	0,39	SMAR	0,42	0,42
SIPD	0,22	0,21	SMCB	0,53	0,51
SHID	0,26	0,25	PGAS	0,58	0,47
POLY	0,22	0,21	IKBI	0,22	0,03

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	164	.22	30.97	1.5009	2.70543
Indeks Pengungkapan Sosial	164	.03	.67	.3087	.14798
Profile Perusahaan	164	.00	1.00	.4512	.49914
Moderating	164	.00	.67	.1740	.20830
Leverage	164	.01	2.98	.5293	.35831
Return on Asset	164	-.24	.39	.0633	.09037
Firm Size	164	3.49	8.65	6.3632	.90629
Valid N (listwise)	164				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Log Nilai Perusahaan	146	-.64	.93	-.0850	.24116
Indeks Pengungkapan Sosial	146	.03	.67	.2994	.14273
Profile Perusahaan	146	.00	1.00	.4315	.49699
Moderating	146	.00	.67	.1583	.19637
Leverage	146	.01	2.98	.5281	.31526
Return on Asset	146	-.24	.34	.0469	.07066
Firm Size	146	4.60	8.65	6.3851	.88585
Valid N (listwise)	146				

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

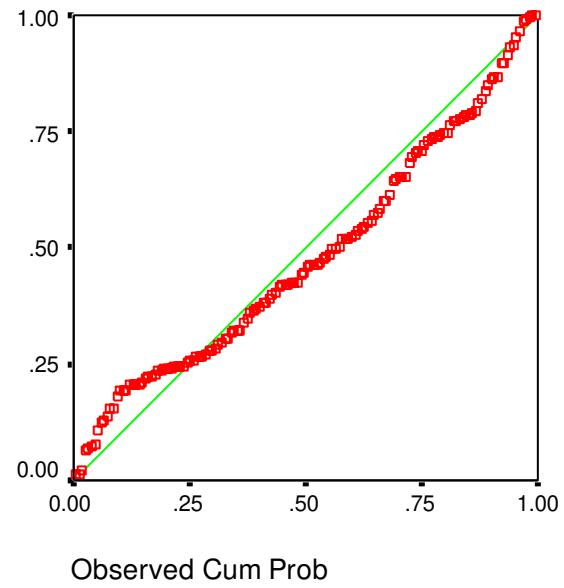
	Log Nilai Perusahaan	Indeks Pengungkapan Sosial	Profile Perusahaan	Moderating	Leverage	Return on Asset	Firm Size	
N	146	146	146	146	146	146	146	
Normal Parameters(a,b)	Mean	-.0850	.2994	.4315	.1583	.5281	.0469	6.3851
	Std. Deviation	.24116	.14273	.49699	.19637	.31526	.07066	.88585
Most Extreme Differences	Absolute	.109	.102	.376	.358	.091	.156	.056
	Positive	.109	.102	.376	.358	.091	.127	.056
	Negative	-.106	-.063	-.305	-.210	-.060	-.156	-.027
Kolmogorov-Smirnov Z	1.313	1.231	4.542	4.331	1.100	1.884	.681	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.064	.097	.000	.000	.178	.002	.743	

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Stand

Dependent Variable: Log Nilai Perusa



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

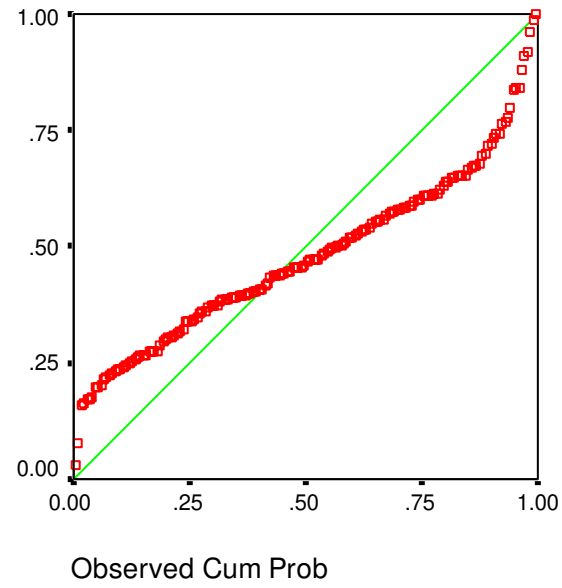
		Nilai Perusahaan	Indeks Pengungkapan Sosial	Profile Perusahaan	Moderating	Leverage	Return on Asset	Firm Size
N		164	164	164	164	164	164	164
Normal Parameters(a,b)	Mean	1.5009	.3087	.4512	.1740	.5293	.0633	6.3632
	Std. Deviation	2.70543	.14798	.49914	.20830	.35831	.09037	.90629
Most Extreme Differences	Absolute	.325	.104	.366	.347	.119	.152	.046
	Positive	.325	.104	.366	.347	.119	.152	.045
	Negative	-.318	-.061	-.315	-.202	-.093	-.149	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		4.159	1.338	4.684	4.445	1.530	1.951	.590
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.056	.000	.000	.019	.001	.877

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Normal P-P Plot of Regression Stand

Dependent Variable: Nilai Perusahaai



Regression

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.694(a)	.481	.459	.17737	1.960

a Predictors: (Constant), Firm Size, Return on Asset, Leverage, Profile Perusahaan, Indeks Pengungkapan Sosial, Moderating

b Dependent Variable: Log Nilai Perusahaan

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.060	6	.677	21.510	.000(a)
	Residual	4.373	139	.031		
	Total	8.433	145			

a Predictors: (Constant), Firm Size, Return on Asset, Leverage, Profile Perusahaan, Indeks Pengungkapan Sosial, Moderating

b Dependent Variable: Log Nilai Perusahaan

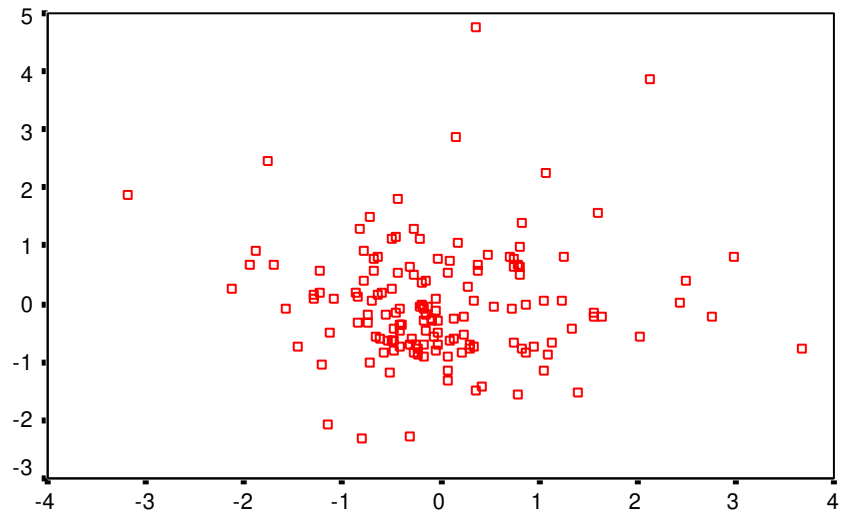
Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.242	.122		-1.992	.048		
	Indeks Pengungkapan Sosial	.400	.157	.237	2.554	.012	.434	2.305
	Profile Perusahaan	.086	.091	.177	.941	.348	.106	9.425
	Moderating	-.086	.255	-.070	-.335	.738	.087	11.557
	Leverage	-.037	.051	-.048	-.722	.472	.849	1.178
	Return on Asset	1.993	.221	.584	9.013	.000	.888	1.126
	Firm Size	-.009	.023	-.035	-.414	.680	.530	1.886

a. Dependent Variable: LNP

Scatterplot

Dependent Variable: Log Nilai Perusahaan



Regression Standardized Predicted Value