

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan mempunyai tujuan jangka panjang yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan semakin meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perlu dilakukan beberapa langkah strategis guna mendapatkan citra yang positif diantaranya, komitmen antara pimpinan dan bawahan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang populer di kenal dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Pengertian CSR secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

CSR menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi CSR yang pada saat ini dianggap sebagai inti etika bisnis adalah kesadaran bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kewajiban ekonomi tetapi juga memiliki kewajiban sosial terhadap *stakeholder* (pemangku kepentingan) seperti pemerintah, *customers, investors*, masyarakat, pegawai dan bahkan kompetitor.

CSR sebagai bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial dimana perusahaan tersebut akan melakukan kegiatan usaha. Pemikiran tersebut didasarkan pada 3P yaitu (*profit, people, planet*). perusahaan saat ini tidak lagi ditekankan pada tanggung jawab nilai perusahaan yang dapat dilihat dari ukuran keuangan saja tetapi juga berpijak pada nilai keuangan, sosial dan lingkungan.

Ukuran keuangan tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan tanpa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan daerah sekitar. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat, beasiswa dan sebagainya.

Masyarakat sekarang lebih pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Sekarang, masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan atau melaksanakan CSR. Mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. CSR dapat digunakan sebagai alat

marketing baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Konstruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Perumusan Masalah

CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk CSR yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan, Nilai perusahaan juga dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan antara lain yaitu:

1. Bagi peneliti, untuk memenuhi sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan strata 1 pada Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi di Universitas Pasir Pengaraian. Dan untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Bagi investor, akan memberikan pertimbangan baru pada aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab social perusahaan.

1.5 Batasan Masalah dan Originalitas

1.5.1 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai perusahaan pada penelitian ini ditentukan dari nilai pasar saham. Nilai pasar saham di tentukan dari harga penutup tanpa data tanggal 31 Desember. Periode 2013, 2014, 2015 dan 2016. CSR dalam penelitian ini di lihat dari berapa besar dana yang di peroleh untuk program-program CSR pada laporan tahunan perusahaan.

1.5.2 Originalitas

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Hanung Febriyanti (2012) yang berjudul pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hasil penelitiannya adalah bahwa variabel *corporate social responsibility* dan variabel kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah: (1) Objek penelitian pada penelitian sebelumnya adalah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan pada penelitian ini adalah perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan. (2) Variabel penelitian pada penelitian sebelumnya adalah *corporate social responsibility*, Kepemilikan Manajemen dan nilai perusahaansedangkan penelitian ini adalah *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman tentang bagian-bagian yang akan di bahas dalam penulisan ini, penulis menguraikan dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan originalitas, sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Menguraikan tentang landasan teori, hasil penelitian yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan variabel penelitian, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang deskripsi data, pengujian hipotesis dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Deskripsi Teori

2.1.1 Perusahaan dan Lingkungan Perusahaan

Perusahaan adalah suatu tempat untuk melakukan kegiatan proses produksi barang atau jasa. Hal ini disebabkan karena “kebutuhan” manusia tidak bisa digunakan langsung dan harus melewati sebuah “proses” di suatu tempat, sehingga inti dari perusahaan ialah “tempat melakukan proses” sampai bisa langsung digunakan oleh manusia.

Menurut Najamuddin (2011) secara umum perusahaan adalah suatu unit kegiatan tertentu yang mengubah sumber-sumber ekonomi menjadi bernilai guna berupa barang atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan tujuan lainnya.

2.1.2 Stakeholder

Stakeholder merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara persial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki karakteristik seperti mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan.

Jika diperhatikan secara seksama dari defenisi di atas maka telah terjadi perubahan mengenai siapa saja yang termasuk dalam pengertian *stakeholder* perusahaan. Sekarang ini perusahaan sudah tidak lagi memandang bahwa *stakeholder* mereka hanya investor dan kreditor saja. Konsep yang mendasari

mengenai siapa saja yang termasuk kedalam *stakeholder* perusahaan sekarang ini telah berkembang mengikuti perubahan lingkungan bisnis dan kompleksnya aktivitas bisnis perusahaan.

Dengan menggunakan defenisi di atas, pemerintah bisa saja di katakan sebagai *stakeholder* bagi perusahaan karena pemerintah mempunyai kepentingan atas aktivitas perusahaan dan keberadaan perusahaan sebagai salah satu elemen sistem sosial dalam sebuah negara. Oleh karena itu, perusahaan tidak bisa mengabaikan eksistensi pemerintah dalam melakukan operasinya.

Petusahaan merupakan bagian dari sistem sosial yang ada dalam sebuah wilayah baik yang bersikap lokal, nasional, maupun internasional berarti perusahaan merupakan bagian dari masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat sendiri menurut defenisinya bisa dijelaskan sebagai kumpulan peran yang diwujudkan oleh elemen-elemen (individu dan kelompok) pada suatu kedudukan tertentu yang peran-peran tersebut diatur melalui pranata sosial yang bersumber dari kebudayaan yang telah ada dalam masyarakat

Perusahaan dalam hal ini merupakan bagian dari beberapa elemen yang membentuk masyarakat dalam sistem sosial yang berlaku. Keadaan tersebut kemudian menciptakan sebuah hubungan timbal balik antara perusahaan dan *stakeholder* yang berarti perusahaan harus melaksanakan peranannya secara dua arah untuk memenuhi kebutuhan perusahaan sendiri maupun *stakeholder* lainnya dalam sistem sosial.

Oleh karena itu, segala sesuatu yang dihasilkan dan dilakukan oleh masing-masing bagian dari stakeholder akan saling mempengaruhi satu dengan

yang lainnya sehingga tidak lah tepat jika perusahaan menyempitkan pengertian *stakeholder* hanya dari sisi ekonominya saja.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Menurut Nurlela dan Ishlahuddin (2008), nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar. Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum jika harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkatkan menyebabkan nilai perusahaan juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris.

Tujuan utama nilai perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati dalam Permanasari, 2010).

2.1.4 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (dalam Nurlela dan Ishlahuddin, 2008), CSR diartikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan. Hal tersebut dilakukan melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk

meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Menurut Boone dan Kurtz dalam Harmoni dan Ade, (2008), pengertian CSR secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

Achda (2009) mengartikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasinya dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta terus-menerus menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya.

Konsep CSR salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Meskipun konsep CSR baru dikenal pada awal tahun 1970-an, namun konsep tanggung jawab sosial sudah dikemukakan oleh Howard R. Bowen pada tahun 1953 (Kartini, 2009) konsep ini mengungkapkan bahwa keberadaan CSR bukan karna diwajibkan oleh pemerintah atau penguasa, melainkan komitmen yang lahir dalam konteks etika bisnis (*beyond legal aspect*) agar sejahtera bersama masyarakat berdasarkan prinsip keadilan sesuai nilai dan kebutuhan masyarakat.

Menurut Carroll dalam penelitian Kartini, (2009), konsep CSR memuat komponen-komponen sebagai berikut:

1. *Economic responsibilities*

Tanggung jawab sosial perusahaan yang utama adalah tanggung jawab ekonomi karena lembaga bisnis terdiri dari aktivitas ekonomi yang menghasilkan barang dan jasa bagi masyarakat secara menguntungkan.

2. Legal responsibilities

Masyarakat berharap bisnis dijalankan dengan mentaati hukum dan peraturan yang berlaku yang pada hakikatnya dibuat oleh masyarakat melalui lembaga legislatif.

3. Ethical responsibilities

Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis yaitu menunjukkan refleksi moral yang dilakukan oleh pelaku bisnis secara perorangan maupun kelembagaan untuk menilai suatu isu di mana penilaian ini merupakan pilihan terhadap nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat.

4. Discretionary responsibilities

Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka.

Pengertian CSR secara umum adalah sebuah sistem pengaturan diri yang melibatkan pertanggungjawaban sebuah perusahaan atau instansi lainnya terhadap pemegang saham, karyawan, masyarakat luas, dan lingkungan sekitarnya disegala bidang. Dalam bahasa Indonesia CSR disebut juga sebagai “tanggung jawab sosial perusahaan”.

Dalam (Hendrik: 2008) manfaat CSR dalam perusahaan adalah sebagai berikut:

1. mempertahankan dan meningkatkan reputasi serta citra merek perusahaan.

2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

Program CSR dalam perseroan dikelompokkan dalam 3 bagian utama yaitu:

1. **Comunity relation** merupakan program pengembangan komunikasi dan informasi dengan segenap pemangku kepentingan (*stakeholders*).
2. **Comunity services** merupakan kegiatan pelayanan untuk memenuhi kepentingan masyarakat.
3. **Comunity empowering** aktivitas CSR untuk menunjang kemandirian masyarakat.

Salah satu pengukuh kewajiban pelaksanaan CSR di Indonesia di atur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di suatu bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Beberapa pasal yang terkait dengan kewajiban untuk melaksanakan program CSR antara lain:

Pasal 2

Setiap Perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Pasal 3

1. Tanggung jawab social dan lingkungan sebagai mana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumberdaya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Kewajiban sebagai mana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan baik didalam maupun diluar lingkungan Perseroan.

Pasal 4

1. Tanggung jawab social dan lingkungan dilaksanakan oleh Direksi berdasarkan rencana kerja tahunan Perseroan setelah mendapat persetujuan Dewan Komisaris atau RUPS sesuai dengan anggaran dasar Perseroan, kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan.
2. Rencana kerja tahunan perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tanggung jawab social dan lingkungan.

Pasal 5

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam, dalam menyusun dan menetapkan rencana kegiatan dan anggaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (2) harus memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
2. Realisasi anggaran untuk pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dilaksanakan oleh perseroan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diperhitungkan sebagai biaya perseroan.

Kini telah terbit peraturan pemerintah Nomor 47 tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas, peraturan pemerintah ini melaksanakan ketentuan Pasal 74 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Dalam peraturan pemerintah ini diatur mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang bertujuan mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi komunitas setempat dan masyarakat pada umumnya maupun Perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, dalam peraturan pemerintah ini diatur mengenai:

1. Tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Perseroan dalam menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan Undang-Undang.
2. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan di dalam ataupun diluar lingkungan Perseroan
3. Tanggung jawab sosial dan lingkungan dilaksanakan berdasarkan rencana kerja tahunan yang memuat rencana kegiatan dan anggaran yang dibutuhkan untuk pelaksanaannya.
4. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan disusun dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
5. Pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan wajib dimuat dalam laporan tahunan Perseroan untuk dipertanggung jawabkan kepada RUPS.

6. Penegasan pengaturan pengenaan sanksi Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
7. Perseroan yang telah berperan dan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat diberikan penghargaan oleh instansi yang berwenang.

Beberapa pasal yang mengatur tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yaitu:

Pasal 2

Ketentuan ini menegaskan bahwa pada dasarnya setiap Perseroan sebagai wujud kegiatan manusia dalam bidang usaha, secara moral mempunyai komitmen untuk bertanggung jawab atas tetap terciptanya hubungan Perseroan yang serasi dan seimbang dengan lingkungan dan masyarakat setempat sesuai dengan nilai, norma, dan budaya masyarakat tersebut.

Pasal 3

Ayat (1), berbunyi:

Yang dimaksud dengan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang sumber daya alam” adalah Perseroan yang kegiatan usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.

Yang dimaksud dengan “ Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya yang berkaitan dengan sumber daya alam” adalah Perseroan yang tidak mengelola dan tidak memanfaatkan sumber daya alam, tetapi kegiatan usahanya berdampak pada fungsi kemampuan sumber daya alam termasuk pelestarian fungsi lingkungan hidup.

Yang dimaksud dengan “berdasarkan Undang-Undang” adalah undang-undang beserta peraturan pelaksanaan undang-undang mengenai sumber daya alam atau yang berkaitan dengan sumber daya alam, serta etika menjalankan perusahaan antara lain: peraturan perundang-undangan di bidang perindustrian, kehutanan, minyak dan gas bumi, badan usaha milik negara, usaha panas bumi, sumber daya air, pertambangan mineral dan batu bara, ketengalistrikan, perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup, larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, hak asasi manusia, ketenagakerjaan, serta perlindungan konsumen.

Pasal 4

Ayat (1), berbunyi:

Yang dimaksud dengan “kecuali ditentukan lain dalam peraturan perundang-undangan” adalah peraturan perundang-undangan menentukan lain bahwa persetujuan atas rencana kerja diberikan oleh RUPS, maka anggaran dasar tidak dapat menentukan rencana kerja disetujui oleh Dewan Komisaris atau sebaliknya.

Pasal 5

Ayat (1), berbunyi:

Yang dimaksud dengan “kepatutan dan kewajaran” adalah kebijakan Perseroan, yang disesuaikan dengan kemampuan keuangan Perseroan, dan potensi risiko yang mengakibatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus ditanggung oleh Perseroan sesuai dengan kegiatan usahanya yang tidak

mengurangi kewajiban sebagaimana yang ditetapkan dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kegiatan usaha Perseroan.

Pasal 7

Yang dimaksud dengan “dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan” adalah dikenai segala bentuk sanksi yang diatur dalam peraturan perundang-undangan yang terkait.

Pasal 8

Ayat (1), berbunyi:

Yang dimaksud dengan “ tidak menghalangi Perseroan berperan serta melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan” adalah Perseroan tetap dapat melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan selain yang telah menjadi kewajibannya.

Ayat (2), berbunyi:

Yang dimaksud dengan “penghargaan” misalnya fasilitas atau bentuk penghargaan lainnya.

Wacana mengenai CSR masih tetap simpang siur karena tidak adanya standar yang menjadi acuan program ini. Ini disebabkan belum adanya UU yang menetapkan jumlah dana yang harus dikeluarkan oleh perusahaan setiap periodenya. Selam ini pemerintah hanya mengeluarkan undang-undang yang mewajibkan perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan di lingkungan perusahaan itu berdiri.

2.1.5 Hubungan CSR Dengan Nilai Perusahaan

CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan-kerusakan lingkungan yang terjadi sebagai akibat dari aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan. Semakin banyaknya bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan yang dilakukan terhadap lingkungannya, maka *image* perusahaan menurut pandangan masyarakat menjadi meningkat atau citra perusahaan menjadi baik. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen semakin tinggi.

Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Apabila nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Kusumadilaga, 2010).

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini sebagai bahan referensi adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Fachrur Dian dan Rika Lidyah (2013) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan Tambang Batu Bara yang Terdaftar di BEI”.

Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan variable kepemilikan institusi mempengaruhi nilai perusahaan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Hanung Febriyanti (2012) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating”. (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan uji t. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variable CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan . Kepemilikan manajemen dalam penelitian ini sebagai variabel moderating berpengaruh terhadap hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

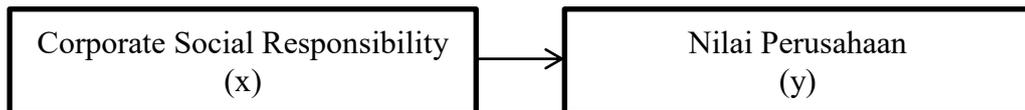
3. Penelitian yang dilakukan oleh Hanni Chyntia Maita Putri dan Surya Raharja (2013) meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Moderating. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperlemah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan metodologi analisis regresi linear berganda.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang penting yang telah diketahui

dalam suatu masalah tertentu. Kerangka pemikiran akan menghubungkan antara variabel-variabel penelitian, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dibuatlah kerangka pemikiran digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Perumusan Hipotesis

Hipotesis menurut Syofian Siregar (2013), adalah “jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya”. Dari kerangka konseptual maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H_a: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara CSR dan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penulis mengambil objek penelitian ini pada perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian empiris yang menggunakan data kuantitatif yang dipublikasikan melalui (www.idx.co.id) berupa laporan tahunan perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016.

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut Syofian Siregar (2013) “populasi berasal dari bahasa Inggris yaitu”population” yang berarti jumlah penduduk”. Populasi adalah sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Dalam penelitian ini populasi berjumlah 14 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, namun dari ke-14 perusahaan tersebut, tidak semuanya memakai program CSR dalam perusahaannya.

Adapun perusahaan kontruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Perusahaan Konstruksi dan Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2012-2016

No.	Kode Emitmen	Nama Emitmen
1	ACST	Acset Indonusa Tbk
2	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk
3	CSIS	Cahaya Sakti Investindo Tbk
4	IDPR	Indonesia Pondasi Raya Tbk
5	MTRA	Mitra Pemuda Tbk
6	DGIK	Nusa Konstruksi Enjinereng Tbk
7	NRCA	Nusa Raya Cipta Tbk
8	PBSA	Paramita Bangun Saran Tbk
9	PTPP	Pembanguna Perumahan Tbk
10	SSIA	Surya Internusa Tbk
11	TOTL	Total Bangun Persada Tbk
12	TOPS	Totalindo Eka Persada Tbk
13	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk
14	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk

Sumber : www.idx.co.id

Menurut Syofian Siregar (2013) “Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Syofian Siregar (2013) “*Purposive Sampling* merupakan metode penetapan responden (populasi) untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu”. Dalam penelitian ini yang dijadikan kriteria adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan mempunyai laporan keuangan tahunan selama 2013-2016.

2. Perusahaan melaksanakan program-program CSR 2013-2016 serta melaporkan dana yang dikeluarkan dalam pelaksanaan program tersebut.

Berdasarkan dua kriteria tersebut perusahaan yang memenuhi syarat sebagai sampel adalah sebanyak delapan perusahaan konstruksi dan bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tabel 3.2
Data Perusahaan yang Menjadi Sampel

No	Kode Emitmen	Nama Emitmen
1	ADHI	Adhi Karya (Persero) Tbk
2	DGIK	Nusa Konstruksi Enjineriing Tbk
3	NRCA	Nusa Raya Cipta Tbk
4	PTPP	Pembangunan Perumahan Tbk
5	SSIA	Surya Internusa Tbk
6	TOTL	Total Bangun Persada Tbk
7	WSKT	Waskita Karya (Persero) Tbk
8	WIKA	Wijaya Karya (Persero) Tbk

Sumber: Data Olahan

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh/dicatat oleh pihak lain) yang berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang di publikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan

perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dari tahun 2013-2016.

3.4.2 Sumber Data

Data dalam penelitian ini adalah data yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi terhadap laporan keuangan tahunan pada perusahaan Sub Sektor Kontruksi dan Bangunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dilakukan dengan cara mengunduh laporan keuangan tahunan melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

3.6 Definisi Operasional Varibel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan ada dua. Variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*.

3.6.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan diukur dengan melihat laporan keuangan dan harga saham selama beberapa tahun. Semakin tinggi nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham akan semakin meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, perlu dilakukan beberapa langkah strategis guna mendapatkan citra yang positif diantaranya, komitmen antara pimpinan dan bawahan untuk mewujudkan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang populer di kenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

3.6.2 *Corporate Social Responsibility*

CSR diukur dengan melihat dari laporan CSR pada laporan tahunan perusahaan tersebut. Ukuran keuangan tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan tanpa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan daerah sekitar. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat, beasiswa dan sebagainya. Dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi.

3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan memakai metode analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan..

Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Rumus regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

X = *Corporate Social Responsibility*

a = Konstanta (harga Y ketika harga X=0)

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel independen. Bila (+) arah garis naik dan bila (-) maka arah garis turun.

3.7.1 Analisis Korelasi

Korelasi merupakan suatu hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pembahasan korelasi minimal menyangkut dua kelompok nilai atau dua variabel. Variabel-variabel tersebut bisa berasal dari subjek penelitian yang sama. Untuk menghitung korelasi menggunakan *Software SPSS 18*.

Untuk mengetahui besarnya hubungan atau korelasi variabel, maka dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Interprestasi koefisien korelasi nilai r

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Syofian Siregar (2013)

3.7.2 Pengujian Hipotesis Uji t

Uji hipotesis dengan t_{hitung} digunakan untuk menguji koefisien regresi variabel independen. T_{hitung} diketahui dengan menggunakan *Software SPSS 18*. Menguji apakah secara (individu) variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Untuk menentukan nilai t_{tabel} ditentukan tarif signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-2)$ dimana n adalah jumlah observasi.

Dasar keputusan uji t :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak