

PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN PENGUNGKAPAN INFORMASI SOSIAL SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*

Farida Ikhwandarti; Suryo Pratolo; Rudy Suryanto

E-mail: farida_ikhwandarti@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

The research was conducted to identify the social information disclosure on the companies listed in the Indonesian Stock Exchange at 2003-2007 and to analyze the effect of the companies characteristics toward firm value and the social information disclosure as the intervening variable. The companies characteristics consisting of the percentage of management ownership, leverage, company size, industry type and profitability were used as exogenous variable and the social information disclosure all at once used as intervening variable. The endogenous variable in this research were the firm value. The social information disclosure has focused on the voluntary disclosure. The voluntary disclosure on this research applied the annual reports which were measured by 32 items, while the procedures used were adopted from Glouter in Utomo (2000) and Rika and Islahuddin (2008). The statistical method used in this research was path analysis. This research used 267 sample companies non-financial sector listed and registered in the Indonesian Stock Exchange in 2003-2007. The result of this research showed that the industry types have significant effect toward the social information disclosure, the percentage of management ownership have significant effect toward the firm value and the industry types have significant effects toward the firm value.

Keywords: *Percentage Of Management Ownership, Leverage, Company Size, Industry Types, Profitability, Social Information Disclosure, Firm Value.*

PENDAHULUAN

Dalam jangka panjang tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga pasar sahamnya (Fama, 1978 dalam Untung dan Hartini, 2006). Peningkatan nilai perusahaan dapat tercapai apabila ada kerja sama antara manajemen perusahaan dengan pihak lain yang meliputi shareholder maupun stakeholder dalam membuat keputusan-keputusan keuangan dengan tujuan memaksimalkan modal kerja yang dimiliki. Apabila tindakan

antara manajer dengan pihak lain tersebut berjalan sesuai, maka masalah diantara kedua pihak tersebut tidak akan terjadi.

Dalam kenyataannya penya-tuan kepentingan kedua pihak tersebut sering kali menimbulkan masalah yang disebut masalah agensi (*agency problem*). Dalam konsep *theory of the firm* (Jensen dan Meckling, 1976), adanya *agency problem* tersebut akan menyebabkan tidak tercapainya tujuan keuangan perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan dengan cara memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat diminimumkan dengan

suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan yang terkait tersebut.

Di Indonesia penelitian untuk mengetahui terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Wilopo dan Mayangsari (2000), Sudarma (2004), Setiawan (2005) dan Wahyudi dan Pawestri (2006). Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dan Pawestri (2006) dengan menggunakan rasio price to book value (PBV) sebagai proxy untuk mengukur variabel nilai perusahaan. Menurut Arsiah (2002) dalam Utama (2005) menyatakan bahwa PBV merupakan salah satu rasio keuangan yang cukup representatif untuk melihat penciptaan nilai oleh suatu perusahaan.

Sebuah perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak hanya berfokus pada laba, akan tetapi dituntut untuk memberikan kontribusi dalam bentuk tanggungjawab sosial perusahaan atau dengan istilah *corporate social responsibility* (CSR) yang ditujukan kepada lingkungan dan masyarakat sekitar. Selama ini banyak perusahaan berusaha untuk mencapai laba yang maksimum dan meminimumkan pengorbanan yang dilandasi oleh kepentingan pribadi. Sebagai akibatnya banyak terjadi berbagai skandal keuangan maupun skandal lingkungan yang merugikan dunia bisnis dan masyarakat (Sulistyo, 2008). CSR tidak memberikan hasil secara keuangan dalam jangka pendek, tetapi CSR akan memberikan hasil baik langsung maupun tidak langsung pada keuangan perusahaan di masa mendatang.

CSR memang sedang menjadi trend di Indonesia dan perusahaan yang melakukan CSR semakin banyak, namun upaya sosialisasi harus terus dilakukan agar lebih banyak perusahaan menyadari dan memahami pentingnya CSR. Kecenderungan akhir-akhir ini di Indonesia banyak korporasi industri telah menjalankan prinsip-prinsip CSR dalam tataran praktis, yaitu sebagai pengkaitan antara pe-

ngambilan keputusan dengan nilai etika, kaidah hukum serta menghargai manusia, masyarakat dan lingkungan. CSR sangat bermanfaat untuk masyarakat dan dapat meningkatkan image perusahaan. Jadi, seharusnya dunia usaha tidak memandang CSR sebagai suatu tuntutan dari masyarakat, melainkan sebagai kebutuhan dunia usaha (Tanudjaja, 2009).

Penelitian Belkaoui (1989) dalam Retno (2006) menemukan hasil, bahwa (1) pengungkapan sosial mempunyai hubungan yang positif dengan kinerja sosial perusahaan yang berarti bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas sosial akan mengungkapkannya dalam laporan sosial, (2) ada hubungan positif antara pengungkapan sosial dengan visibilitas politis, dimana perusahaan besar yang cenderung diawasi akan lebih banyak mengungkapkan informasi sosial dibandingkan perusahaan kecil, (3) ada hubungan negatif antara pengungkapan sosial dengan tingkat financial leverage, hal ini berarti semakin tinggi tingkat leverage semakin rendah pengungkapan sosialnya karena semakin tinggi tingkat leverage maka kemungkinan perusahaan akan melanggar perjanjian kredit.

Menurut hasil penelitian Soliha dan Taswan (2002) kebijakan hutang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut konsisten dengan temuan Modigliani dan Miller (1963) dengan memasukkan pajak penghasilan perusahaan, maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Penelitian Soliha dan Taswan juga menemukan hasil bahwa size dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka peneliti ingin melakukan studi empiris untuk menguji pengaruh karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan informasi sosial.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Dalam penelitian Retno (2006) terdapat pengaruh positif jumlah prosentase kepemilikan manajemen dengan kebijakan pengungkapan informasi sosial. Manajer perusahaan akan mengungkapkan informasi sosial dalam rangka untuk meningkatkan image perusahaan, meskipun ia harus mengorbankan sumber daya untuk aktivitas tersebut (Gray, et.al., 1988 dalam Retno 2006). Semakin besar kepemilikan manajer terhadap perusahaan akan mendorong manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak dan biaya pengawasan menjadi rendah sehingga perusahaan cenderung akan mengungkapkan informasi sosial. Semakin kecil kepemilikan manajer terhadap perusahaan akan menimbulkan konflik kepemilikan antara manajer dan pemilik. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesisnya, yaitu:

H1: Prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Ainun Na'im dan Fuad Rakhman (2000) membuktikan bahwa rasio *leverage* mempunyai hubungan positif dengan kelengkapan pengungkapan. Sebaliknya, Fitriani (2001) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa rasio *leverage* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kelengkapan pengungkapan wajib dan sukarela. Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) serta Cornier dan Magnan (1999) dalam Sembiring (2003), tingkat

leverage berpengaruh negatif terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Hasil tersebut bertentangan dengan penelitian Roberts (1992), yang menemukan *debt to equity* ratio yang lebih tinggi, maka pengungkapan tanggungjawab sosial akan semakin tinggi.

Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah. Semakin tinggi tingkat *leverage* semakin besar kemungkinan akan melanggar perjanjian kredit sehingga perusahaan akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi (Belkaoui dan Karpik, 1989 dalam Retno, 2006), supaya laba yang dilaporkan tinggi maka manajer harus mengurangi biaya-biaya (termasuk biaya untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial). Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, dapat dirumuskan hipotesisnya, yaitu:

H2: *Leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Perusahaan yang semakin besar akan melakukan aktivitas yang semakin banyak, akibatnya dampak aktivitas tersebut pada masyarakat juga lebih luas. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Menurut Meek, Roberts dan Gray (1995) dalam Fitriani (2001) dan Luciana & Ikka (2007) perusahaan besar mempunyai kemampuan untuk merekrut karyawan yang ahli, serta adanya tuntutan dari pemegang saham dan analis, sehingga perusahaan besar memiliki insentif untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari perusahaan kecil.

Penjelasan lain yang juga sering diajukan adalah karena perusahaan besar memiliki sumber daya yang besar, sehingga perusahaan perlu dan mampu untuk membiayai penyediaan informasi untuk keperluan internal. Sebaliknya, perusahaan dengan sum-

ber daya yang relatif kecil mungkin tidak memiliki informasi siap saji sebagaimana perusahaan besar, sehingga perlu ada tambahan biaya yang relatif besar untuk dapat melakukan pengungkapan selengkap yang dilakukan perusahaan besar.

Industri merupakan faktor yang secara potensial mempengaruhi praktik pengungkapan informasi sosial perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pelanggan diharapkan memiliki perhatian yang lebih besar dalam menunjukkan tanggungjawab sosialnya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan image perusahaan dan menaikkan penjualan (Cowen, 1987 dalam Firma, 2004). Menurut Patten (1991) dalam Firma (2004), industri berpengaruh terhadap visibilitas secara politik dan akan memacu pengungkapan mengenai tekanan maupun kritik-kritik sosial. Sehingga ada hubungan positif antara klasifikasi industri dan pengungkapan informasi sosial.

Perusahaan yang melakukan kegiatan ekonominya yang berhubungan langsung dengan lingkungan akan mengungkapkan informasi sosialnya lebih luas dibandingkan dengan perusahaan yang tidak berhubungan langsung dengan lingkungan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesisnya, sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

H4: Tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Shingvi dan Desai (1971) dalam Binsar H.Simanjuntak dan Lusy Widiastuti (2004) serta Luciana dan Ikka (2007) menjelaskan bahwa *profit margin* yang tinggi akan mendorong para manajer untuk memberikan informasi yang lebih terinci, sebab mereka ingin meyakinkan investor terhadap profitabilitas perusahaan dan kompensasi terhadap manajemen. Fitriani (2001) dalam Luciana dan Ikka (2007) membuktikan bahwa variabel net

profit margin mempunyai hubungan positif dengan kelengkapan pengungkapan. Jadi semakin tinggi *net profit margin* suatu perusahaan maka semakin tinggi indeks kelengkapan pengungkapannya.

Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Heinze, 1976 dalam Hackston & Milne, 1996 dan Retno, 2006). Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Bowman & Haire, 1976 dan Presto, 1978 dalam Hackston dan Milne, 1996 dan Retno, 2006). Vence (1975) dalam Belkaoui dan Karpik (1989) dan Retno (2006) menyatakan bahwa pengungkapan sosial perusahaan justru memberikan kerugian kompetitif karena perusahaan harus mengeluarkan tambahan biaya untuk mengungkapkan informasi sosial tersebut. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesisnya, yaitu:

H5: Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Dalam penelitian Rika dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2005 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI, maka kualitas pengung-

kan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga hal tersebut tidak sesuai dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya akan dapat dicapai jika perusahaan juga memasukkan unsur tanggungjawab sosial kepada masyarakat paling tidak dalam tingkat yang minimal. Berdasarkan penelitian tersebut dapat dirumuskan hipotesisnya, yaitu:

H6: Pengungkapan informasi sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Karakteristik perusahaan dalam penelitian ini adalah prosentase kepemilikan manajemen, *leverage*, ukuran perusahaan, tipe industri dan profitabilitas. Struktur kepemilikan ini merupakan proporsi kepemilikan saham oleh manajerial, publik, ataupun institusional. Masalah yang sering ditimbulkan dari struktur kepemilikan adalah *agency conflict*, dimana terdapat kepentingan antara manajemen perusahaan sebagai pengambil decision maker dan para pemegang saham sebagai owner dari perusahaan. Sehingga dengan perbedaan kepentingan tersebut dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, konsentrasi kepemilikan pada pihak luar perusahaan berpengaruh positif pada nilai perusahaan (Lins, 2002 dalam Tendi, 2008). Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa struktur kepemilikan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal ini sesuai dengan penelitian Morck et.al., (1988) dan McConnel Serveas (1990), Holderness dan Sheeman (1985), Barclay dan Holderness (1991), Shome dan Singh (1995), Allen dan Phillips (2000), Cai et.al., (2001) dalam Tendi (2008). Hutang adalah instrumen yang sangat sensitif terhadap perubahan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ditentukan oleh struktur modal (Mogdiliani & Miller dalam

Brigham, 1999 dan Soliha dan Taswan, 2002). Semakin tinggi proporsi hutang maka semakin tinggi harga saham, namun pada titik tertentu peningkatan hutang akan menurunkan nilai perusahaan karena manfaat yang diperoleh dari penggunaan hutang lebih kecil daripada biaya yang ditimbulkannya. Sehingga perusahaan cenderung akan mengungkapkannya ke dalam laporan keuangan tahunan.

Menurut Soliha dan Taswan (2002), kebijakan hutang berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut konsisten dengan temuan Mogdiliani & Miller (1963) dalam Soliha dan Taswan (2002) (dalam arti arah hubungannya), bahwa dengan memasukkan pajak penghasilan perusahaan, maka penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak. Hal ini juga konsisten dengan temuan Jensen (1986) dalam Soliha dan Taswan (2002) yang menyatakan bahwa dengan adanya hutang dapat digunakan untuk mengendalikan penggunaan *free cash flow* secara berlebihan oleh manajemen, dengan demikian menghindari investasi yang sia-sia dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai tersebut dikaitkan dengan harga saham dan penurunan hutang akan menurunkan harga saham (Masulis, 1988 dalam Soliha dan Taswan, 2002).

Sejumlah studi telah mengemukakan bahwa ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap kebijakan hutang perusahaan. Semakin besar perusahaan maka semakin banyak dana yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan, salah satunya adalah hutang. Brigham dan Gapenski (1999) dalam Soliha dan Taswan (2002) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung membutuhkan dana dari sumber eksternal yang besar. Peningkatan hutang dapat mening-

katkan nilai perusahaan. Menurut Soliha dan Taswan (2002), *size* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan besar dapat dengan mudah meng-akses ke pasar modal. Kemudahan untuk mengakses ke pasar modal berarti perusahaan memiliki fleksibilitas dan kemampuan untuk mendapatkan dana. Karena kemudahan aksesibilitas ke pasar modal berarti fleksibilitas kemampuannya untuk memunculkan dana lebih besar. Dengan kemudahan tersebut di-tangkap oleh investor sebagai sinyal positif dan prospek yang baik sehingga *size* bisa memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan perusahaan yang *high-profile* akan mempunyai nilai perusahaan yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang *low-profile*.

Menurut Soliha dan Taswan (2002), profitabilitas berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan oleh pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Para manajer tidak hanya mendapatkan dividen tetapi juga akan memperoleh kemampuan yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, semakin besar dividen akan semakin menghemat biaya modal, disisi lain para manajer menjadi meningkat kemampuannya bahkan dapat meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi. Oleh karena itu profitabilitas menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasi. Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Kiroyan, 2006 dalam Yuniasih dan Wira-

kusuma, 2006). Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberikan sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesisnya, yaitu:

H7: Prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H8: Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

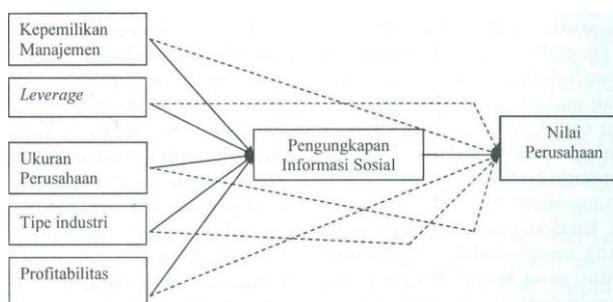
H9: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H10: Tipe industri berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H11: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H12: Karakteristik perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi sosial.

Model penelitian secara komprehensif yang menggambarkan hubungan antar variabel terdapat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Sampel dan Data Penelitian

Obyek penelitian ini adalah perusahaan yang go publik di BEI selain bank dan lembaga keuangan selama tahun 2003-2007. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian

ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sebagai berikut: perusahaan selain bank dan lembaga keuangan dari tahun 2003-2007, perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan (dalam rupiah) lengkap (termasuk catatan atas laporan keuangan), menerbitkan laporan keberlanjutan atau informasi sosial lainnya, dan perusahaan yang memiliki laba positif dan ekuitas positif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, berupa laporan keuangan tahun 2003-2007.

Deskripsi Data Variabel Penelitian

Terdapat dua jenis variabel yaitu variabel eksogen dan endogen. Variabel karakteristik perusahaan (prosentase kepemilikan manajemen, *leverage*, *size*, tipe industri dan profitabilitas) merupakan variabel eksogen. Variabel nilai perusahaan dan pengungkapan informasi sosial merupakan variabel endogen. Prosentase kepemilikan manajemen diukur dengan prosentase saham yang dimiliki oleh manajemen, *leverage* dihitung dengan rasio hutang terhadap ekuitas, *size* dapat dilihat dari total aktiva yang dimiliki perusahaan (*log of asset*), tipe industri terdapat dua klasifikasi perusahaan (perusahaan yang *high-profile* dan *low-profile*), profitabilitas diukur dengan *net profit margin*, nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q, pengungkapan informasi sosial dilakukan dengan pengamatan mengenai ada tidaknya item informasi yang ditentukan dalam laporan tahunan.

Alat Analisis Data

Penelitian ini menguji hipotesis dengan metode regresi linier berganda dengan perluasan analisis jalur. Analisis jalur dapat dilihat dari uji nilai *standardized coefficient* beta dan uji koefisien determinasi. Untuk

menguji hipotesis terdapat dua model penelitian, yaitu:

$$PI_t = \beta_0 + \beta_1 MAN_t + \beta_2 LEV_t + \beta_3 SIZE_t + \beta_4 IND_t + \beta_5 PM_t + e_t$$

Untuk menguji hipotesis 6, 7, 8, 9, 10 dan 11, menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$PBV_t = \beta_0 + \beta_1 PI_t + \beta_2 MAN_t + \beta_3 LEV_t + \beta_4 SIZE_t + \beta_5 IND_t + \beta_6 PM_t + e_2$$

Keterangan:

Pit : Pengungkapan Informasi Sosial pada periode t.

MAN_t : Prosentase Kepemilikan Manajemen pada periode t.

LEV_t : Tingkat Leverage pada periode t.

SIZE_t : Ukuran Perusahaan pada periode t.

IND_t : Tipe Industri pada periode t.

PM : Profitabilitas pada periode t.

PBV_t : Nilai Perusahaan pada periode t.

e₁ : Residual atas Pengungkapan Informasi Sosial.

e₂ : residual atas Nilai Perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1 menunjukkan bahwa pengungkapan informasi sosial memiliki mean sebesar 0,58305243 dengan standar deviasi sebesar 0,091192878. Prosentase kepemilikan manajemen memiliki mean sebesar 0,02004 dengan standar deviasi sebesar 0,057276. Tipe Model regresi mengasumsikan normalitas data residual. Uji normalitas menggunakan Kolmogorov Smirnov Test. Industri memiliki mean sebesar 0,32 dengan standar deviasi 0,467. Profitabilitas memiliki mean sebesar 0,1882 dengan standar deviasi sebesar 0,53110 dan nilai perusahaan memiliki mean sebesar 0,694490 dengan standar deviasi sebesar 0,2912681.

Tabel 1.
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan informasi sosial	267	,312500	,812500	,58305243	,091192878
Prosentase kepemilikan manajemen	267	,000	,430	,02004	,057276
Tipe industri	267	0	1	,32	,467
Profitabilitas	267	,00	6,78	,1882	,53110
Nilai perusahaan	267	,0016	1,6581	,694490	,2912681
Valid N (listwise)	267				

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Model regresi mengasumsikan normalitas data residual. Uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*. Hasil uji normalitas yang

terdapat pada Tabel 2 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dilihat dari nilai signifikansinya > alpha, maka dapat disimpulkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 2.
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		267	267
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	,08849223	,27670508
Most Extreme Differences	Absolute	,081	,083
	Positive	,081	,083
	Negative	-,054	-,038
Kolmogorov-Smirnov Z		1,330	1,349
Asymp. Sig. (2-tailed)		,058	,052

^{a.} Test distribution is Normal,

^{b.} Calculated from data.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode t-1 pada persamaan regresi linear. Autokorelasi diuji dengan angka Durbin-Watson (Ghozali, 2009):

tidak ada autokorelasi positive (jika, $0 < d < 4$), tidak ada autokorelasi negative (jika, $4 - d < d < 4$), tidak ada autokorelasi positive / negative (jika, $du < d < 4 - du$).

Tabel 3.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,723 ^a	,522	,520	,06040275	1,993

Tabel 4.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,305 ^a	,093	,090	,26392188	2,015

Tabel 5.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,068	,005		14,348	,000
	Presentase kepemilika manajemen	-,001	,063	-,001	-,021	,983
	Tipe industri	-,003	,008	-,021	-,345	,731
	Profitabilitas	-,001	,007	-,012	-,200	,842

Tabel 6.
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,248	,072		3,441	,001
	Presentase kepemilikai manajemen	-,328	,194	-,105	-1,693	,092
	Tipe industri	,029	,025	,076	1,194	,234
	Profitabilitas	,017	,021	,050	,815	,416
	Pengungkapan informasi sosial	-,075	,124	-,038	-,603	,547

Tabel 7.
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standarized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,568	,007			
Prosentase kepemilikan manajemen	,035	,096	,022	,980	1,021
Tipe industri	,048	,012	,244	,980	1,020
Profitabilitas	-,002	,010	-,010	,999	1,001

Tabel 8.
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standarized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,803	,112			
Prosentase kepemilikan manajemen	-1,093	,302	-,215	,979	1,021
Tipe industri	,106	,038	,171	,923	1,083
Profitabilitas	-,063	,032	-,116	,999	1,001
Pengungkapan informasi sosial	-,187	,193	-,058	,942	1,062

Hasil uji autokorelasi tidak meng-indikasikan terjadinya autokorelasi positif maupun negatif. Pada regresi 1 dan 2 terlihat bahwa nilai D-W terletak pada $du < d < 4-du$.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terdapat ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, menggunakan uji *Glejser* (Rika dan Islahuddin, 2008). Jika hasilnya tidak signifikan atau nilai $sig > \alpha$ maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil uji heterokedastisitas menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak signifikan ber-pengaruh terhadap absolute residual dengan nilai $sig > 0,05(\alpha)$. Pada

Pengujian Hipotesis

Pada Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel prosentase kepemilikan manajemen adalah 0,363 dengan nilai sig sebesar $0,717 > \alpha 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa prosentase kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Hal ini dimungkinkan karena tingginya kepemilikan manajer terhadap perusahaan, sehingga menimbulkan konflik kepemilikan antara manajer dengan pemilik.

regresi 1 dan regresi 2 terlihat bahwa ukuran perusahaan. Karena kedua variabel nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance tersebut terjadi heterokedastisitas, walaupun lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan telah dilakukan penyembuhan namun tetap bahwa model regresi 1 dan model regresi 2 tidak saja terjadi heterokedastisitas. Sehingga yang terjadi multikolinearitas. Dalam peneliti-an ini dapat diuji hipotesisnya hanya hipotesis 1,4, terdapat pengurangan variabel leverage dan 5, 6, 7, 10 dan 11.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas merupakan uji yang ditunjukkan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel eksogen. Uji multikolinieritas ini dilihat dari nilai VIF atau *tolerance*.

Nilai t variabel tipe industri adalah 4,032 dengan nilai $sig 0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial.

Hal ini berarti bahwa industri yang *high profile* yaitu industri yang memiliki visibilitas konsu-men, risiko politisi yang tinggi, atau meng-hadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial yang lebih banyak dibandingkan industri yang *low profile*. Sedangkan nilai t untuk variabel pro-fitabilitas adalah -0,161 dengan nilai sig

0,872 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pe-ngungkapan informasi sosial. Hal ini ke-mungkinan disebabkan dampak dari

pengung-kapan informasi sosial dalam jangka pendek tidak dapat dirasakan langsung terhadap ting-kat profitabilitas perusahaan.

Tabel 9.
Hasil Regresi 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,568	,007		78,191	,000
	Prosentase kepemilikan manajemen	,035	,096	,022	,363	,717
	Tipe industri	,048	,012	,244	4,03	,000
	Profitabilitas	-,002	,010	-,010	-,161	,872

Pada tabel 9 menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel prosentase kepemilikan manajemen adalah 0,363 dengan nilai sig sebesar 0,717 > alpha 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa prosentase kepemilikan manajemen tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Hal ini dimungkinkan karena tingginya kepemilikan manajer terhadap perusahaan, sehingga menimbulkan konflik kepemilikan antara manajer dengan pemilik. Nilai t variabel tipe industri adalah 4,032 dengan nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Hal ini berarti bahwa industri yang high profile yaitu industri yang memiliki visibilitas konsumen, risiko politisi yang tinggi, atau menghadapi persaingan yang tinggi akan cenderung mengungkapkan informasi sosial

yang lebih banyak dibandingkan industri yang low profile.

Sedangkan nilai t untuk variabel profitabilitas adalah -0,161 dengan nilai sig 0,872 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial. Hal ini kemungkinan disebabkan dampak dari pengungkapan informasi sosial dalam jangka pendek tidak dapat dirasakan langsung terhadap tingkat profitabilitas perusahaan.

Dari tabel 10 diatas diketahui nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²* = 0,048), ini berarti bahwa variabel pengungkapan informasi sosial mampu dijelaskan oleh variabel prosentase kepemilikan manajemen, tipe industri dan profitabilitas sebesar 4,8%, sedangkan sisanya 95,2% mampu dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

Tabel 10.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,242 ^a	,058	,048	,088995511

^aPredictors: (Constant), Profitabilitas, Tipe industri, Prosentase kepemilikan manajemen.

^bDependent Variable: Pengungkapan informasi sosial.

Tabel 11.
Hasil Regresi 2

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	,803	,112		7,174	,000
Pengungkapan informasi sosial	-,187	,193	-,058	-,966	,335
Prosentase kepemilikan manajemen	-1,093	,302	-,215	-3,626	,000
Tipe industri	,106	,038	,171	2,792	,006
Profitabilitas	-,063	,032	-,116	-1,968	,050

Pada tabel 11 menunjukkan bahwa nilai t untuk variabel pengungkapan informasi sosial adalah -0,966 dengan sig sebesar 0,335 > alpha 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan informasi sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemungkinan hal ini karena pengungkapan CSR perusahaan di Indonesia masih sangat rendah dan pengukuran mengenai baik atau tidaknya perusahaan tidak dapat diukur langsung dari tingkat pengungkapan, sehingga pengungkapan belum bisa mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

Nilai t variabel prosentase kepemilikan manajemen adalah -3,626 dengan nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa prosentase kepemilikan manajemen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berarti semakin besar kepemilikan manajer di dalam perusahaan maka semakin produktif tindakan manajer dalam memaksimalkan nilai perusahaan, dengan kata lain biaya kontrak

dan biaya pengawasan menjadi rendah. Nilai t untuk variabel tipe industri adalah 2,792 dengan nilai sig 0,006 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tipe industri berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hal ini berarti bahwa perusahaan yang memiliki *high profile* akan cenderung lebih banyak memiliki kemampuan yang besar untuk dapat mencapai tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan atau meningkatkan nilai perusahaan dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki *low profile*. Nilai t variabel profitabilitas adalah -1,968 dengan nilai sig 0,050 = alpha (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mungkin dikarenakan rendahnya kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, sehingga *return* yang diharapkan oleh investor juga rendah. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah tidak akan diminati sahamnya oleh para investor.

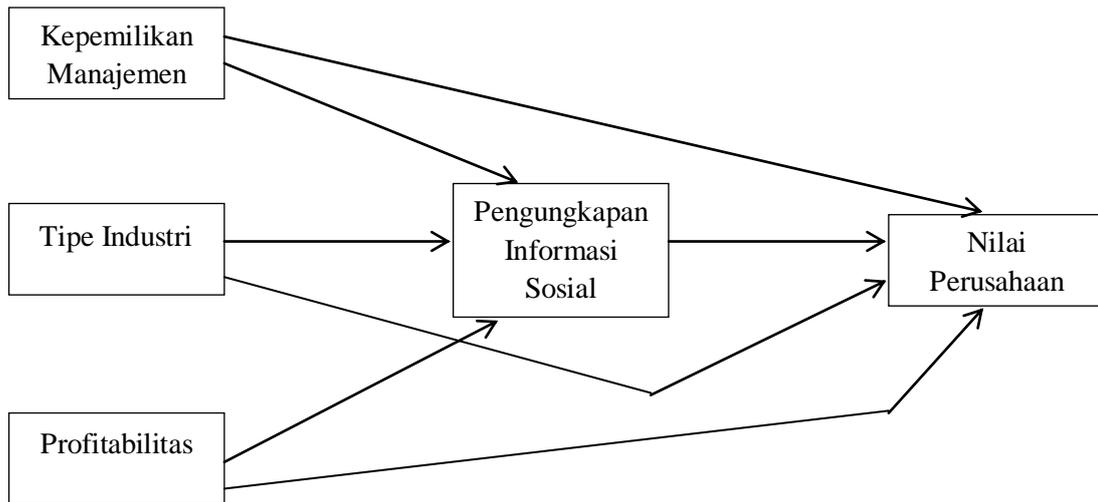
Tabel 12.
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,312 ^a	,097	,084	,02788093

Dari tabel 12 diatas diketahui nilai koefisien determinasi (Adjusted R²= 0,084), ini berarti bahwa variabel nilai perusahaan mampu di-jelaskan oleh variabel pengungkapan informasi sosial, prosentase

kepemilikan manajemen, tipe industri dan profitabilitas sebesar 8,4%, se-dangkan sisanya 91,6% mampu dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

Pengaruh langsung dan tidak langsung



Gambar 2.
Hubungan kepemilikan manajemen, tipe industri dan profitabilitas dengan nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi sosial

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan, bahwa *standardized coefficients beta* dari pe-ngaruh langsung prosentase kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan adalah -0,215 dan signifikan dengan nilai sig. *Standar-dized coefficients beta* dari pengaruh tidak langsung prosentase kepemilikan manajemen terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi sosial adalah 0,022 dan -0,058, keduanya tidak signifikan. *Standardized coefficients beta* dari pengaruh langsung tipe industri terhadap nilai perusahaan adalah 0,171 dan signifikan dengan nilai sig.

Pengaruh tidak langsung tipe industri terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi sosial adalah 0,0595 yaitu hasil pengkuadratan dari 0,244, pengkuadratan ini disebabkan pengaruh pengungkapan informasi sosial terhadap nilai perusahaan menunjukkan

hasil yang tidak sig-nifikan. *Standardized coefficients beta* dari pengaruh langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan adalah -0,116 dan tidak signifikan dengan nilai sig. Pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi sosial adalah -0,010 dan -0,058, keduanya tidak signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan secara keseluruhan bahwa variabel pengungkapan informasi sosial tidak berhasil menjadi variabel intervening dalam hubungannya dengan prosentase kepemilikan manajemen, tipe industri dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kemungkinan hal ini dikarenakan pengungkapan informasi sosial dianggap sebagai beban bagi perusahaan, karena menyalurkan kekayaan perusahaan untuk kepentingan sosial.

PENUTUP

Kesimpulan dalam penelitian ini yang pertama Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Tipe industri berpengaruh secara signifikan terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Kedua, pengungkapan informasi sosial dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan tipe industri berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan yang terakhir variabel pengungkapan informasi sosial tidak berhasil menjadi variabel intervening dalam hubungan-nya dengan prosentase kepemilikan manajemen, tipe industri dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kemudian keterbatasan dalam penelitian ini pertama, sampel penelitian hanya terdiri dari perusahaan selain bank dan lembaga keuangan dan perusahaan yang laba saja, peneliti tidak menggunakan sampel semua perusahaan dan perusahaan yang rugi sehingga jumlah sampel-nya pun terbatas. Kedua, data yang digunakan dalam penelitian ini sebagian besar berupa data laporan tahunan perusahaan sehingga tidak semua item di dalam daftar pengungkapan informasi sosial yang diungkapkan secara jelas sebagaimana di dalam laporan berkelanjutan. Dan terakhir, adanya pengurangan variabel leverage dan ukuran perusahaan karena dalam uji heterokedastisitas variabel tersebut terjadi heterokedastisitas. Walaupun telah dilakukan penyembuhan namun tetap saja terjadi heterokedastisitas.

Maka saran untuk penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan sampel perusahaan yang laba dan rugi sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan, menambahkan periode penelitian dan menggunakan laporan tahunan yang paling mutakhir untuk menggambarkan kondisi yang terbaru, dan

menggunakan alat analisis lain seperti SEM atau AMOS dengan menambah beberapa variabel intervening yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr Reni Retno. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Makalah Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IX Padang*.
- Haruman, Tendi. 2008. Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi (SNA) 11*.
- Herawaty, Vinola. 2008. Peran Praktek *Corporate Governance* Sebagai Moderating Variable dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi (SNA) XI*.
- Herry dan Hamin. 2006. Tingkat Kepemilikan Manajerial dan Nilai Perusahaan: Bukti Empiris pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen & Bisnis vol 1 no 2, Desember*.
- Magdalena, Nonie dan Herlina. 2008. *Pengembangan Value-Based Management melalui corporate Social Responsibility dan Premiumisation sebagai strategi menembus persaingan pasar masa depan*. Universitas Kristen Maranatha. Surabaya, 6 September.
- Nurmansyah, Agung. 2006. *CSR: Isu dan Implementasinya*. Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha Yogyakarta, vol 14 No 1 Januari-April hal 86-98.

- Siregar, Chairil N. 2007. Analisis Sosiologi Terhadap Implementasi CSR pada Masyarakat Indonesia. *Jurnal Sositologi edisi 12 tahun 6, Desember hal 285-288.*
- Sudarmadji, Ardi Murdoko dan Sularto, Lana. 2007. Pengaruh ukuran perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT vol 2, Agustus.*
- Sulistyo, Heru. 2008. Pelaporan Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Jangka Panjang. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi vol 9 no 1, Januari hal 31-37.*
- Sulistiyowati, Firma. 2004. Pengungkapan Kinerja Sosial: Wujud Pertanggungjawaban Perusahaan Kepada Publik. *Antisipasi vol 8 no 1 hal 66-86.*
- Suwaldiman. 2000. Pentingnya Pertimbangan Tanggungjawab Sosial Perusahaan dalam Penetapan Tujuan Pelaporan Keuangan dalam *Conceptual Framework* Pelaporan Keuangan Indonesia. *JAAI vol 4 no 1, Juni hal 67-93.*
- Sembiring, Eddy Rismada. 2003. Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan pada Hutang dan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IV Surabaya, 16-17 Oktober.*
- Soliha, Euis dan Taswan. 2002. Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, September, Semarang.*
- Syamsuddin, M Taufiq. 2006. Pengungkapan Akuntansi Sosial Sebagai Bentuk Tanggungjawab sosial Perusahaan (studi kasus pada PT Pusri Palembang). *Fordema vol 6 no 2, November hal 175-186.*
- Tanudjaja, Bing Bedjo. 2009. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Tumirin. 2007. Analisis Penerapan Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Beta vol 6 no 1, September.*
- Wahyudi, Untung dan Hartini P. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai perusahaan: Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Makalah Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IX Padang.*
- Yuniasih, Ni Wayan dan Wirakusuma, Made Gede. 2006. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana.