



PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI 2008 – 2012

Arief Raharjo, Indira Djanuarti¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

Corporate social responsibility is the companies commitment to support the realization of sustainable development. Legitimacy theory explains that social responsibility disclosure to obtain the legitimacy where the companies located. The legitimact will increase corporate reputation, That will eventually affect the firm value. Data collection method using pursosive sampling method for listed mining companies in Indonesian Stock Exchange during 2008 until 2012. The result of this research show that corporate social responsibilities give positive effect toward firm value.

Keyword : corporate social responsibility, firm value, mining company, legitimacy theory

Pendahuluan

Industri pertambangan merupakan salah satu industri yang berkontribusi terhadap pembangunan dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dalam situasi krisis global pada beberapa tahun terakhir ini, Indonesia tetap meraih pertumbuhan ekonomi positif sekitar 4% di tahun 2009. Sektor mineral dan gas merupakan salah satu industri berbasis sumber daya alam yang dapat diharapkan akan memberikan kontribusi cukup signifikan. Namun, sebagian masyarakat masih mencitrakan aktivitas di industri pertambangan sebagai salah satu penyumbang kerusakan lingkungan terbesar di Indonesia.

¹ Corresponding Author

Industri pertambangan memberikan dampak positif dan negatif bagi lingkungan sekitarnya. Bahan tambang dan produk buangnya, berupa abu, dan kerak sisa pembakaran mengandung berbagai logam berat; seperti arsenik, timbal, merkuri, nikel, kadmium, barium, cromium, tembaga, seng, selenium, dan radium, yang sangat berbahaya jika dibuang di lingkungan. Beberapa bahan tambang juga mengandung uranium dalam konsentrasi rendah, torium, dan isotop radioaktif yang terbentuk secara alami yang jika dibuang akan mengakibatkan kontaminasi radioaktif. Meskipun senyawa – senyawa ini terkandung dalam konsentrasi rendah, namun akan memberi dampak signifikan jika dibuang ke lingkungan dalam jumlah yang besar. Industri pertambangan juga memiliki dampak positif. Menurut Elsam (2003) kehadiran perusahaan pertambangan di suatu daerah niscaya membawa kemajuan terhadap warga di sekitarnya. Beroperasinya sebuah pertambangan di suatu daerah akan menghadirkan kehidupan yang lebih sejahtera, keamanan yang terjamin, dan kehidupan sosial yang lebih baik. Pemikiran demikian didasarkan pada pandangan bahwa perusahaan pertambangan merupakan agen perubahan sosial – ekonomi bagi masyarakat di sekitar lokasi pertambangan. Perusahaan tambang akan membawa arus investasi, membongkar isolasi warga, dan membuka akses warga terhadap dunia luar. Dengan hadirnya perusahaan pertambangan, akan dibangun berbagai infrastruktur yang diperlukan, seperti jalan, aliran listrik, air bersih, transportasi, dan jaringan komunikasi.

Perusahaan tambang tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang hanya berpijak pada *single bottom line* yaitu digambarkan dalam kondisi keuangannya saja. Saat ini, perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu tanggung jawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan, dan keuangan sehingga setiap perusahaan diwajibkan mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR). Sudah menjadi fakta, bagaimana resistensi masyarakat sekitar di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya. Tanggung jawab sosial perusahaan sudah tidak lagi dianggap sebagai biaya yang harus ditanggung perusahaan untuk meningkatkan citra, akan tetapi dianggap sebagai investasi dan alat komunikasi untuk memperkenalkan perusahaan ke masyarakat (Husin, 2011)

Nilai perusahaan tambang dinilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial di dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan (*sustainable*). Menurut Hackston & Milne (1996) semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan juga

semakin besar/banyak. 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.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerjasama dengan karyawan, komunitas setempat, dan masyarakat untuk meningkatkan kualitas kehidupan. Tanggung jawab sosial perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder*, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas masyarakat, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor (Kusumadilaga, 2010). *Global Compact Initiative* (2002) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (Nugroho, 2007).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan aktivitas lintas sektor dan menjadi modal sosial yang harus dioptimalkan melalui mekanisme kemitraan yang berperan meningkatkan sosio – ekonomi masyarakat dan komunitas lokal yang berada di sekitar perusahaan. Program ini diarahkan dan diterapkan untuk menambah akses masyarakat dalam mencapai sosio – ekonomi yang lebih baik, jika dibandingkan dengan sebelum adanya kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan. Sehingga masyarakat di wilayah tersebut diharapkan lebih mandiri dengan kualitas kehidupan dan kesejahteraan yang lebih baik. Sasaran kapasitas masyarakat harus dapat dicapai melalui upaya pemberdayaan supaya anggota masyarakat dapat terlibat dalam proses produksi atau institusi penunjang proses produksi, dengan tidak membedakan status dan keahlian, keamanan, keberlanjutan dan kerjasama.

Program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan investasi bagi perusahaan demi pertumbuhan yang keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan dan bukan lagi dilihat sebagai sarana biaya melainkan sebagai sarana meraih keuntungan (*profit centre*). Program – program tanggung jawab sosial perusahaan merupakan komitmen perusahaan untuk mendukung terwujudnya pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development*). *Corporate Social Responsibility* pada saat ini bukan lagi bersifat sukarela bagi perusahaan dalam mempertanggung jawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib bagi perusahaan untuk menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang –

Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007.

Menurut Husin (2011) perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila dipraktekkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya: dapat memperlancar komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi perusahaan. Dipilihnya industri pertambangan, karena mayoritas industri pertambangan di Indonesia masih menggunakan metode *open mining* dimana metode tersebut akan berdampak langsung terhadap kelangsungan hidup ekosistem yang berada di permukaan bumi. Industri pertambangan juga termasuk dalam kategori industri *high – profile* yang memiliki visibilitas dari stakeholder, risiko politis yang tinggi, dan menghadapi persaingan yang tinggi. Industri high profile umumnya merupakan industri yang memperoleh sorotan dari masyarakat karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas (stakeholder).

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan implementasi dari teori legitimasi. Gray, Kouhy, dan Lavers (1994) mengatakan “teori legitimasi merupakan perspektif teori yang berada dalam kerangka teori ekonomi – politik”. Menurut Harsanti (2011), perspektif ekonomi – politik memandang laporan akuntansi sebagai dokumen ekonomi, politik, dan sosial. Hal tersebut dianggap sebagai alat untuk mengkonstruksi, mempertahankan, dan melegitimasi rencana, institusi, dan ideologi yang mana akan memberikan kontribusi bagi kepentingan perusahaan. Teori legitimasi menyatakan bahwa organisasi secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma – norma masyarakat dimana mereka berada (Harsanti, 2011).

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibilities* (CSR) merupakan salah satu mekanisme yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders*. Disarankan bahwa CSR merupakan jalan masuk dimana beberapa organisasi menggunakannya untuk memperoleh keuntungan atau memperbaiki legitimasi (Nurkhin 2009). Teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan dalam upaya untuk mendapatkan legitimasi dimana perusahaan itu berada. Legitimasi ini pada tahap selanjutnya akan mengamankan posisi perusahaan dari hal – hal yang tidak diinginkan.

Lebih jauh lagi, legitimasi ini akan meningkatkan reputasi perusahaan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut (Harsanti 2011).

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan diungkapkan oleh Agustina (2012). Pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. Karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

Harsanti (2011) menjelaskan bahwa pengungkapan sosial dilakukan dalam upaya mendapatkan legitimasi, dimana perusahaan tersebut berada. Legitimasi akan mengamankan posisi perusahaan dari hal – hal yang tidak diinginkan. Lebih jauh lagi, legitimasi akan meningkatkan reputasi perusahaan yang akhirnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan tersebut. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan :

H_1 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel tanggung jawab sosial perusahaan pada penelitian ini diproksikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing – masing perusahaan. Dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan oleh perusahaan pada annual report dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Sayekti dan Wondabio, 2007) berdasarkan indeks pada *Global Reporting Initiative*, yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$CSD = \frac{n}{k}$$

CSD (corporate social responsibility disclosure) : indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

n : jumlah item pengungkapan yang dipenuhi.

k : jumlah semua item pengungkapan tanggung jawab sosial berdasar GRI (79 item)

Salah satu metode yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967). Rasio ini menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap nominal uang investasi inkremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru. Jika rasio Q di bawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Herawaty, 2008). Variabel ini diberi simbol Q. Variabel ini telah digunakan oleh Darmawaty dan Khomsiyah (2004), serta Rustiarini (2010). Penghitungan menggunakan rumus :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{TA}$$

Dimana :

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (*closing price* akhir tahun x saham beredar akhir tahun).

D = Nilai buku dari total hutang.

TA = Total asset perusahaan.

Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria sampel yang akan digunakan yaitu : perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2008 sampai dengan 2012,

menyediakan laporan tahunan lengkap selama tahun 2008 sampai dengan 2012, dan memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Metode Analisis

Pengujian hipotesis menggunakan alat analisis regresi linear sederhana, sebagai berikut : $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$.

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan.

α = Konstanta.

β_1 = Koefisien Regresi.

X_1 = Tanggung jawab sosial perusahaan.

e = *Error Term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Berdasarkan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sejumlah 6 perusahaan, dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 1
Daftar perusahaan yang dijadikan sampel

| Kode Perusahaan. | Nama Perusahaan. |
|------------------|---|
| PTBA | PT Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk. |
| ELSA | Elnusa Tbk. |
| ENRG | Energi Mega Persada Tbk. |
| MEDC | Medco Energy International Tbk. |
| ANTM | Aneka Tambang (Persero) Tbk. |
| INCO | Vale Indonesia Tbk. |

Sumber: data sekunder yang diolah, 2013

Deskripsi Variabel

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa nilai rata – rata dari rasio Q adalah 1,56 hal tersebut menunjukkan bahwa sampel industri pertambangan dalam penelitian ini menarik bagi para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan – perusahaan tersebut. Nilai tertinggi untuk rasio Q adalah 6,32 dan nilai terendahnya adalah 0,068. Rata – rata indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan industri pertambangan yang dijadikan sampel adalah 0,10 atau 10%. Indeks pengungkapan sosial perusahaan tertinggi adalah 0,18 dan nilai terendahnya adalah 0,03 Angka – angka tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkan indeks GRI masih rendah.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

| Variabel | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|
| | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic | Statistic |
| tobinsq | 30 | ,0686 | 6,3239 | 1,566629 | 1,4224653 |
| csr | 30 | ,0380 | ,1899 | ,100844 | ,0372376 |
| Valid N (listwise) | 30 | | | | |

Sumber: data sekunder yang diolah, 2013

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan penilaian kelayakan model regresi (*goodness of test*), nilai signifikan menunjukkan angka sebesar 0,003. Dengan demikian nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$. Hal ini menunjukkan bahwa model *regresi logistic* tersebut layak dipakai untuk menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji statistik menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini dapat diterima. Diterimanya hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,003. Argumentasi yang mendasari hasil penelitian ini adalah karena manajemen menyadari arti penting CSR sebagai investasi sosial jangka panjang dan manajemen memahami bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak - pihak lain yang berkepentingan.

Kesimpulan dan Keterbatasan

Kesimpulan pada penelitian ini adalah semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan perusahaan, akan semakin menambah nilai perusahaan industri pertambangan. Penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Pertama, penelitian ini hanya menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan tidak meneliti

variabel lainnya yang mungkin berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kedua, penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan pertambangan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, untuk penelitian selanjutnya disarankan agar dapat menambah variabel independen selain tanggung jawab sosial perusahaan, misalnya kepemilikan manajemen, dan jumlah dewan komisaris. Selanjutnya, disarankan agar penelitian selanjutnya tidak hanya menggunakan sampel perusahaan pertambangan, misalnya perusahaan rokok, serta perusahaan industri dasar dan kimia. Hal tersebut dilakukan agar hasil penelitian dapat digeneralisir.

Referensi

- Agustina, Silvia. 2013. Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. "*Jurnal Akuntansi Universitas Negeri Padang*", Vol. 1, No. 1.
- Elsam, 2003, *Perjuangan Amungme Antara Freeport dan Militer*, Insist Press: Yogyakarta.
- Gray, R., Kouhy, R., Lavers, S. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure, "*Accounting, Auditing and Accountability Journal*", Vol. 8, No. 2, pp. 47-77, 1995.
- Hackston, David and Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. "*Accounting, Auditing and Accountability Journal*". Vol. 9, No. 1, p. 77-108.
- Harsanti, Ponny. 2011. *Corporate Social Responsibility dan Teori Legitimasi*. "Mawas", Juni 2011.
- Herawati, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Husin, Ahmad. 2011. Pergeseran paradigma *corporate social responsibility* sebagai investasi menuju *competitive advantage*. "*Forum Akademika*", h. 26 – 38.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "*Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*". *Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro*.



- Nugroho, Yanuar. 2007. "Dilema Tanggung Jawab Korporasi". <http://www.unisosdem.org/nugroho>. Diakses tanggal 10 Juni 2013.
- Nurkhin, Ahmad. 2009. "*Corporate Governance* dan Profitabilitas; Pengaruhnya Terhadap Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia)". *Tesis* Magister Akuntansi, Universitas Diponegoro.
- Permanasari, Wien Eka. 2010. "Pengaruh Kepemilikan Manajemen, Kepemilikan Institusional, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan". *Skripsi* Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro. Rakhimah, A. N. dan Agustia, D. 2009. Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XII*. Palembang.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* Pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Sayekti, Yosefa & Wondabio, Ludovicus Sensi. 2007. Pengaruh *CSR Disclosure* terhadap *Earning Response Coefficient*. *Simposium Nasional Akuntansi X*
- The world business council for sustainable development. "*Corporate Social Responsibility: Meeting changing expectations*", <http://www.wbcsd.org/>. diakses 10 Januari 2013.

