

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep akuntansi yang dapat membuat perusahaan mau melaksanakan tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan masyarakat. *Corporate Sosial Responsibility*(CSR) timbul sebagai akibat dari kegiatan operasional perusahaan yang tidak hanya berdampak positif, tetapi juga mempunyai dampak negatif terutama bagi masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. (Wibisono, 2007)

Penerapan CSR yang pada awalnya bersifat sukarela untuk memenuhi kewajiban perusahaan yang tidak memiliki kaitan dengan strategi dan pencapaian tujuan jangka panjang, menjadi suatu kegiatan strategis yang memiliki keterkaitan dengan pencapaian tujuan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini dikarenakan banyak sekali manfaat penerapan *Corporate Social Responsibility*(CSR) secara benar dan konsisten. Kotler dkk (2005) menyebutkan bahwa terdapat manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dengan melaksanakan kegiatan strategis tersebut.

Menurut Rahman (2009), suatu kegiatan dalam praktiknya disebut CSR apabila memiliki sejumlah unsur, yaitu *continuity and sustainability* (berkesinambungan dan berkelanjutan), *community empowerment* (pemberdayaan komunitas), dan *two ways communication* (komunikasi dua arah), sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan kegiatan CSR yang akan dilakukan.

Corporate Social Responsibility sendiri merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan yang sesuai dengan Pasal 74 ayat 1 Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Undang – Undang tersebut mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang/berkaitan dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Begitu pula dalam pasal 66 ayat 2c Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 juga dinyatakan bahwa semua perusahaan wajib untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan. Peraturan lain yang mengatur tentang CSR terdapat dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal. Pasal 15 (b) menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan.

Meski telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang. Selama ini pengungkapan mengenai kegiatan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk *image* bahwa dalam pandangan *stakeholder* perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995). Selain itu, apa yang dilaporkan dan diungkapkan sangat beragam, sehingga menyulitkan pembaca laporan tahunan untuk melakukan evaluasi (Utama, 2007). Hingga kini belum terdapat kesepakatan standar pelaporan

CSR yang dapat dijadikan acuan bagi perusahaan dalam menyiapkan laporan CSR (Jalal, 2007).

Peristiwa yang terjadi belakangan ini juga ikut menyadarkan akan arti penting penerapan CSR. Sebagai contoh adalah kasus lumpur panas di ladang migas PT. Lapindo Brantas di Sidoarjo. Pada kasus tersebut mengakibatkan perusahaan mengeluarkan anggaran yang tidak kecil bahkan terhenti operasionalnya akibat adanya komplain masyarakat (Jalal, 2007).

Masalah isu pencemaran lingkungan yang lain adalah pencemaran yang dilakukan perusahaan tambang PT Newmont Minahasa Raya yang beroperasi di wilayah Teluk Buyat, Kabupaten Bolaang Mongondouw Sulawesi Utara tahun 2004. Limbah tailing (sisa buangan tambang) yang dihasilkan perusahaan tambang emas itu disebut-sebut mengakibatkan lebih dari 100 warga di Teluk Buyat terkena penyakit Minamata. Penyakit Minamata yang selama ini menyerang syaraf dikenal sebagai penyakit yang muncul akibat terkontaminasi logam berat seperti arsenik dan merkuri. Sejumlah LSM seperti Walhi dan Jatam menyampaikan bahwa penyakit yang diderita masyarakat di sekitar Teluk Buyat karena bertambahnya kadar arsen dan merkuri di laut di tempat PT Newmont membuang limbahnya (Anatan, 2010).

Terdapat fenomena lain di tahun 2009 yang menggambarkan bahwa perusahaan tambang merupakan perusahaan yang sangat sensitif pada dampak pencemaran lingkungan. Fenomena lain itu adalah Gencarnya isu dari LSM lingkungan yang kerap mengidentikkan pertambangan dengan kehancuran lingkungan dinilai tidak tepat. Kalaupun isu itu gencar terjadi di Indonesia, karena

tidak adanya rencana reklamasi dari perusahaan pertambangan. Kebanyakan perusahaan pertambangan di Indonesia hanya melakukan pekerjaan besar, padahal mereka seharusnya bukan hanya melakukan replantasi (pekerjaan yang besar) namun juga melakukan reklamasi (pemanfaatan suatu kawasan). Kedua hal itu adalah hal yang berbeda, reklamasi adalah perencanaan peruntukan daerah pertambangan setelah dieksploitasi, sedangkan replantasi adalah penanaman kembali daerah tambang pasca dieksploitasi. Reklamasi itu sendiri juga merupakan salah satu kegiatan CSR yang dapat memulihkan kembali pemanfaatan lingkungan dan kawasan yang telah dieksploitasi sumber daya alamnya (Soewarno, 2009).

Pentingnya CSR juga ditunjukkan dengan adanya perhatian Menteri Negara Lingkungan Hidup Rachmat Witoelar yang menyatakan bahwa perusahaan sudah seharusnya bertanggungjawab atas emisi karbon dioksida yang mereka lakukan dan tanggung jawab tersebut seharusnya masuk ke inisiatif CSR (Jalal, 2007 dalam Lindarwati, 2008). Perusahaan yang menyatakan memiliki komitmen CSR yang tinggi sudah sewajarnya melakukan perhitungan atas emisinya (gas sisa hasil pembakaran) dan melakukan upaya menetralkan dampak tersebut. Pernyataan ini memang sangat relevan, mengingat pemanasan global memang sangat berkaitan dengan aktivitas perusahaan. Dalam *handbook of Indonesia's Energy Economy Statistics* (2005).

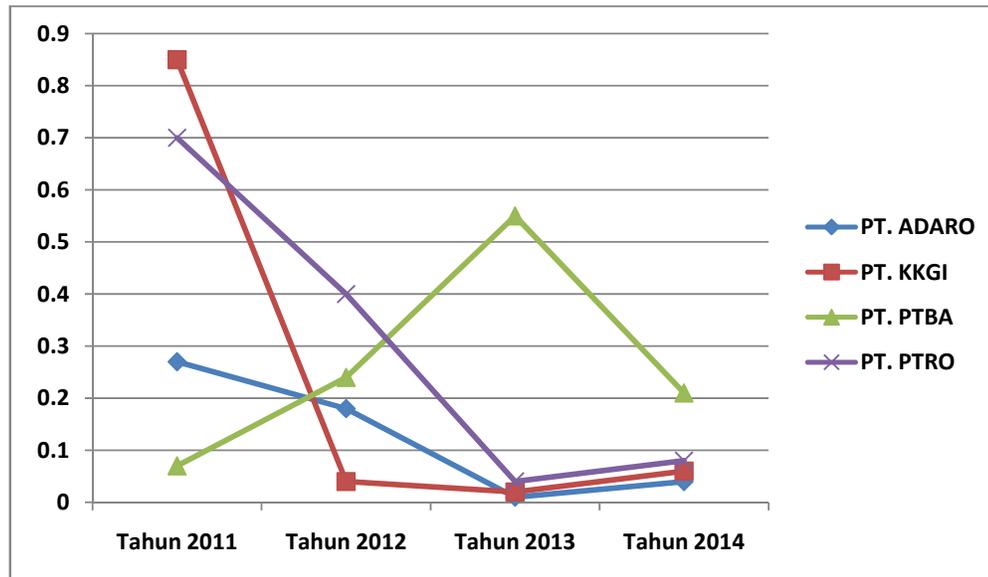
Namun demikian banyak juga perusahaan-perusahaan di Indonesia yang sukses dalam menjalankan CSR. Fenomena keberhasilan CSR antara lain dilakukan oleh PT. Djarum dengan program beasiswa bagi para mahasiswa

berprestasi. PT. Indocement Tungal Prakasa, Tbk. adalah salah satu contoh perusahaan yang sangat peduli pada kelestarian lingkungan hidup melakukan kegiatan Program *Clean Development Mechanism* (CDM). Program Mitra Produksi Sampoerna (MPS) merupakan program kemitraan yang dilakukan dengan perusahaan kecil dan menengah, koperasi, dan pondok pesantren untuk menjadi mitra produksi perusahaan (Anatan, 2010 dan Tjahyono, 2011).

Indonesia mewajibkan semua perusahaan melaksanakan CSR sesuai dengan UU Perseroan Terbatas pasal 74 yang memuat aturan tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selain itu, berdasarkan Undang-undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 disebutkan bahwa perusahaan yang tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha, dan yang terakhir adalah pencabutan izin kegiatan (Soewarno, 2009).

Variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* digunakan sebagai faktor-faktor yang diduga memiliki pengaruh terhadap luas pengungkapan *corporate social responsibility*. Penelitian ini juga menggunakan variabel *corporate social responsibility* sebagai variabel *mediasi* yang memiliki pengaruh terhadap nilai pasar perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah peningkatan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku total *asset* yang besar dan laba yang tinggi (Mahatma Dewi dan Wirajaya, 2013). Sedangkan pada perusahaan kecil akan memiliki kapitalisasi pasar yang kecil, nilai buku total *asset* yang kecil dan laba yang rendah.



Universitas
Esa Unggul

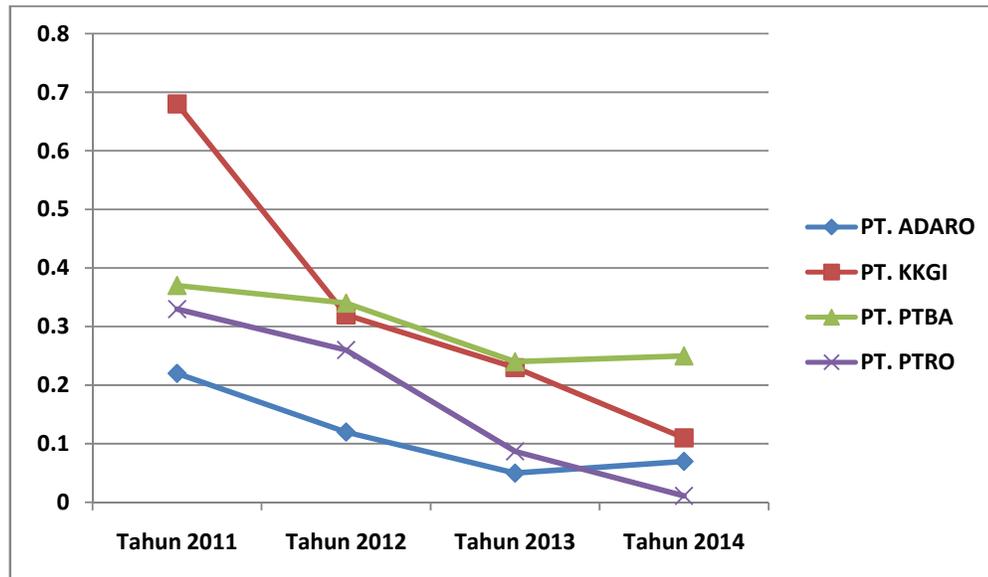
ukuran perusahaan menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat.

Pangsa pasar relatif menunjukkan daya saing perusahaan lebih tinggi dibandingkan pesaing utamanya. Investor akan merespon positif sehingga

nilai perusahaan akan meningkat. Apabila sebaliknya kondisi grafik ukuran perusahaan menurun maka akan menggambarkan penurunan minat investor untuk membeli saham dan menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Febrina dan Agung (2011), Sembiring (2005) membuktikan adanya pengaruh ukuran terhadap pengungkapan CSR. Tetapi, Arief dan Kurnia (2008), membuktikan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah ukuran perusahaan atau *size* dapat dilihat dari total *asset* yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin luas pengungkapan informasi yang akan disajikan karena masyarakat akan mengawasi terkait hal-hal yang dilakukan perusahaan dalam aktivitas perusahaan. Dari hasil penelitian Andreas dan Chrystina Lawer (2011) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal perusahaan itu sendiri (Sartno, 2010; 122). Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinze, 1976 dalam Florence, *et al.*, 2004).



Universitas
Esa Unggul

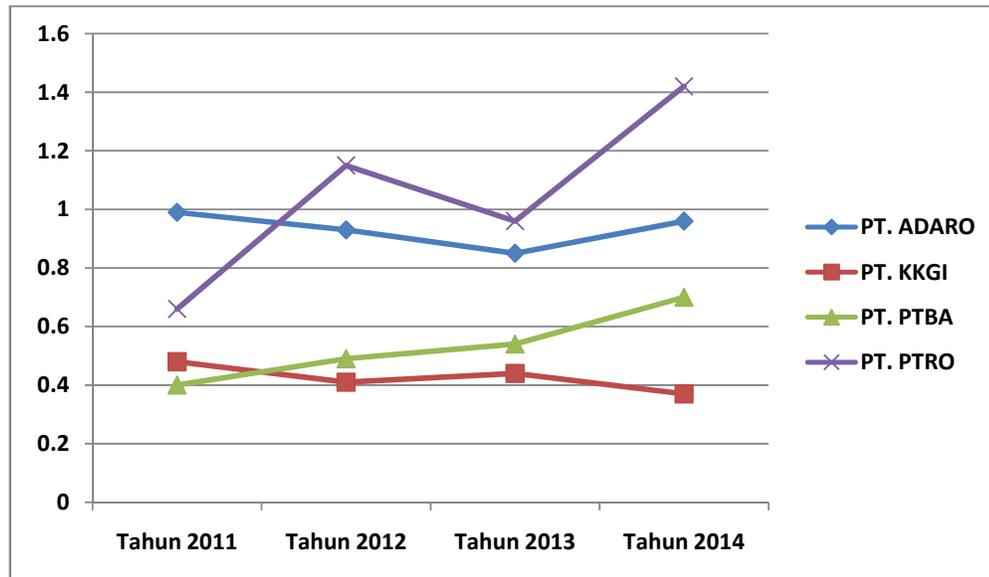
Alam Indonesia, PT. Batu Bara Bukit Asam, dan PT. Petroesa Tbk. Fenomena ini dapat disimpulkan bahwa semakin besar profitabilitas perusahaan menunjukkan prospek perusahaan yang bagus sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Pembayaran dividen yang semakin meningkat

menunjukkan prospek perusahaan semakin bagus sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham dan nilai perusahaan akan meningkat.

Penelitian yang dilakukan oleh Bowman dan Haire (1976) serta Preston (1978) dalam Heckston dan Milne (1996) mendukung hubungan profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Sedangkan penelitian yang dilakukan Heckston dan Milne (1996) dan Belkaoui dan Karpik (1989) melaporkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Pengaruh Profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut Bowman dan Haire (1976) dalam Heckston dan Milne (1996) bahwa kepekaan sosial membutuhkan gaya managerial yang sama sebagaimana yang diperlukan untuk dapat membuat perusahaan menguntungkan (*profitable*).

Menurut Irawati (2006:42), *leverage* merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam hal menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban/biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan. Kontrak utang biasanya berisi tentang ketentuan bahwa perusahaan harus menjaga tingkat *leverage* tertentu (rasio utang/ekuitas).



Universitas
Esa Unggul

disimpulkan bahwa semakin semakin tinggi tingkat *leverage*, maka menunjukkan bahwa komposisi total hutang semakin besar di banding dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar

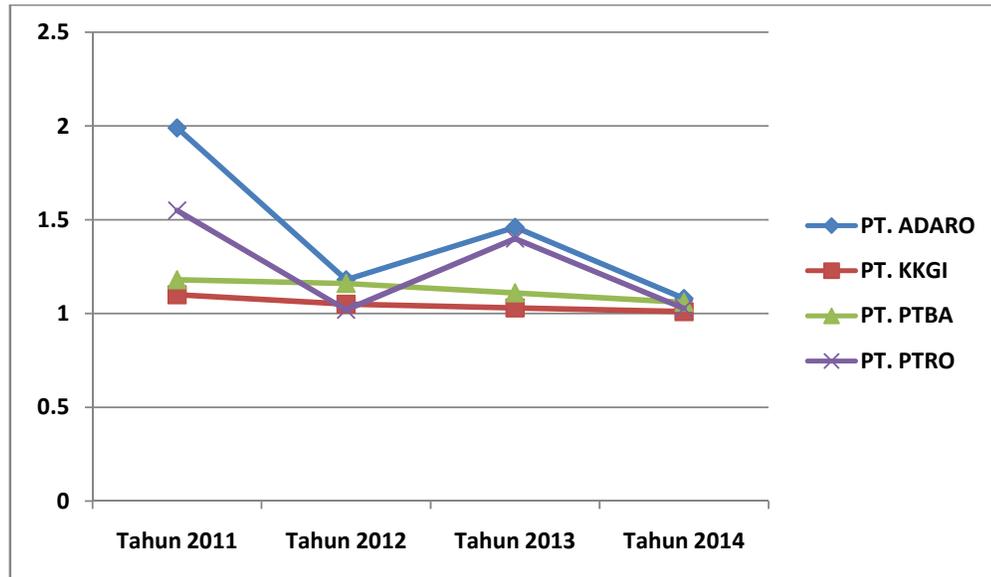
(kreditur). Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut sebagai usaha mendapatkan hasil yang lebih konsisten.

Beberapa penelitian menghubungkan *leverage* dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2007) menyatakan bahwa menemukan hubungan yang negatif tidak signifikan antara kedua variabel tersebut. Brigham dan Houston (2006) menyatakan rasio total hutang terhadap total ekuitas, yang pada umumnya disebut *Debt to Equity Ratio* (DER), untuk mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang.

Pengaruh *leverage* terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio leverage yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan struktur modal seperti itu lebih tinggi (Jensen & Meckling, 1976). Tambahan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Schipper, 1981 dalam Marwata, 2001 dan Meek, et al, 1995 dalam Fitriany, 2001).

Nilai perusahaan tercermin dari harga saham yang stabil dan dalam jangka panjang mengalami kenaikan. Semakin tinggi harga saham maka 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. Untuk mencapai hal tersebut, perusahaan mengharapkan manajer keuangan melakukan tindakan terbaik bagi

perusahaan denganmemaksimalkan nilai perusahaan sehingga kemakmuran (kesejahteraan)pemilik atau pemegang saham dapat tercapai. (Husnan, 2000 : 7)



Universitas
Esa Unggul

2014. Fenomena empiris dalam penelitian ini didasarkan pada inkonsistensi data, dimana berdasarkan penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan PT. Adaro Energy Tbk, PT. Resource Alam Indonesia, PT. Batu Bara Bukit Asam, dan PT. Petroesa Tbk. Fenomena ini dapat disimpulkan bahwa semakinSemakin

tinggi harga saham makasemakin tinggi pula nilai perusahaan, sedangkan jika semakin rendah nilai pasar harga saham maka akan semakin rendah juga nilai perusahaan bagi pihak investor yang akan membeli saham.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dapat diprosikan dengan *price to book value* (PBV). *Price to book value* merupakan pembagian nilai pasar saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai *price to book value* (PBV) yang lebih dari 1 dikatakan sebagai *overvalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih tinggi dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang kurang dari 1 dikatakan sebagai *undervalued* yang dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai lebih rendah dibandingkan nilai bukunya. Nilai PBV yang sama dengan 1 dapat diartikan bahwa saham perusahaan dinilai sama dengan nilai bukunya (Damodaran, 1997 : 108)

Beberapa penelitian sebelumnya telah mencoba untuk mengungkapkan aktivitas CSR dalam pengungkapan sosial perusahaan berpengaruh secara positif dengan nilai pasar perusahaan. Penelitian tersebut diantaranya dilakukan oleh Balabanis dkk (1988) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang *listing* di *London Stock Exchange* berkorelasi positif dengan profitabilitas secara keseluruhan. Dahlia dan Siregar (2008) menunjukkan hubungan positif *corporate social responsibility* dan nilai pasar perusahaan yang diukur dengan menggunakan PBV (*Price to Book Value*).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Price to Book Value* (PBV) adalah jika nilai saham naik maka perusahaan akan mencapai nilai maksimal dan kemakmuran pemegang saham juga ikut meningkat, sehingga tujuan perusahaan akan mudah tercapai. Oleh sebab itu harga saham akan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang salah satunya adalah pengungkapan laporan dalam melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan.

Perusahaan pertambangan adalah salah satu jenis perusahaan yang melakukan jenis ekstraksi mineral dan bahan tambang lainnya dari dalam bumi. Penambangan adalah proses pengambilan material yang dapat diekstraksikan dari dalam bumi. Tambang sendiri adalah tempat terjadinya kegiatan proses penambangan. Definisi pertambangan sesuai UU Minerba No.4 Tahun 2009, adalah sebagian tahapan kegiatan dalam rangka penelitian, pengelolaan dan pengusahaan mineral atau batu bara yang meliputi penyelidikan umum, eksplorasi, studi kelayakan, konstruksi, penambangan, pengelolaan, dan pemurnian serta kegiatan pasca tambang.

Penelitian ini memilih menggunakan perusahaan industri pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2010-2014 disebabkan karena perusahaan industri pertambangan banyak menimbulkan efek lingkungan yang berdampak buruk bagi masyarakat dalam proses operasionalnya, seperti polusi udara dan pencemaran limbah sisa hasil produksi perusahaan. Sehingga, perusahaan ini perlu menerapkan *Corporate Social Responsibility* sebagai

pemenuhan tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungan disekitarnya.

Motivasi dalam penelitian ini adalah penggunaan industri pertambangan sebagai objek didalam penelitian, karena industri pertambangan merupakan jenis industri *high profile* yang memiliki visibilitas dari *stakeholder*, resiko politisi yang tinggi dan akan banyak menghadapi persaingan yang tinggi. Industri *high profile* umumnya merupakan industri yang memperoleh sorotan dari masyarakat, karena aktivitas operasinya memiliki potensi yang berhubungan dengan kepentingan luas (*stakeholder*).

Dari beberapa alasan dan penjelasan diatas, maka peneliti bermaksud untuk mengajukan penelitian yang berjudul “ **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Pasar Perusahaan Yang di Mediasi oleh Corporate Social Responsibility (Studi Empiris: Pada Industri Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014).**

1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Lemahnya penegakan peraturan hukum tentang pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang masih bersifat sukarela dalam

mengungkapkan tanggungjawab sosial perusahaan kepada pihak publik melalui laporan tahunan perusahaan.

2. Masih banyaknya perusahaan industri pertambangan yang masih kurang peduli terhadap dampak yang ditimbulkan dari kegiatan operasi usahanya.
3. Berdasarkan fenomena grafik Ukuran Perusahaan pada industri pertambangan masih menunjukkan hasil yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan) pada tahun periode 2011-2014.
4. Berdasarkan fenomena grafik Profitabilitas pada industri pertambangan masih menunjukkan hasil yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan) pada tahun periode 2011-2014.
5. Berdasarkan fenomena grafik *Leverage* pada industri pertambangan masih menunjukkan hasil yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan) pada tahun periode 2011-2014.
6. Berdasarkan fenomena grafik Nilai Pasar Perusahaan pada industri pertambangan menunjukkan hasil nilai PBV (*Price to Book Value*) yang fluktuatif (kenaikan dan penurunan) pada tahun periode 2011-2014.
7. Industri pertambangan mempunyai risiko relatif yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan komoditi sehingga menimbulkan dampak lingkungan baik fisik maupun sosial karena sifatnya yang tidak bisa diperbarui.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas serta mengingat banyaknya faktor yang diduga dapat memengaruhi *Corporate Social*

Responsibility (CSR), maka masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini dibatasi pada :

1. Variabel dependen yang digunakan adalah Nilai Pasar Perusahaan yang diukur menggunakan PBV (*Price to Book Value*). Variabel Independen yang digunakan adalah Ukuran Perusahaan (UP) yang diukur menggunakan log natural (*total asset*), Profitabilitas yang diukur menggunakan ROE (*Return On Equity*), dan *Leverage* yang diukur menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*). Variabel Mediasi yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility* yang diukur menggunakan CSR Disclosure Index Perusahaan j yaitu, besar pengungkapan CSR yang diukur menggunakan Index perusahaan.
2. Perusahaan yang diteliti adalah Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014.

1.3 Perumusan Masalah

Uraian diatas dapat diambil perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014?

3. Apakah Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014?
4. Apakah *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014?
5. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Pasar Perusahaan pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bahwa Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014.
1. Untuk menganalisis bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014.
2. Untuk menganalisis bahwa Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014.

3. Untuk menganalisis bahwa *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014.
4. Untuk menganalisis bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara parsial terhadap Nilai Pasar Perusahaan pada Industri Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun Periode 2010-2014.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak berikut ini :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan informasi yang memungkinkan bagi manajemen mengenai keefektifan CSR dalam Laporan Tahunan, manfaat dan kontribusi riil yang dirasakan masyarakat pada khususnya dan *stakeholder* pada umumnya.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan oleh para investor maupun calon investor dalam menetapkan pilihan investasi yang tepat terkait dengan nilai perusahaan dan sebagai pertimbangan dalam sebuah pengambilan keputusan investasi, guna menentukan perusahaan yang dapat memberikan

tingkat pengembalian investasi yang diharapkan, tanpa melupakan tanggungjawab sosialnya.

3. Bagi Masyarakat

Untuk memberikan wawasan tentang penerapan tanggungjawab sosial suatu perusahaan untuk kemudian dijadikan tolak ukur nilai suatu perusahaan dalam rangka mewujudkan bisnis yang “ramah lingkungan”.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi penelitian berikutnya yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* dan dapat digunakan sebagai referensi dalam perluasan penelitian maupun sebagai pengembangan wawasan pengetahuan tentang tanggungjawab sosial perusahaan.