

**PENGARUH *ASSURANCE SUSTAINABILITY*  
*REPORT* TERHADAP *MARKET VALUE*  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI  
PADA TAHUN 2011-2013**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro Semarang

Disusun oleh:

**HANIF RAHMANSYAH**

**12030111130164**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2015**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Hanif Rahmansyah  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130164  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH *ASSURANCE SUSTAINABILITY*  
*REPORT* TERHADAP *MARKET VALUE*  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI  
PADA TAHUN 2011-2013**  
  
Dosen Pembimbing : Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D.

Semarang, 23 Juni 2015

Dosen Pembimbing,

(Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D.)

NIP. 197109042001121001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Hanif Rahmansyah  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030111130164  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH ASSURANCE SUSTAINABILITY  
REPORT TERHADAP MARKET VALUE  
PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BEI  
PADA TAHUN 2011-2013**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 11 Agustus 2015**

Tim Penguji

1. Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D. (.....)
2. Drs. Dul Muid, M.Si., Akt (.....)
3. Herry Laksito, S.E., M. Adv.Acc., Akt. (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Hanif Rahmansyah, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Assurance Sustainability Report terhadap Market Value Perusahaan yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2011-2013**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Juni 2015

Yang membuat pernyataan,

Hanif Rahmansyah

NIM:12030111130164

## ABSTRAK

Saat ini perusahaan Indonesia mulai mempublikasikan *sustainability report* sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada lingkungannya. Untuk meningkatkan kredibilitas *sustainability report*, perusahaan melakukan *assurance*, namun belum banyak penelitian yang mengangkat topik tentang *assurance*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *assurance* pada *sustainability report* terhadap *market value* perusahaan. Penelitian ini menggunakan independen *assurance*, *size*, *leverage*, ROA, jenis industri untuk mengukur *market value* perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi data sekunder, yaitu *sustainability report* dan *annual report* perusahaan yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan kriteria-kriteria yang ditentukan penulis. Jumlah sampel yang diperoleh dari kriteria tersebut adalah 36 perusahaan dengan total 108 sampel. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh secara negatif dan tidak signifikan terhadap *market value* perusahaan. Variabel lain seperti *size* (ukuran perusahaan), *leverage*, dan jenis industri juga tidak memiliki hubungan secara signifikan. Hanya variabel ROA yang memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap *market value* perusahaan.

Kata kunci: *assurance*, *sustainability report*, *market value* perusahaan.

## ABSTRACT

*Currently Indonesian companies began to publish sustainability report as a corporate responsibility to the environment. To increase the credibility of the sustainability report, the company did assurance, but not much research the topic of assurance. This study aimed to analyze the effect of assurance on the sustainability report to the market value of the company. This study used independent assurance, size, leverage, ROA, the type of industry to measure the market value of the company.*

*This study used secondary data documentation, they were sustainability report and annual report companies that listed on the Stock Exchange in 2011-2013. The sampling method used in this research is purposive sampling with some requirements. The number of samples obtained from these criteria were 36 companies with a total of 108 samples. in This study used multiple linear regression to test the hypothesis.*

*The results showed that the assurance negative and not significant effect to the market value of the company. Other variables such as the size (the size of the company), leverage, and the type of industry also did not have a significant effect. Only ROA which had a positive and significant effect to the market value of the company.*

*Keywords : assurance, sustainability report, market value company.*

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Jadilah kepala ulat daripada harus menjadi ekor naga”

*“Good Job is the worst word ever”*

(Motto hidup yang diajarkan oleh Bapak saya untuk menjalankan kehidupan saya)

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Ibu dan Bapak saya tercinta (Endahingtyas Winarni dan Bambang Sumartono)

Kakak dan Adik saya tersayang (Faris Naufal Rukmana dan Yuuta Nurdiansyah)

Seluruh keluarga, sahabat, teman-teman, dan semua orang yang saya sayangi dan kasihi.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Pengaruh Assurance Sustainability Report terhadap Market Value Perusahaan yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2011-2013**” dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, petunjuk, saran dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan sepuh hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Prof. Dr. H. Muhammad Syafrudin, S.E M.Si., Akt., selaku Ketua Jurusan Akuntansi
3. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si., Akt., selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi
4. Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D. selaku dosen pembimbing atas waktu, bimbingan, arahan, nasihat, dan kesabaran yang telah diberikan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. H. Jaka Isgiyarta, M.Si., Akt. selaku dosen wali atas bimbingan, arahan, dan nasihat selama masa studi berlangsung.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu bermanfaat yang telah diajarkan.



7. Seluruh staf Tata Usaha dan Perpustakaan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas semua bantuan yang telah diberikan.
8. Ibu, Bapak, Kakak dan Adik tercinta di rumah dan seluruh keluarga yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, dan arahan yang tak pernah henti kepada penulis.
9. Alm Mas Totok yang selalu memberikan nasehat kehidupannya. Terimakasih telah memberikan saya pengalaman yang luar biasa.
10. Fivtina Marbelanty, kamu yang selalu memberikan aku semangat, kekuatan, dan dorongan untuk menyelesaikan skripsi dan menjalani kehidupanku. Tetaplah di sisiku.
11. Sahabat sejati, Keke, Sima, Corong, Ikeh, Nefri, Sufi, yang menamakan diri kita CORONA. Sampai tua kita tetap sahabat.
12. Wempy, Fajar, Risky, Adit, Majid, yang selalu menemani kehidupan kuliah. Let's get the World dude!
13. Tim BAHH, Bahrul, Alif, Habib yang selalu memberikan aku saran dan dorongan untuk skripsi. Thanks for everything guys!
14. Teman-teman KINODIMS, Erma, Dhani, Alif, Hasna dan Nourah. Terimakasih atas pengalaman bisnisnya. Semoga bisnis KINODIMS bisa besar dan dikeanal semua orang.
15. Penghuni kos Wisma Palma, Anang, Alan, Adit, Falakh, Riri, Bagus, Najib, Erik, Siwu, Dian, Aris, Tunjung, Bagus, Kukuh, Dimas, dan Iqbal. Terimakasih atas hari-hari yang konyol. Terimakasih juga selalu mengganggu dalam penyelesaian skripsi ini.

16. Teman-teman KKN Kandangan, Ardy, Kidung, Rey, Nindy, Baiti, Deni, Resty, Ika, Elmira, dan Puji.
17. Teman-teman satu bimbingan, Alif, Bahrul, Hasna, Nofrizal, Vena, Aris, Melani, dan Risky.
18. Seluruh sahabat dan teman-teman Akuntansi angkatan 2011 khususnya Gembel. Terimakasih atas perjalanan yang luar biasa.
19. Teman-teman KOMPI, KSEI, dan PIMNAS yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
20. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu per satu, yang telah membantu penulis dalam bentuk doa maupun dukungan.

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dalam penelitian ini. Oleh karena itu penulis meminta maaf serta mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian ini berguna bagi pihak pembaca.

Semarang, 23 Juni 2015

Penulis

# DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
1.4 Sistematika Penulisan Penelitian .....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	8
2.1.2 Teori Legitimasi.....	9
2.1.3 <i>Assurance</i> .....	11
2.1.4 <i>Sustainability Report</i> .....	12
2.1.5 Pasar Modal .....	13
2.1.6 Harga Pasar ( <i>Market Value</i> ) .....	14
2.1.7 Harga Saham.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 Operasional Variabel .....	22
3.1.1 Variabel Independen .....	22
3.1.2 Variabel Dependen .....	23
3.1.3 Variabel Kontrol .....	23
3.1.3.1 Ukuran Perusahaan .....	23
3.1.3.2 ROA .....	23
3.1.3.3 <i>Leverage</i> .....	24
3.1.3.4 Jenis Industri .....	24
3.2 Metode Penelitian .....	26
3.2.1 <i>Assurance Sustainability Report</i> terhadap harga saham .....	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	27

3.5 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.6 Metode Uji Asumsi Klasik.....	28
3.6.1 Uji Multikolinieritas .....	28
3.6.2 Uji Autokorelasi.....	29
3.6.3 Uji Heteroskedatisitas .....	29
3.6.4 Uji Normalitas.....	29
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>30</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	30
4.2 Analisis Data.....	31
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	31
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	34
4.2.2.1 Uji Multikolinieritas .....	35
4.2.2.2 Uji Heteroskedatisitas.....	35
4.2.2.3 Uji Autokorelasi .....	37
4.2.2.4 Uji Normalitas .....	37
4.2.3 Uji Korelasi.....	40
4.2.4 Uji Regresi .....	41
4.3 Interpretasi dan Diskusi .....	42
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>45</b>
5.1 Simpulan .....	45
5.2 Keterbatasan.....	46
5.3 Saran .....	46
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>47</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>50</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel.....	25
Tabel 4.1 Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif pada Variabel Penelitian .....	31
Tabel 4.3 Statistika Deskriptif pada Klasifikasi Perusahaan .....	34
Tabel 4.4 Collinearity Statistics .....	35
Tabel 4.5 Model Summary.....	37
Tabel 4.6 One Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Kolerasi.....	40
Tabel 4.8 Hasil Regresi .....	41

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Scatterplot.....	36
Gambar 4.2 Histogram.....	38
Gambar 4.3 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	39

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Daftar Sampel Perusahaan .....	50
Lampiran B Output SPSS .....	51

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Assurance Sustainability Report* merupakan topik penelitian yang belum banyak diteliti di Indonesia. *Assurance Sustainability Report* adalah jasa peningkatan kualitas dan kredibilitas laporan dengan cara memeriksa informasi yang ada di Laporan Keberlanjutan atau *Sustainability Report*.

Saat ini dunia bisnis mengalami pergeseran atas informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan. Informasi perusahaan yang dipublikasikan secara *traditional oriented* lebih fokus pada laba perusahaan. *Sustainable development* sebagai paradigma baru yang lebih memperhatikan keberadaan lingkungan perusahaan.

Keberadaan sebuah perusahaan tidak terlepas dari lingkungan sosial yang memiliki dampak secara langsung maupun tidak langsung. Dampak yang ditimbulkan dari perusahaan tersebut harus diiringi dengan kegiatan yang bersifat tanggung jawab. Oleh karena itu, sebagai wujud tanggung jawab dari perusahaan maka dilakukan bentuk kegiatan sosial yang sering disebut *Corporate Social Responsibility*.

Di Indonesia kegiatan *Corporate Social Responsibility* (interpretasi dan pelaporan) tidak lagi sukarela, namun sudah menjadi suatu etika dan tanggung jawab dengan landasan undang-undang yang mengaturnya. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 66 ayat (2) butir (c)



disebutkan secara tegas agar Perseroan menyampaikan laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan.

*Sustainability Report* atau laporan berkelanjutan yang disusun oleh perusahaan merupakan bentuk pertanggungjawaban perusahaan atas kegiatan CSR yang dilakukannya. Di dalam *Sustainability Report* terdapat pula laporan CSR yang menjadi salah satu komponen pembentuknya. Untuk meningkatkan kredibilitas laporan tersebut, maka perusahaan melakukan *assurance* pada laporan berkelanjutan atau *sustainability report*.

Penelitian sebelumnya telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh *annual report* terhadap persepsi investor, yaitu Nurdin dan Fani (2006), Eipstain dan Freedman (2001) dalam Dahlia dan Veronica (2008) juga menemukan bahwa, investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam *annual report*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Almilia dan Wijayanto (2007) bahwa, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui peningkatan harga saham tiap periode. Pada penelitian Cho (2014), telah dilakukan penelitian untuk mengetahui hubungan dua hal, yaitu pengaruh pengungkapan CSR terhadap *assurance* laporan CSR, serta hubungan *assurance* laporan CSR dengan harga saham perusahaan. Pada penelitian Simnett (2009) tentang hubungan ukuran perusahaan yang lebih besar dengan keputusan melaksanakan *assurance* dan menggunakan jasa *assurance*. Selain itu Simnett juga meneliti pengaruh orientasi perusahaan pada *stakeholder* atau

*shareholder* terhadap pengambilan keputusan melaksanakan *assurance* dan menggunakan jasa *assurance* pada sampel 2.113 perusahaan dari 31 negara yang berbeda pada tahun 2002-2004.

Dari penjelasan di atas, maka peneliti ingin meneliti dengan judul:

**Pengaruh *Assurance Sustainability Report* terhadap *Market Value* Perusahaan yang Terdaftar di BEI pada Tahun 2011-2013**

## **1.2 Rumusan Masalah**

*Assurance Sustainability Report* bertujuan untuk meningkatkan kualitas informasi yang disajikan untuk pengguna laporan tersebut. Simnett (2009) beranggapan bahwa perusahaan dan industri akan meningkatkan kualitas informasi mereka untuk kepentingan perusahaan, sehingga mereka melakukan *assurance* dengan menunjuk *assurance provider*, namun di Indonesia belum banyak perusahaan yang melakukan *assurance* karena beberapa faktor, salah satunya adalah sektor biaya untuk *assurance*.

Perusahaan akan melakukan *assurance* berdasarkan biaya dan *benefit* yang mereka dapatkan. *Benefit* atau manfaat yang dimaksud adalah meningkatnya kepercayaan *stakeholder* dan tingkat kepercayaan diri perusahaan terhadap informasi dalam laporannya (Simnett, 2009). Hal tersebut yang menjadi pertimbangan perusahaan di Indonesia untuk melakukan *assurance*.

Pengambilan keputusan dalam investasi oleh *shareholder* dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kinerja dan *image* perusahaan di lingkungan sosial. Burhan, 2009 (dikutip oleh Natalia dan Josua Tarigan, 2014) menjelaskan bahwa para investor semakin memiliki keinginan untuk berinvestasi di perusahaan yang melakukan praktek-praktek terkait dengan sosial dan lingkungan yang baik. Investor dapat mengetahui kinerja perusahaan melalui laporan tahunan atau *sustainability report* yang di dalamnya termasuk laporan CSR. Laporan tahunan yang sejatinya memberikan informasi mengenai kinerja perusahaan terkadang menyulitkan pembaca untuk dipahami. Untuk itu perlu adanya *assurance sustainability report* agar kualitas informasi dalam laporan lebih jelas dan dapat dipahami oleh *user*.

*Image* dan pengakuan yang baik atas kinerja perusahaan menjadi salah satu pertimbangan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Dengan pertimbangan tersebut, maka investor cenderung akan melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik karena investor yakin bahwa reputasi yang baik dapat diperoleh jika perusahaan tersebut telah memiliki kinerja ekonomi yang baik pula. Semakin baik kinerja yang ditunjukkan dalam laporan keuangan, maka semakin banyak pula investor yang akan menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Akibatnya harga saham akan semakin meningkat (Shobirin, 2013).

Dengan adanya laporan berkelanjutan, perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka

panjang (Kiroyan 2006; dalam Damayanthi, I.G.A Eka 2011). Perusahaan atau industri yang ikut berpartisipasi dalam gerakan sosial dan peduli lingkungan akan menerbitkan laporan CSR dan besar kemungkinan untuk mengambil jasa *assurance provider* untuk meningkatkan kredibilitas informasi *sustainability report* (Cho, 2014).

Dari pernyataan di atas dapat diambil pertanyaan penelitian:

1. Apakah *assurance* pada *sustainability report* dapat memberikan pengaruh secara signifikan terhadap *market value* perusahaan?
2. Apakah *assurance* pada *sustainability report* sudah banyak dilakukan oleh perusahaan Indonesia?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah menguji pengaruh *assurance sustainability report* terhadap *market value* perusahaan.

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang ingin didapat dari penelitian ini ialah:

1. Memeberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu akuntansi khususnya dalam *assurance sustainability report*.
2. Penelitian ini dapat menambah wawasan tentang *assurance sustainability report* dan bagaimana pengaruhnya terhadap harga saham perusahaan.
3. Membantu akuntan dan auditor dalam menentukan standar *item* yang dilaporkan di *sustainability* pada umumnya.

## 1.4 Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian. Latar belakang menjelaskan fenomena dan *research gap* penelitian. Berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa masalah yang terkait dengan fenomena dalam latar belakang, serta merumuskan beberapa pertanyaan penelitian. Tujuan dan manfaat penelitian dijelaskan berdasarkan rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya. Sistematika penulisan penelitian juga dijelaskan secara umum tiap bab dalam penelitian ini.

### BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan secara rinci apa saja teori dan konsep yang berkaitan dengan penelitian. Bab Tinjauan Pustaka juga menjelaskan kerangka konseptual penelitian. Bab ini juga menjelaskan bagaimana pengambilan hipotesis berdasarkan teori, konsep dan kerangka konseptual yang dijelaskan sebelumnya.

### BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan hal berkaitan dengan metodologi penelitian, seperti: operasional variabel, metode penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode pengujian penelitian.

#### BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil dari penelitian data, analisis data, serta interpretasi dan pembahasan hasil penelitian. Pendapat tentang bagaimana hipotesis setelah dilakukan penelitian juga dijelaskan dalam bab ini.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini menjelaskan ringkasan hasil penelitian sebagai simpulan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Landasan Teori

##### 2.1.1 Teori *Stakeholder*

Perusahaan dalam melakukan kegiatan dan aktivitasnya memiliki tanggung jawab kepada beberapa pihak, seperti *stakeholder*, direksi, karyawan, dan lingkungan sosial. Dalam teori stakeholder memiliki arti kumpulan kebijakan yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, penghargaan dari lingkungan sosial dan komitmen perusahaan ikut serta dalam pembangunan berkelanjutan

*Stakeholder* merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan. Kelompok *stakeholder* inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam mengungkapkan dan/atau tidak mengungkapkan suatu informasi di dalam laporan keuangan. Dalam pandangan teori *stakeholder*, perusahaan memiliki *stakeholders*, bukan sekedar *shareholder* (Riahi-Belkaoui, 2003). Kelompok-kelompok ‘*stake*’ tersebut, menurut Riahi-Belkaoui, meliputi pemegang saham, karyawan, pelanggan, pemasok, kreditor, pemerintah, dan masyarakat. Individu, kelompok, maupun komunitas dan masyarakat dapat dikatakan sebagai *stakeholder* jika memiliki

karakteristik seperti yang diungkapkan oleh Budimanta dkk, (2008) yaitu mempunyai kekuasaan, legitimasi, dan kepentingan terhadap perusahaan.

Dalam teori *stakeholder* dijelaskan bahwa perusahaan tidak hanya menjalankan aktivitasnya untuk kepentingan perusahaan sendiri, namun harus memberikan manfaat pada pihak-pihak yang menjadi tanggung jawabnya termasuk *stakeholder*.

### **2.1.2 Teori Legitimasi**

Legitimasi adalah suatu kondisi di mana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari sistem sosial masyarakat di mana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat (Lindbolm, 1994). Legitimasi dalam perusahaan dianggap penting karena legitimasi masyarakat dan lingkungan dapat menjadi faktor strategis dalam perkembangan perusahaan.

Menurut Gray, et al. (dalam Utami, Sri dan Sawitri Dwi Prastiti, 2011) *legitimacy theory* secara esensial adalah teori yang berorientasi pada sistem, dalam hal ini organisasi atau perusahaan dipandang sebagai salah satu komponen dalam lingkungan sosial yang lebih besar.

Preston (dalam Chariri, 2008) menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Teori legitimasi berfokus pada kegiatan interaksi antara masyarakat



dengan perusahaan. Hal yang menjadi dasar dalam legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan lingkungan sosial di mana perusahaan menggunakan sumber ekonomi, sehingga masyarakat mengharapkan suatu timbal balik dari perusahaan. Legitimasi organisasi juga dapat dilihat dari sesuatu diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat dan sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan, sehingga, legitimasi perusahaan atau organisasi merujuk pada keberlanjutan perusahaan ke depannya.

Perusahaan dapat mewujudkan legitimasi organisasi dengan melaporkan CSR yang telah dilakukannya. Dengan adanya laporan CSR, diharapkan perusahaan mendapatkan legitimasi dari masyarakat agar perusahaan dapat memepertahankan keberadaannya.

Dasar dari teori legitimasi adalah perusahaan atau organisasi dapat terus melakukan kegiatan dan aktivitas perusahaan sesuai dengan sistem nilai lingkungan dan masyarakat sekitar. Perusahaan akan meyakinkan masyarakat dan lingkungannya dengan kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial. Organisasi dan perusahaan menggunakan *sustainability report* dan laporan tahunan yang di dalamnya termasuk laporan keuangan dan CSR sebagai bukti tanggung jawab mereka kepada lingkungan sosial sehingga mereka dapat diterima oleh masyarakat sekitar.

Kaitannya dengan hubungan *assurance* terhadap harga saham, Nurdin dan Fani (2006), Eipstain dan Freedman (2001) dalam Dahlia

dan Veronica (2008) juga menemukan bahwa, investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam *annual report*. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Almilia dan Wijayanto (2007) bahwa, perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan yang bagus akan direspon positif oleh para investor melalui peningkatan harga saham dari periode ke periode. Namun demikian, pada penelitian-penelitian lain telah menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Salah satunya adalah penelitian Balabanis dkk (1988) dalam Dahlia dan Veronica (2008), hipotesis mengenai etika investor menunjukkan bahwa pasar modal cenderung tidak tertarik terhadap aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut, hal ini terbukti secara empiris di mana pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja pasar.

### **2.1.3 Assurance**

*Assurance* adalah jasa profesional independen yang meningkatkan kualitas informasi bagi para pengambil keputusan. Jasa *assurance* ini dianggap penting karena penyedia jasa *assurance* bersifat independen dan dianggap tidak bisa berkenaan dengan informasi yang diperiksa.

Tujuan perusahaan melaksanakan *assurance* pada *sustainability report* adalah untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitas informasi perusahaan dalam laporan tersebut. Simnett (2009) beranggapan bahwa perusahaan melakukan *assurance* berhubungan dengan

keinginan untuk meningkatkan kualitas dan kredibilitas informasi dalam *sustainability report*.

Perusahaan akan melakukan *assurance* berdasarkan pertimbangan biaya dan keuntungan yang mereka peroleh. Perusahaan menginginkan *benefit* yang sepadan, seperti meningkatnya kualitas informasi *sustainability report*, meningkatnya kredibilitas perusahaan, dan meningkatnya harga saham perusahaan karena tidak sedikit biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan *assurance*.

*Assurance* pada *Sustainability Report* dapat disusun oleh internal perusahaan atau pihak eksternal perusahaan, seperti instansi audit, konsultan atau tenaga ahli, dan instansi lainnya yang sudah bersertifikat. Banyak literatur yang menjelaskan bahwa kebanyakan *assurance* dilakukan oleh instansi audit atau kantor akuntan.

#### **2.1.4 *Sustainability Report***

*Sustainability Reporting* adalah pelaporan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengukur, mengungkapkan (*disclose*), serta upaya perusahaan untuk menjadi perusahaan yang akuntabel bagi seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) untuk tujuan kinerja perusahaan menuju pembangunan yang berkelanjutan. Perusahaan yang telah *go public* memiliki kewajiban membuat laporan keberlanjutan (*sustainability report*) sesuai dengan amanat Pasal 66 Ayat 2 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

*Sustainability Report* dapat diterbitkan secara terpisah maupun terintegrasi dalam laporan tahunan (*annual report*). Beberapa alasan perusahaan menyajikan *Sustainability Report* terpisah dari *annual report*, antara lain:

- a. *Sustainability Report* sebagai alat komunikasi bagi manajemen dengan para *stakeholder* untuk menyampaikan pesan bahwa perusahaan telah menjalankan *sustainable development*.
- b. Memperoleh *image* baik (citra positif) dari *stakeholder*.
- c. Pencarian legitimasi dari *stakeholder*.

#### **2.1.5 Pasar Modal**

Pasar modal pada hakekatnya adalah pasar yang tidak berbeda jauh dengan pasar tradisional yang selama ini kita kenal, di mana ada pedagang, pembeli, dan juga tawar menawar harga. Pasar modal dapat juga diartikan sebagai sebuah wahana yang mempertemukan pihak yang membutuhkan dana dengan pihak yang menyediakan dana sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Pasar modal mempunyai posisi yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Pertumbuhan suatu pasar modal sangat tergantung dari kinerja perusahaan efek. Untuk mengkoordinasikan modal, dukungan teknis, dan sumber daya manusia dalam pengembangan pasar modal diperlukan suatu kepemimpinan yang efektif. Perusahaan-perusahaan harus menjalin kerja sama yang erat untuk menciptakan pasar yang mampu

menyediakan berbagai jenis produk dan alternatif investasi bagi masyarakat. Terdapat berbagai macam informasi di pasar modal, seperti laporan keuangan, kebijakan manajemen, rumor di pasar modal, prospektus, saran dari *broker*, dan informasi lainnya.

Pasar modal memiliki peran penting bagi perekonomian suatu negara, karena pasar modal menjalankan dua fungsi, yaitu pertama, sebagai sarana bagi pendanaan usaha atau sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan dana dari masyarakat pemodal (*investor*). Dana yang diperoleh dari pasar modal dapat digunakan untuk pengembangan usaha, ekspansi, penambahan modal kerja, dan lain-lain. Kedua, pasar modal menjadi sarana bagi masyarakat untuk berinvestasi pada instrumen keuangan seperti saham, obligasi, reksadana, dan lain-lain, sehingga masyarakat dapat menempatkan dana yang dimilikinya sesuai dengan karakteristik keuntungan dan risiko masing-masing instrumen.

#### **2.1.6 Harga Pasar (*Market Value*)**

Harga pasar (*market value*) adalah indikator atau rasio yang digunakan untuk menilai harga saham suatu perusahaan di pasar modal. *Market value* suatu perusahaan menyajikan suatu nilai yang melekat pada perusahaan tersebut berdasarkan pasar. Harga pasar dari perusahaan “sesungguhnya” mencerminkan nilai pasarnya. Jika pertimbangan harga pasar (*market price*) merupakan suatu

kesepakatan marjinal, maka harga berhak dikatakan dapat mewakili *market value* (Kam, 1990).

Berkaitan dengan bursa saham, Anoraga (2001) menyatakan bahwa nilai pasar merupakan harga pasar riil dan harga yang paling mudah ditentukan karena merupakan harga dari suatu saham perusahaan pada pasar yang sedang berlangsung atau sudah tutup, berdasarkan bursa utama. Nilai pasar menunjukkan keadaan perusahaan berdasarkan persepsi investor yang teraktualisasi dalam harga saham. Secara garis besar, nilai pasar perusahaan merupakan harga seluruh saham yang beredar (dapat *closing price*).

Perhitungan *market value* dapat dilakukan berdasarkan 3 rasio, yaitu *Price-Earning Ratio (PER)*, *Devidend Yield*, dan *Price to Book Value (PBV)*.

a. *Price-Earning Ratio (PER)*

*Price-Earning Ratio* adalah rasio untuk mengukur tinggi rendahnya suatu harga saham. Semakin tinggi tingkat PER suatu perusahaan, maka semakin mahal harga saham perusahaan tersebut. Sebaliknya, semakin rendah tingkat PER perusahaan, maka semakin murah harga saham perusahaan tersebut.

Rumus PER:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga per Saham}}{\text{Laba per Saham}}$$

b. *Dividend Yield*

*Dividend Yield* adalah rasio nilai dividen terhadap harga saham. Dengan asumsi tidak ada kenaikan harga saham, *dividend yield* mencerminkan tingkat keuntungan investasi di suatu saham. Semakin tinggi nilai *dividend yield*, semakin baik perusahaan tersebut.

Rumus:

$$DY = \frac{\text{Dividen per Saham}}{\text{Harga per Saham}}$$

c. *Price to Book Value*

*Price to Book Value* adalah perbandingan nilai pasar suatu saham (*stock's market value*) terhadap nilai bukunya sendiri (perusahaan) sehingga kita dapat mengukur tingkat harga saham apakah *overvalued* atau *undervalued*.

$$PBV = \frac{\text{Harga per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

### 2.1.7 Harga Saham

Harga saham adalah harga dari suatu saham yang ditentukan pada saat pasar saham sedang berlangsung dengan berdasarkan kepada permintaan dan penawaran pada saham yang dimaksud. Harga saham yang berlaku di pasar modal biasanya ditentukan oleh para pelaku pasar yang sedang melangsungkan perdagangan sahamnya. Dengan harga saham yang ditentukan otomatis perdagangan saham di bursa

efek akan berjalan. Pengertian saham adalah suatu kepemilikan aset seperti instrumen dari kegiatan finansial suatu perusahaan yang biasa disebut juga dengan efek. Harga saham dari suatu perusahaan tentu saja berbeda-beda tergantung bagaimana nilai jual suatu perusahaan tersebut di bursa saham.

Menurut Arifin (2001), beberapa faktor yang dapat mempengaruhi harga saham adalah:

a. Kondisi Fundamental Emiten

Faktor fundamental merupakan faktor yang erat kaitannya dengan kondisi perusahaan, yaitu kondisi manajemen organisasi sumber daya manusia dan kondisi keuangan perusahaan yang tercermin dalam kinerja keuangan perusahaan.

b. Hukum Permintaan dan Penawaran

Asumsinya adalah begitu investor mengetahui kondisi fundamental perusahaan, mereka akan melakukan transaksi jual beli. Transaksi-transaksi inilah yang akan mempengaruhi fluktuasi harga saham.

c. Tingkat Suku Bunga

Dengan adanya perubahan suku bunga, tingkat pengembalian hasil berbagai sarana investasi akan mengalami perubahan. Bunga yang tinggi akan berdampak pada alokasi dana investasi pada investor. Investor produk bank seperti deposito atau tabungan jelas lebih kecil risikonya jika dibandingkan dengan investasi dalam



bentuk saham, karena investor akan menjual saham dan dananya akan ditempatkan di bank. Penjualan saham secara serentak akan berdampak pada penurunan harga saham secara signifikan.

d. Valuta Asing

Mata uang Amerika (*Dollar*) merupakan mata uang terkuat di antara mata uang yang lain. Apabila *Dollar* naik maka investor asing akan menjual sahamnya dan ditempatkan di bank dalam bentuk *Dollar* sehingga menyebabkan harga saham naik.

e. Dana Asing di Bursa

Mengamati jumlah dana investasi asing merupakan hal yang penting, karena demikian besarnya dana yang ditanamkan, hal ini menandakan bahwa kondisi investasi di Indonesia telah kondusif yang berarti pertumbuhan ekonomi tidak lagi negatif, yang tentu saja akan merangsang kemampuan emiten untuk mencetak laba.

f. Indeks Harga Saham

Kenaikan indeks harga saham gabungan sepanjang waktu tertentu, tentunya mendatangkan kondisi investasi dan perekonomian negara dalam keadaan baik. Sebaliknya, jika turun berarti iklim investasi sedang buruk. Kondisi demikian akan mempengaruhi naik atau turunnya harga saham di pasar bursa.

g. *News and Rumors*

Berita yang beredar di masyarakat, seperti masalah ekonomi, sosial, politik, keamanan, hingga berita seputar *reshuffle* kabinet.

Dengan adanya berita tersebut, para investor bisa memprediksi seberapa kondusif keamanan negeri ini sehingga kegiatan investasi dapat dilaksanakan. Ini akan berdampak pada pergerakan harga saham di bursa.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

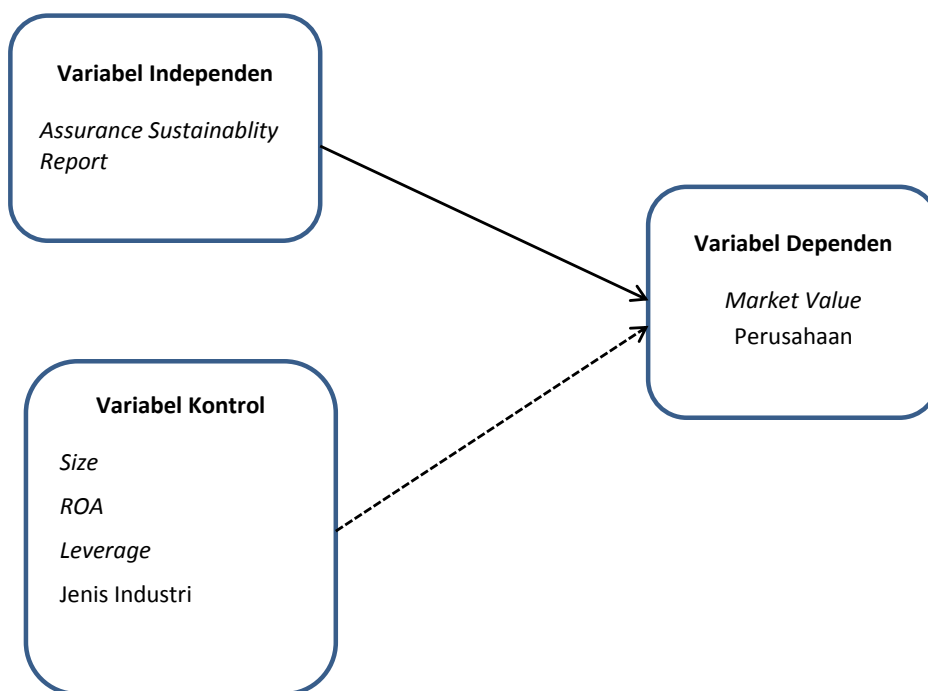
Ada beberapa penelitian yang menjelaskan tentang *assurance sustainability report*. Pada penelitian Cho (2014), menguji hubungan dua hal, yaitu pengaruh pengungkapan CSR terhadap *assurance* laporan CSR, serta hubungan *assurance* laporan CSR dengan harga saham perusahaan. Cho mengambil sampel dari 216 laporan CSR perusahaan pada tahun 2010 di USA. Hasil menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai pengaruh positif terhadap *assurance* laporan CSR. Namun, *assurance* laporan CSR tidak memiliki hubungan dengan harga saham sampel perusahaan. Cho berargumen bahwa ketidaksignifikanan ini disebabkan karena sampelnya yang terlalu sempit, yaitu laporan CSR perusahaan lokal di USA pada tahun 2010.

Lebih fokus pada *assurance*-nya, pada penelitian Simnett (2009) tentang hubungan ukuran perusahaan yang lebih besar dengan keputusan melaksanakan *assurance* dan menggunakan jasa *assurance*. Selain itu Simnett juga meneliti pengaruh orientasi perusahaan pada *stakeholder* atau *shareholder* terhadap pengambilan keputusan melaksanakan *assurance* dan menggunakan jasa *assurance* pada sampel 2.113 perusahaan dari 31 negara yang berbeda pada tahun 2002-2004. Simnett mendapatkan hasil bahwa

perusahaan dengan ukuran lebih besar akan cenderung mengambil keputusan untuk melaksanakan *assurance* untuk meningkatkan informasi laporan berkelanjutan mereka. Selain itu, perusahaan yang berorientasi pada *stakeholder* akan cenderung untuk melakukan *assurance* dengan mengambil tenaga *assurer* dari luar perusahaan.

### 2.3 Kerangka Pemikiran

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



### 2.4 Pengembangan Hipotesis

Kebijakan perusahaan untuk melakukan *assurance* bukan tanpa alasan. Perusahaan akan melakukan *assurance* berdasarkan pertimbangan 2 hal, yaitu biaya dan manfaatnya. Manfaat yang dimaksud adalah meningkatnya kualitas

informasi yang disajikan dalam laporan serta meningkatnya reputasi perusahaan (Simnett, 2009).

Hal ini dapat dihubungkan dengan teori legitimasi, di mana perusahaan akan mendapat *image* yang baik dari masyarakat sebagai *benefit* dari tanggung jawab sosial perusahaan. *Image* dan reputasi yang baik menjadi pertimbangan investor untuk membeli saham perusahaan. Permintaan dari investor ini merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan harga saham perusahaan. Dari pernyataan tersebut dapat diambil hipotesis:

$H_1 = Assurance\ sustainability\ report$  perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *market value* perusahaan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Operasional Variabel**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perbandingan beberapa *assurance* pada laporan berkelanjutan atau *sustainability report* dari beberapa negara dengan meneliti hubungan *assurance sustainability report* dan *assurance* yang dilakukan oleh *assurance provider*.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *assurance sustainability report*, sedangkan variabel dependennya adalah harga saham suatu perusahaan.

##### **3.1.1 Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *assurance sustainability report* atau *assurance* pada laporan berkelanjutan. Variabel ini dapat diukur dengan melihat laporan berkelanjutan atau *sustainability report* tiap perusahaan. Dalam laporan tersebut terdapat laporan *assurance*. Pengukuran dapat dilakukan dengan *dummy* yaitu angka 1 jika laporan tersebut telah di-*assurance* dan angka 0 jika belum.

### 3.1.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *market value*. *Market value* dapat diukur dengan beberapa rasio. Penelitian ini menggunakan rasio: *Price-Earning Ratio*, *Devidend Yield*, *Price to Book Value*. Pengujian dalam penelitian ini akan menggunakan hanya satu dari rasio tersebut yang dianggap paling baik dalam uji asumsi klasik dan uji regresi. Rumus dari tiap rasio dapat dilihat di Tabel 3.1.

### 3.1.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol dalam penelitian ini terdiri dari Ukuran perusahaan (*size*), ROA (*Rerturn on Assets*), *Leverage*, dan Jenis Industri.

#### 3.1.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan yang dimaksud di sini adalah untuk menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang diambil sampel. Pengukuran dilakukan dengan logaritma dari total aset.

#### 3.1.3.2 ROA

Menurut Mardiyanto (2009) ROA adalah rasio digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berasal dari aktivitas investasi. Menurut Dendawijaya (2003) rasio ini digunakan untuk

mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset. Pengukuran dilakukan dengan rumus laba sebelum pajak dibagi dengan total asset perusahaan.

### **3.1.3.3 *Leverage***

*Leverage* merupakan pengukuran besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditor, bukan dari pemegang saham ataupun investor. Pengukuran dilakukan dengan rumus total kewajiban (liabilitas) perusahaan dibagi dengan total asset.

### **3.1.3.4 Jenis Industri**

Variabel 1/0 (*dummy*), indikator 1 mengidentifikasi bahwa operasi utama sampel perusahaan berada dalam industri yang peka terhadap lingkungan (kimia, kertas, logam, minyak bumi, pertambangan dan galian, dan utilitas industri), selain itu adalah 0.

**Tabel 3.1**  
**Pengukuran Variabel**

No	Variabel	Pengukuran	Sumber
<b>Variabel Independen</b>			
1	<i>Assurance Sustainability Report</i>	1 jika laporan mendapatkan <i>assurance</i> dan 0 jika tidak.	<i>Sustainability Report</i> atau Laporan berkelanjutan
<b>Variabel Dependen</b>			
2	<i>Market Value</i>	$PER = \frac{\text{Harga per Saham}}{\text{Laba per Saham}}$ $DY = \frac{\text{Dividen per Saham}}{\text{Harga per Saham}}$ $PBV = \frac{\text{Harga per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Laporan Tahunan Perusahaan
<b>Variabel Kontrol</b>			
3	Ukuran Perusahaan ( <i>Size</i> )	Log dari total Aset perusahaan	Neraca
4	ROA	$\frac{\text{Laba sebelum pajak}}{\text{Total Aset}}$	Neraca dan Laba Rugi
5	Leverage	$\frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$	Neraca dan Laba Rugi
6	Jenis Industri	Angka 1 untuk perusahaan yang operasinya utamanya peka terhadap lingkungan (kimia, kertas, logam, minyak bumi, pertambangan dan galian, dan	Profil perusahaan pada laporan tahunan perusahaan



No	Variabel	Pengukuran	Sumber
		utilitas industri), dan angka 0 jika perusahaan tidak peka terhadap lingkungan (keuangan, telekomunikasi)	

### 3.2 Metode Penelitian

#### 3.2.1 Assurance Sustainability Report terhadap Market Value

Pada penelitian ini penulis melakukan penelitian hubungan *assurance sustainability report* terhadap *market value*. Sampel perusahaan khususnya pada laporan berkelanjutannya akan dilihat laporan *assurance*. Apabila laporan *assured* maka sesuai dengan pengukuran, diberi angka 1 dan angka 0 jika tidak. Dari angka tersebut nantinya akan diuji regresi linier dengan *market value*. Untuk mengontrol hubungan kedua variabel tersebut, maka terdapat variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, ROA dan jenis industri. Rumus regresi dalam penelitian ini adalah:

$$P_i = a_1 + B_1 \text{AssSR}_i + B_2 \text{Size} + B_3 \text{ROA}_i + B_4 \text{Leverage}_i + B_5 \text{Industri}$$

Keterangan:

P : Harga saham sampel Perusahaan

AssSR : Assurance pada *sustainability report*

Size : Ukuran perusahaan

Industri : Jenis industri perusahaan

Leverage : Perbandingan kewajiban perusahaan terhadap total aset

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013. Prosedur pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan pertimbangan-pertimbangan oleh peneliti, dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang dapat mewakili populasinya. Pertimbangan-pertimbangan tersebut antara lain :

- a) Sampel yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2013.
- b) Perusahaan yang sahamnya aktif diperdagangkan selama periode pengamatan yaitu dari tanggal 1 Januari 2011 sampai dengan 31 Desember 2013.
- c) Terdapat *sustainability report* atau laporan berkelanjutan perusahaan.

### 3.4 Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder laporan berkelanjutan atau *sustainability report* perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 - 2013. Apabila data tersebut tidak ada di BEI, maka data dapat diperoleh dari *website* resmi perusahaan.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi data sekunder berupa data dari Bursa Efek Indonesia atau dari *website* tiap perusahaan yang sering disebut *field search*. Teori-teori yang digunakan untuk memperkuat hipotesis diperoleh dari *library research*.

### 3.6 Metode Uji Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang dikemukakan dalam penelitian ini antara lain: uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas

#### 3.6.1 Uji Multikolinieritas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas (multiko). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

### 3.6.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

### 3.6.3 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan *varians* dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *varians* dari nilai residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut dengan Homokedastisitas. Jika *varians* berbeda dari satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya, maka disebut Heteroskedastisitas.

### 3.6.4 Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.