

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa  
Efek Indonesia periode 2012-2015)**

**(Skripsi)**

**Oleh**

**UMI KALSUM**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

## **ABSTRAK**

# **PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2012-2015)**

**Oleh**

**UMI KALSUM**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang dipakai dalam penelitian adalah 628 data dari 149 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012 sampai 2015 yang mana data dalam penelitian berasal dari data sekunder. Data penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dan uji kesesuaian model dengan adjusted R<sup>2</sup> sebesar 45,0% yang diolah dengan menggunakan teknik regresi linier sederhana dan sebesar 41,1% yang diolah dengan menggunakan teknik Moderated Regression Analysis. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan**

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE TOWARD CORPORATE VALUE WITH PROFITABILITY AS A MODERATING VARIABLE (EMPIRICAL STUDY OF MANUFACTURING COMPANY LISTED IN INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR PERIOD 2012-2015)***

***By***

**UMI KALSUM**

*The purpose of this study was to know the influence of Corporate Social Responsibility disclosure toward the value of the company on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange to profitability as a moderating variable. The samples used in the study is 628 data from 149 of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2012 to 2015 where the data in the study came from the secondary data obtained through technical documentation. The data of this study was to qualify the classical assumption and test the suitability of the model with an adjusted R<sup>2</sup> of 45,0% which is processed using multiple linear regression techniques and by 41,1% which is processed using techniques Moderated Regression Analysis. The analysis showed that Corporate Social Responsibility disclosure positive and significant effect on firm value and profitability to strengthen the influence of Corporate Social Responsibility disclosure on firm value.*

***Keywords: Corporate Social Responsibility Disclosure, Profitability, Firm Value***

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS  
SEBAGAI VARIABEL MODERASI  
(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa  
Efek Indonesia periode 2012-2015)**

Oleh

**UMI KALSUM**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
**SARJANA EKONOMI**

Pada

Jurusan Akuntansi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2017**

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 -2015)**

Nama Mahasiswa : **Umi Kalsum**

Nomor Pokok Mahasiswa : 1211031099

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



**1. Komisi Pembimbing**

**Dr. Einde Evana, S.E., M.Si., Akt.**  
NIP. 19560620 198603 1 003

**Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt.**  
NIP. 19830830 200604 2 001

**MENGETAHUI**

**2. Ketua Jurusan Akuntansi**

**Dr. Farichah, S.E., M.Si., Akt.**  
NIP. 19620612 199010 2 001

## MENGESAHKAN

### 1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Einde Evana, S.E., M.Si., Akt.** .....

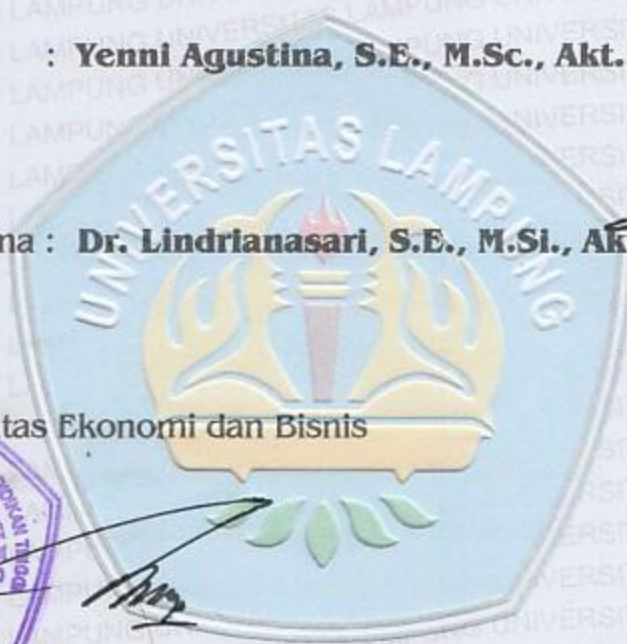
Sekretaris : **Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt.** .....

Penguji Utama : **Dr. Lindrianasari, S.E., M.Si., Akt.** .....

### 2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

**Prof. Dr. H. Satria Bangsawan, S.E., M.Si.**

NIP 19610904 198703 1 011



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **24 Januari 2017**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

**Nama : Umi Kalsum**

**NPM : 1211031099**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015) telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan merupakan hasil karya sendiri. 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 yang saya salin, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya. Acuan dari skripsi ini secara tertulis disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Bandar Lampung, 25 Januari 2017



Umi Kalsum

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Lampung, 09 Juli 1994 merupakan anak ketiga dari pasangan Bapak Sri Sudayat dan Ibu Karmiyati. Penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri (SDN) Kaliwungu, Lampung Tengah pada tahun 2006, Sekolah Menengah Pertama Muhammadiyah (SMPM) Kalirejo, Lampung Tengah pada tahun 2009, kemudian melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 1 Kalirejo, Lampung Tengah dan lulus pada tahun 2012.

Tahun 2012, penulis terdaftar sebagai mahasiswi Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung melalui jalur SNMPTN undangan.



## **MOTTO**

*“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa apa yang pada diri mereka.”*

**(QS. Ar-Ra’d : 11)**

*Ilmu tidak dapat diraih dengan mengistirahatkan badan (bermalas-malasan)*

**(HR. Muslim)**

*Kemenangan itu manja, dia tak mau datang sendiri, namun harus dijemput melalui kesungguhan dalam cara dan kesabaran perjuangan.*

**(Gamal Albinsaid)**

## PERSEMBAHAN

*Skripsi ini saya persembahkan kepada:*

- ❖ *Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu, atas doa, kasih sayang, pengorbanan, dukungan, nasihat, saran, dan segala hal yang telah diberikan selama ini.*
- ❖ *Kakakku, Adikku, sepupuku atas doa, bantuan, dukungan, keceriaan, dorongan semangat yang selalu diberikan.*
- ❖ *Seluruh keluarga besarku, saudara-saudaraku, kakek, nenek, paman dan bibi yang selalu memberikan doa, dukungan, saran, tenaga, dalam proses meraih pendidikan ini.*
- ❖ *Tak lupa kepada sahabat dan teman – teman seperjuangan yang selalu menemani dan menjalanin proses ini bersama, baik suka maupun duka.*
- ❖ *Serta almamaterku tercinta, Universitas Lampung.*

## SANWACANA

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas limpahan nikmat, rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015)”** merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada program studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hi. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung beserta staf.
2. Ibu Dr. Farichah, S.E., M.Si., Akt. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Yuztitya Asmaranti, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Dr. Einda Evana, S.E., M.Si., Akt. selaku pembimbing utama atas kesediaannya memberikan waktu untuk membimbing, memberikan saran, kritik, semangat, dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Yenni Agustina, S.E., M.Sc., Akt. selaku pembimbing pendamping atas kesediaannya memberikan waktu untuk membimbing, memberikan saran, kritik, semangat, dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dr. Lindrianasari, S.E., M.Si., Akt. selaku penguji skripsi atas kesediaannya memberikan waktu untuk memberikan saran, kritik,

semangat, dan ilmu yang sangat bermanfaat dalam proses penyelesaian skripsi.

7. Ibu Ninuk Dewi K., S.E., M.Sc., AK. selaku pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan, nasihat dan bantuannya selama ini.
8. Seluruh bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis atas ilmu pengetahuan, wawasan baik teori maupun praktik, bantuan, dan motivasi yang telah diberikan.
9. Kepada staf (Pak Sobari, Mas Leman, Mbak Tina, Mas Ruli, Mpok Nurul Aini, Mas Yogi, Mas Yana dan staf lainnya) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini khususnya terkait dengan perihal akademik.
10. Orang tuaku tercinta, Sri Sudayat (Alm) dan Karmiyati tercinta untuk segala doa, dukungan, nasihat, motivasi dan perjuangan yang Ayah berikan. Terima kasih Ayah telah menjadi orang tua yang menuntun dan memberikan kepercayaan kepadaku dan Mama tercinta untuk segala doa setiap sujud, motivasi, kasih sayang, perhatian, pengorbanan, tenaga, nasihat, dan waktu mama yang sangat berharga selalu menemaniku didalam kondisi apapun. Terima kasih mama atas semua hal yang mama telah berikan kepadaku
11. Adikku (Ngabdani Syakur) Kakakku ( Farhan Bayu Irawan & Tofan Mustofa Ghufro) dan Mba ( Iis dan Eni) yang tersayang untuk segala semangat, canda, tawa, yang menghiburku dan menemani selama ini.
12. Keluarga tercinta yang ada di Lampung atas dukungan dan doa yang kalian berikan kepadaku,
13. Reynaldi Wijaya, S.Pd, yang selalu meluangkan waktunya untukku, menemaniku, membantuku, menyemangatiku, juga untuk kasih sayang, doanya dan perhatiannya, sampai skripsi ini selesai.
14. Sahabat – sahabat terbaikku dari SMP dan SMA Riri dan Hesti yang selalu menemani dalam keluh kesah, canda tawa, berbagi cerita hingga saat ini.
15. Sahabat terbaikku dan teman-teman dari SMA, Riri, Wina, Nurul, Putri Dj, Sinta, Inayah, Robby, Mener, Sabar, Kardomo, Umuk, Una yang selalu menemani dalam keluh kesah, canda tawa, berbagi cerita hingga saat ini.

16. Sahabat – sahabat terbaikku di kampus Adek Tarra, Firda, Indah, Lutek, Opi, Riri, Mba Riris, Mba Rika, Mba Ayak, Mba Puput, Fatkhur, Widya, Tiwi, Mba Tya, Ersyah, Icha, Yunita, Selpi dan yang berproses bersama demi meraih gelar sarjana.
17. Teman – teman akuntansi 2012 yang selalu berjuang dan sedang berjuang meraih gelar sarjananya, Nurul, Dila, Liana, Eka, Claudia, Adel, Mba el, Priska, Esti, Fatur, Madon, Ayu, Bima, Didi, Iin, Susi, Elvi, Selverico, Pandu, Hanif, Dini, dan yang lainnya.
18. Teman – teman dan Keluarga KKN Pekon Way Nukak Kecamatan Karya Penggawa Kabupaten Pesisir Barat Ayu, Bobby, Duta, Edi Susilo, Adi atas kerjasama dan motivasinya.
19. Kakak – kakak tingkat yang selalu memberikan dukungan dan sarannya, Mbak Hani, Mbak Bunda, Mbak Ayu, Mba Lely Marce, Kak Sam, Kak Fajar, Kak Irfan, Kak Bram, Kak Firas dan yang lainnya.
20. Adik – adik Tingkat yang selalu memberi semangat Uli, Ame, dan adik – adik lainnya, terus nikmati dan jalani proses perkuliahan dengan baik.
21. Anak – anak penghuni Wisma Seruni dan Astri Handayani yang tersayang Ayudya, Diana, Yolanda, Mba Fiya, Evi, Ami, Delta, Mba Nisa, Gesti, Nesya, Desak, Dian, Aisyah yang selalu mengisi hari-hari selama berada di kos - kosan tercinta.
22. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki kekurangan, sehingga memerlukan kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan literatur bagi penulisan karya ilmiah selanjutnya.

Bandar Lampung, 25 Januari 2017

Penulis

Umi Kalsum

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	
<b>DAFTAR TABEL</b>	
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
<b>I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Teoritis dan Praktis .....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.4.2 Manfaat Prkatis .....	9
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i> .....	10
2.1.2 Teori <i>Signaling</i> .....	12
2.1.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13
2.1.4 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	14
2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	16

2.1.6	Nilai Perusahaan.....	17
2.1.7	Profitabilitas .....	20
2.2.	Penelitian Terdahulu .....	23
2.3.	Kerangka Konseptual .....	26
2.4.	Perumusan Hipotesis.....	27
2.4.1.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	27
2.4.2	Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	28
<b>III.</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
3.1.	Rancangan Penelitian .....	30
3.2.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	30
3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	31
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	31
3.5.	Variabel Penelitian .....	31
3.5.1.	Variabel Independen.....	32
3.5.2.	Variabel Dependen .....	32
3.5.3.	Variabel Moderating.....	33
3.6.	Metode Analisis Data .....	34
3.6.1.	Statistik Deskriptif.....	34
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.6.2.1.	Uji Normalitas .....	34
3.6.2.2.	Uji Multikoloniaritas .....	35

3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas .....	36
3.6.2.4. Uji Autokorelasi.....	37
3.6.3. Analisis Regresi.....	38
3.6.4. Pengujian Hipotesis .....	39
3.6.4.1. Koefisien Determinasi.....	39
3.6.4.2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	40
3.6.4.3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik T) .....	40
3.6.4.4. Analisis Regresi Moderasi ( <i>Moderated                     Regression Analysis</i> ) .....	41
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
4.1. Statistik Deskriptif .....	42
4.2. Analisis Data .....	43
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	43
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	44
4.2.2.1 Uji Normalitas Data .....	44
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas .....	46
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.2.2.4 Uji Autokorelasi .....	48
4.2.3 Uji Koefisien Determinasi.....	50
4.2.4 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	51
4.2.5 Analisis Regresi.....	52
4.3 Pengujian Hipotesis .....	53
4.3.1 Hipotesis 1 .....	53



4.3.2	Hipotesis 2 .....	54
4.4	Pembahasan .....	54
4.4.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	54
4.4.2	Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	56
<b>V.</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
5.1.	Simpulan .....	58
5.2.	Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3.	Saran.....	59

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
4.1 Sampel penelitian tahun 2012-2015 .....	42
4.2 Statistik Deskriptif.....	43
4.3 Uji Multikolinearitas.....	46
4.6 Uji Autokorelasi .....	49
4.7 Uji Koefisien Determinasi .....	50
4.8 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	51
4.9 Analisis Regresi.....	52

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Halaman</b>
2.3 Kerangka Konseptual.....	26
4.3 Grafik <i>Normal P- Plot of Regression Standardizes Residual</i> .....	45
4.5 Grafik <i>Scatterplot</i> .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Pengungkapan Sosial ( <i>Social Disclosure</i> )
Lampiran 2	Daftar Perusahaan
Lampiran 3	Daftar Indeks Pengungkapan CSR
Lampiran 4	Data Penelitian
Lampiran 5	Output SPSS

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan pun merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *stakeholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, *supplier*, komunitas dan juga pesaing (Rika dan Islahuddin, (2008) dalam Rosiana dkk, (2013)

Bowen (1943), menyatakan bahwa keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan hanya untuk warga bisnis itu sendiri. Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan.

Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Gossling dan Vocht (2007), mengatakan bahwa CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat.

Menurut Heinkel *et al.* (2001), perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, Chariri (2008) berpendapat bahwa pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan.

Menurut Daniri dalam Riswari dan Cahyonowati (2012), CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan. Sehingga CSR yang semula bersifat *voluntary* perlu ditingkatkan menjadi CSR yang lebih bersifat *mandatory*.

Mardiasari (2012), berpendapat nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai suatu perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang semakin tinggi pula. Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental.

Alasan penggunaan rasio Tobin's Q dalam penelitian ini adalah karena rasio-Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

Jensen (2001), menyatakan bahwa untuk memaksimalkan nilai perusahaan dalam jangka panjang, manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*, dimana manajer akan dinilai kinerjanya

berdasarkan keberhasilannya mencapai tujuan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi pula.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return On Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2006), *Return on Equity* (ROE) adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROE di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang disetorkannya untuk perusahaan tersebut. Secara umum, semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al.*, 2011).



Penelitian mengenai CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk (2013), yang menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sembiring (2003) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan menurut Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996), perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan aktivitas CSR apabila tingkat profitabilitas perusahaan tersebut semakin tinggi. Secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al.*, 2011). Jo dan Harjoto (2011), menemukan bahwa *CSR engagement* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Putri (2014), dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil analisis penelitian oleh Retno dan Priantinah (2012), menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *size*, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.

Dengan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya variabel lain yang turut mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat beberapa literatur seperti penelitian yang dilakukan oleh Cooke (2005), Hossain et al.(1995), Neu et al.(1998), dan Patten(1991) dalam Reverte (2008), menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel yang kemungkinan menjelaskan variasi luasnya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memasukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah interaksi antara CSR dengan nilai perusahaan. Profitabilitas diduga ikut berpengaruh karena menurut Kusumadilaga (2010), semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh Rosiana dkk. (2013), dan perbedaan penjelasan teori hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, selain bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, juga bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah periode yang digunakan yaitu 2012 - 2015. Profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena masih sedikit penelitian yang menggunakan profitabilitas sebagai variabel - variabel yang diduga berpengaruh secara moderasi

(memperkuat atau memperlemah) hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Calon investor dalam pengambilan keputusan investasi akan mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan disamping kinerja dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga pada akhirnya hal ini diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (harga saham tinggi) karena banyaknya permintaan investasi saham oleh para investor atas keputusan investasi di perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memasukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah interaksi antara CSR dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memilih judul ***“Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012 - 2015)”***

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang diungkapkan di atas, maka yang menjadi masalah pokok dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka peneliti bertujuan melakukan uji empiris untuk menemukan:

1. Pengaruh positif *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan

## 1.4 Manfaat Teoritis dan Praktis

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini secara teoretis adalah sebagai berikut:

1. Mampu mengembangkan teori – teori pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.
2. Mengembangkan konsep *corporate social responsibility*, nilai perusahaan dan profitabilitas.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat / kegunaan antara lain:

1. Bagi manajemen perusahaan, dapat digunakan sebagai alat untuk mengetahui kemajuan dan kinerja perusahaan melalui nilai perusahaan.
2. Bagi perusahaan sejenis, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya *corporate social responsibility* di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.
3. Bagi investor, akan bisa memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik dengan mempertimbangkan masing-masing aspek yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* sehingga memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengendali atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh dari barang dan jasa yang mereka gunakan.
5. Bagi akademis, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan referensi dalam melakukan penelitian yang sama.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori *Stakeholder***

Ghozali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham, Jensen (2001) ,dalam Rosiana dkk (2013).

Untung (2008), tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau

klaim terhadap perusahaan. Mereka adalah pemasok, pelanggan, pemerintah, masyarakat lokal, investor, karyawan, kelompok politik, dan asosiasi perdagangan. Seperti halnya pemegang saham yang mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, *stakeholder* juga mempunyai hak terhadap perusahaan.

Freeman (1984), dalam teori *stakeholder* menegaskan bahwa manajer harus memuaskan beragam konstituen (misalnya pekerja, konsumen, supplier, organisasi komunitas lokal) yang dapat mempengaruhi pendapatan perusahaan. Sesuai dengan pandangan ini, tidak cukup bagi para manajer untuk hanya fokus pada kebutuhan *stakeholder*, atau pemilik korporat. *Teori stakeholder* mengimplikasikan bahwa merupakan hal yang menguntungkan bagi perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR agar *stakeholder non financial* merasa penting, tanpa hal ini kelompok mungkin mundur dan tidak lagi mendukung perusahaan.

Atas dasar argumen di atas, Gray, et al (1997) dalam Ghazali dan Chariri (2007), teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk mengatur *stakeholder*-nya tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif.

Ullman (1985) dalam Ghazali dan Chariri (2007), mengatakan bahwa strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh penting. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus menerus memonitor

aktivitas *stakeholder* dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian *stakeholder*. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap *stakeholder* adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan.

### **2.1.2 Teori Signaling**

Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan. Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar, salah satunya berupa informasi keuangan yang dapat dipercaya dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek perusahaan yang akan datang (Rustiarini, 2010).

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang



menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain Sari dan Zuhrohtun (2010) dalam Rahayu, 2010)

### **2.1.3 Tanggung Jawab Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)**

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung, 2008).

Milne (1996), menyatakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat keseluruhan.

Secara konseptual, *corporate social responsibility* merupakan bentuk pengungkapan yang disajikan dalam laporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk seperangkat penuh laporan keuangan. Laporan keuangan perusahaan ditujukan kepada pemegang saham, investor, dan kreditor.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja

organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006).

#### **2.1.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Setianingrum (2015), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu :

a. *Profit*

Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

b. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang.

Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

c. Sosial atau masyarakat.

Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.

Untung (2008) dalam Mardikanto (2014) mengemukakan bahwa manfaat CSR bagi perusahaan adalah:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas
6. Mereduksi biaya misalnya terkait dampak pembuangan limbah
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktifitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

### 2.1.5 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Hadianto (2013), pengungkapan tanggung jawab sosial, perusahaan yang sering juga disebut sebagai *corporate social, responsibility disclosure, corporate social reporting, social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives (GRI)*. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, rigor, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Hadianto (2013), *Global Reporting Initiative (GRI)* adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus - menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)

5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)

6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial / kemasyarakatan, dan produk..

Total indikator kinerja yang digunakan dalam penelitian ini mencapai 79 indikator, terdiri dari 9 indikator ekonomi, 30 indikator lingkungan, 14 indikator tenaga kerja, 9 indikator HAM, 8 indikator sosial, 9 indikator produk.

#### **2.1.6 Nilai Perusahaan**

Fuady (2003) dalam Mardikanto (2014), menjelaskan bahwa perusahaan adalah suatu unit kegiatan yang melakukan aktifitas pengelolaan faktor-faktor produksi, untuk menyediakan barang - barang dan jasa bagi masyarakat, mendistribusikan serta melakukan upaya-upaya lain dengan tujuan memperoleh keuntungan dan memuaskan bagi masyarakat.

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai

perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para professional. Para professional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Setianingrum (2015), perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham.

Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002)

Ramadhani (2012), rasio Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh aset perusahaan. Untuk itu, rasio ini dinilai dapat memberikan informasi yang paling baik.

Sukamulja (2004) dalam Permanasari (2010), dengan memasukkan seluruh aset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Jadi, semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar aset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku aset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini rasio yang digunakan dalam menentukan nilai perusahaan oleh adalah menggunakan Tobin's Q. Menurut Setianingrum, (2015) rasio ini dikembangkan Profesor James Tobin tahun 1967. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental.

Tobin's Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber - sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

Tabel Tobin's Q

Q	Keterangan
> 1	Maka menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba memberikan nilai yang lebih tinggi dari pada pengeluaran investasi, sehingga akan merangsang investor baru.
< 1	Maka investasi dalam aktiva dianggap tidaklah menarik atau berada pada industri yang mulai melemah.

### 2.1.7 Profitabilitas

Menurut Heinze (1976) dalam Florence, et al. (2004) dalam Kusumadilaga (2010), profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas .

Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Milne (1996), hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.



Menurut Brigham dan Houston (2006), profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Dengan demikian menurut Nofrita (2013), dapat dikatakan bahwa profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada suatu periode akuntansi. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan *return*, yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Menurut Setiawan (2005) dalam Agustine (2014), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

Kamil dan Herusetya (2012) dalam Rosiana dkk (2013), berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

Sartono (2001) dalam Octavia (2012) mengungkapkan *return on equity* mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang

saham dan dipengaruhi oleh besar kecilnya hutang perusahaan. Apabila proporsi hutang makin besar, maka rasio ini juga akan semakin besar.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Pemilik perusahaan lebih tertarik pada seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan terhadap modal yang mereka tanamkan. Alasannya adalah rasio ini banyak diamati oleh para pemegang saham serta para investor di pasar modal yang ingin membeli saham perusahaan yang bersangkutan. Kenaikan dalam rasio ini berarti terjadi kenaikan laba bersih dan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya, kenaikan tersebut akan menyebabkan kenaikan harga saham dan nilai perusahaan.

Menurut Indrawan (2011), ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri. Menurut Panggabean (2005) dalam Indrawan (2011), ROE merupakan rasio antara laba bersih dengan ekuitas pada saham biasa atau tingkat pengembalian investasi pemegang saham (*rate of return on stockholder's investment*).

## 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Kusumadilaga (2010) dalam penelitian yang dilakukan oleh kusumadilaga terdiri atas indikator dalam mengukur *corporate social responsibility* yaitu terdiri atas ekonomi, lingkungan, dan sosial. Dalam penelitian yang dilakukan olehnya, selain berujuan untuk mengetahui hubungan antara pelaksanaan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan (diproksikan dengan Tobin's Q) juga bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas yang diduga sebagai variabel moderasi dapat memperkuat hubungan antara kedua variabel tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga menghasilkan temuan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara pelaksanaan CSR dan nilai perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan.
2. Nurlela dan Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating, dengan mengambil sampel perusahaan - perusahaan sektor non keuangan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005. Berdasarkan *Indonesian Capital Market Directory* perusahaan yang terdaftar di BEJ selama tahun 2005 berjumlah 340 perusahaan, setelah diolah ternyata hanya menggunakan 41 perusahaan di dalam penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secarasimultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Rosiana dkk (2013) meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2013 dan profitabilitas yang diproksikan ROA mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.
4. Agustina (2012) melakukan penelitian yang serupa dengan Kusumadilaga (2010) menghasilkan temuan bahwa Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
5. Islahuddin (2008) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan presentase kepemilikan manajemen sebagai variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan presentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel lainnya yang terdapat dalam penelitian ini tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
6. Setianingrum (2013) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan Profitabilitas yang diproksikan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya dengan meningkatnya nilai profitabilitas akan mampu meningkatkan nilai suatu perusahaan dengan

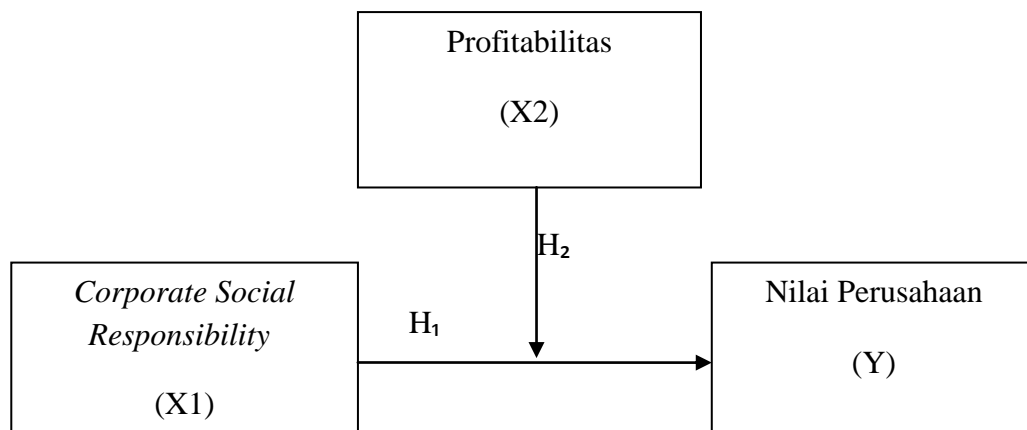
Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi (memperkuat) hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

7. Agustine (2014) meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
8. Dewi dan Tarnia (2011), meneliti tentang Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel moderasi menghasilkan temuan bahwa ROA, *leverage* dan GCG berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan GCG mampu mempengaruhi hubungan kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan. GCG tidak mampu mempengaruhi hubungan kinerja keuangan (ROE dan *leverage*) terhadap nilai perusahaan.
9. Mandasari dkk (2013), meneliti tentang *The Onfluence of CSR to Firm Value with Profitability and Leverage as A Moderating Variable* menghasilkan temuan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memoderating pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. *Leverage* tidak memoderating pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

10. Febriana (2013), meneliti tentang Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi menghasilkan temuan bahwa ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat hubungan ROE dengan nilai perusahaan.

### 2.3 Kerangka Konseptual

**Gambar 2.3**



Kerangka Berpikir: Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating.

## 2.4 Perumusan Hipotesis

### 2.4.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Pertanggung jawaban sosial perusahaan dapat diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* (laporan keberkelanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang di buat oleh suatu perusahaan benar - benar merupakan komitmen bersama segenap unsur yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya, tanpa adanya komitmen dan dukungan penuh antusias karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka, dengan melibatkan keryawan secara intensif maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Pelaksanaan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di 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.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.**

#### **2.4.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan.**

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, di sisi lain para manajer (*insider*) menjadi meningkat *powernya* bahkan bisa meningkatkan.

Tanggung jawab perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan dalam memperbaiki tatanan ekonomi, sosial, dan lingkungan maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Berdasarkan teori RBV (*resource based view of the firm*) adalah memaksimalkan profit. Russo dan Fouts (1997) menguji teori ini secara empiris menggunakan data tingkat perusahaan dalam profitabilitas akuntansi dan lingkungan dan menemukan bahwa perusahaan dengan tingkatan lebih tinggi dalam kinerja lingkungan memiliki kinerja finansial superior, dimana mereka menginterpretasikan konsistensi dengan teori RBV. Hackston dan Milne (1996) dalam Frihatni (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar informasi sosial yang dilakukan perusahaan. sehingga dapat disimpulkan bahwa, corporate social responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Dahli dan Siregar (2008) mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa



tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif jangka panjang yang tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan teori legitimasi (*legitimacy theory*) mengharuskan perusahaan *bertindak responsive* terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dahli dan Siregar (2008).

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>2</sub> : *Corporate Social Responsibility* akan semakin meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Rancangan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang diangkat dalam penelitian ini, maka peneliti bertujuan melakukan uji hipotesis (*hypothesis testing*) untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian korelasional, penelitian ini dimaksudkan untuk menghubungkan permasalahan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderat.

#### **3.2 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dari penelitian ini adalah perusahaan - perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2012-2015. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan.

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap dari 2012-2015.
3. Memiliki data lengkap terkait dengan variabel - variabel yang digunakan dalam penelitian.
4. Tidak menggunakan laporan keuangan yang disajikan dalam mata uang asing.
5. Melaporkan Laporan keuangan secara konsisten selama periode pengamatan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari BEI. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode 2012 - 2015 pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, laporan keuangan perusahaan manufaktur tahun 2012 - 2015 dan *IDX statistic* 2012 - 2015.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel.

### **3.5 Variabel Penelitian**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen, dan variabel moderating.

### 3.5.1 Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel independen.

*Corporate social responsibility* (X1) merupakan bentuk pengungkapan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan yang terdapat pada laporan tahunan perusahaan. Bambang Suripto (1999) dalam Setianingrum (2015), pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui

jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan. Pengungkapan diukur dengan menggunakan rumus penghitungan *Corporate social responsibility disclosure index* berdasarkan GRI (*Global Reporting Initiative*):

CSRDI = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

### 3.5.2 Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Nilai perusahaan (Y) merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham.

Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q.

Penghitungan menggunakan rumus Tobin's (James Tobin, 1967) sebagai berikut:

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

Keterangan:

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas (*closing price* x jumlah saham yang beredar)

D = nilai buku dari total hutang (kewajiban jangka panjang + kewajiban jangka pendek).

EBV = nilai buku dari total ekuitas (total aktiva - total hutang)

### 3.5.3 Variabel moderating

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating.

Profitabilitas dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel pemoderasi dengan menggunakan proksi yang sama yaitu *Return On Equity* (ROE).

Bambang Riyatno (1995) dalam Mandasari dkk (2013), profitabilitas yaitu tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Faktor ini juga memiliki pengaruh terhadap kebijakan dividen.

Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban tetapnya yaitu bunga dan pajak. Perusahaan yang semakin besar keuntungannya akan membayar porsi pendapatan yang semakin besar sebagai dividen. Rasio dihitung dengan membagi laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat hasil pengembalian investasi dari para pemegang saham. Dengan kata lain rasio ini

menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja untuk menghasilkan keuntungan.

Untuk memperoleh nilai ROE, dihitung dengan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}} \times 100\%$$

### **3.6 Metode Analisis Data**

#### **3.6.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

#### **3.6.2 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga dimaksudkan untuk memastikan bahwa didalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolonieritas, heteroskedastisitas dan autokolerasi serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2013).

##### **3.6.2.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Ghozali (2013), dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik normal *probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample KS)*.

Ghozali (2013), untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan pedoman pengambilan keputusan :

1. Nilai sig < 0,05, distribusi adalah tidak normal.
2. Nilai sig > 0,05, distribusi adalah normal.

Ghozali (2013), dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal *probability plot* adalah :

1. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### **3.6.2.2 Uji Multikolonieritas**

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi dapat dilihat nilai *tolerance* dan lawannya nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang

terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *Tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai VIF 10.

Ghozali (2013), model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 atau VIF di bawah 10. Apabila *tolerance variance* di bawah 0,1 atau VIF di atas 10, maka terjadi multikolinieritas. Jika ternyata dalam model regresi terdapat multikolinieritas, maka harus menghilangkan variabel independen yang mempunyai korelasi tinggi dari model regresi.

### 3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan



sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di –  
*studentized*. Dasar analisis :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **3.6.2.4 Uji Autokorelasi**

Ghozali (2013) menjelaskan bahwa Autokorelasi merupakan korelasi antara anggota observasi yang disusun menurut waktu dan tempat. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (*DW test*) sebagai berikut:

1.  $0 < d < d_l$  maka ditolak, karena tidak ada autokorelasi positif
2.  $d_l \leq d \leq d_u$ , maka tidak ada keputusan artinya Tidak ada autokorelasi positif
3.  $4 - d_l < d < 4$ , maka ditolak karena tidak ada autokorelasi negatif.
4.  $4 - d_u \leq d \leq 4 - d_l$ , maka tidak ada keputusan karena tidak ada autokorelasi negatif.
5.  $d_u < d < 4 - d_u$ , maka diterima, artinya tidak ada autokorelasi positif maupun negatif .

Maka hasil uji autokorelasi harus memenuhi kriteria kelima agar dapat dinyatakan bahwa model bebas dari autokorelasi positif maupun negatif.

### 3.6.3 Analisis Regresi

Ghozali (2013), analisis regresi berganda digunakan untuk mendapatkan koefisien regresi yang akan menentukan apakah hipotesis yang dibuat akan diterima atau ditolak.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen (CSR) dan variabel dependen (Tobin's Q), serta menguji apakah profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap hubungan antara CSR dan Tobin's Q. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan 2 model. Penggunaan 2 model regresi dimaksudkan untuk membandingkan hasil pengujian dari kedua model regresi. Model Regresi I digunakan untuk menguji pengaruh kedua variabel independen terhadap variabel dependen tanpa memasukkan variabel pemoderasi. Sedangkan untuk Model Regresi II seluruh variabel dimasukkan dalam uji penelitian. Untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

#### 1. Analisis Regresi Model I Linear Sederhana (*simple regression analysis*).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \epsilon$$

#### 2. Persamaan Regresi Model II MRA (*Moderated Regression Analysis*) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

**Y** = nilai perusahaan

**$\alpha$**  = konstanta

$\beta_1 - \beta_3$	= koefisien regresi
$X_1$	= variabel CSR
$X_2$	= variabel profitabilitas
$X_1.X_2$	= interaksi antara CSR dengan profitabilitas
$\epsilon$	= <i>error term</i> (tingkat kesalahan penduga)

### 3.6.4 Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2013).

Menurut Ghozali (2013) ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fitnya*. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t.

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

#### 3.6.4.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-

variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model.

#### **3.6.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)**

Uji F dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika nilai signifikan lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit*.

#### **3.6.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara terpisah atau parsial variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial

terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri atas *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel dependennya.

Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

1. Bila probabilitas  $< 0,05$ , maka H1 diterima dan H0 ditolak. Artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Bila probabilitas  $> 0,05$ , maka H1 ditolak dan H0 diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

#### **3.6.4.4 Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)**

Ghozali (2013), uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear di mana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen).

Menurut Ghozali (2013), tujuan analisis ini untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Terdapat tiga model pengujian regresi dengan variabel moderating, yaitu uji interaksi (*Moderated Regression Analysis*), uji nilai selisih mutlak, dan uji residual. Dalam penelitian ini akan digunakan uji MRA.

MRA menggunakan pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator. Metode ini dilakukan dengan menambahkan variabel perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderatingnya.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Kepuasan *stakeholder* dapat dicapai dengan berbagai cara, salah satunya adalah peningkatan tanggungjawab sosial yang berkelanjutan.
2. Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata berpengaruh signifikan terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Namun pengaruh profitabilitas yang sedikit memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan akibat adanya perusahaan yang sudah mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik namun mengalami kerugian, sehingga mengakibatkan labanya rendah / minus. Maka

nilai perusahaan yang naik ketika perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* kemudian sedikit turun karena laba yang dilaporkan negatif.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi.

1. Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang terbatas pada perusahaan manufaktur dikhawatirkan belum bisa mewakili semua jenis perusahaan dan kurang mencerminkan perkembangan nilai perusahaan secara keseluruhan.
3. Data yang digunakan dalam informasi tanggung jawab sosial terbatas pada laporan tahunan saja.

## 5.3 Saran

Berdasarkan hasil analisis pembahasan serta beberapa kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Penelitian ini hanya sebatas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, sebaiknya juga dilakukan pada seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI.
2. Bagi pemakai informasi keuangan atau calon investor dapat melihat pengungkapan *corporate social responsibility* karena terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan untuk menggunakan objek penelitian yang lebih luas supaya memperoleh hasil yang lebih baik dan dapat mencerminkan secara keseluruhan.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan data primer dan data sekunder dalam melihat tanggung jawab sosial bukan hanya pada laporan tahunan saja.



## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Silvia 2012. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi: Universitas Negeri Padang. Sumatera Barat.
- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 2 No. 1. Hal. 42-47. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. Sumatera Barat.
- Bowen, Howard R. 1943. The Interpretation of Voting in the Allocation of Economic Resources. *The Quarterly Journal of Economics*, 58 (1), pp: 27-48.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F Houston. 2006. "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan". Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. "Teori Akuntansi". Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Dahli, L. dan Siregar, V. S. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Jurnal Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak. Kalimantan Barat.
- Dewi, R. Rosiyana dan Tia Tarnia. 2011. "Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik*, Vol. 6 No. 2. Hal. 115-132. Jakarta : Universitas Trisakti.

- Freeman, R. E. 1984. *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman. Boston, MA.
- Febriana, Nur Indah. 2013. Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan-Perusahaan dalam JII periode 2009-2011. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Syariah dan Hukum UIN.
- Gossling, Tobias dan Chris Vocht. 2007. Social Role Conceptions and Corporate Social Responsibility Policy Success. *Journal of Business Ethics*, 74, pp: 363-372.
- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke 7. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- \_\_\_\_\_ dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghoul, Sadok El, Omrane Guedhami, Chuck C. Y. Kwok and Dev R. Mishra. 2011. Does Corporate Social Responsibility affect the cost of capital?. *Journal of Banking & Finance*, 35 (9), pp: 2388-2406.
- Heinkel, Robert, Alan Kraus and Josef Zechner. 2001. The effect of green investment on corporate behavior. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 36 (4), pp: 431.
- Hackston, David dan Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1), pp: 77-100.
- Hadianto, Muhammad Luthfi. 2013. “Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Pemoderi (Studi Empiris pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2011)”. Skripsi. Semarang. Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Herawaty, Vinola. 2008. “Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variable dari Pengaruh Earnings Management terhadap Nilai

Perusahaan”. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 10 No.2. Hal. 97-108. Universitas Trisakti. Jakarta.

Jensen, Michael C. 2001. *Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function*. *European Financial Management*, 7(3), pp: 297-317.

Jo, Hoje and Maretno A. Harjoto. 2011. “Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility”. *Journal of Business Ethics*, Vol. 103. Hal. 351-383. USA : Santa Clara University and Pepperdine University.

Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility. *Media Riset Akuntansi*, 2(1), h: 1-17.

Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.

Mandasari, Putri Yuliana., Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif. 2013. “The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability and Leverage as A Moderating Variable (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)”. *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21 No. 4. Hal. 1-20. Pekanbaru : Universitas Riau.

Mardiasari, Nilla. 2012. “Pengaruh Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan yang Masuk Daftar Efek Syariah Periode 2007-2010)”. Skripsi. Yogyakarta : UIN Sunan Kalijaga.

Mardikanto, Totok, 2014. *Corporate Social Responsibility (CSR)* Edisi Revisi Alfabeta.

Milne, David Hackston Markus J. 1996. “Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies”. *Journal of Accounting, Auditing & Accountability*, Vol. 9 No. 1. Hal. 77-108. University of Otago. New Zealand.

- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Padang. Sumatera Barat.
- Nofrita, Ria. 2013. "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)". Artikel. Padang : Fakultas Ekonomi UNP.
- Octavia, Itsna. 2012. Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. Depok.
- Rahayu, Sri. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI). Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Riswari, Dyah Ardana dan Nur Cahyonowati. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-12. Semarang : UNDIP.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*.
- Retno, Reny Dyah dan Denies Priantinah. 2012. "Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)". *Jurnal Nominal*, Vol. 1 No. 1. Hal. 84-103. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ramadhani, Laras Surya dan Basuki Hadiprajitno. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, Vol. 8 No. 2. Hal. 95-189. Semarang : UNDIP.

Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina dan Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari. 2013. "Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 3. Hal. 723-738. Bali : Universitas Udayana.

Reverte, Carmelo. 2009. "Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms". *Journal of Business Ethics*, No. 88. Hal. 351-366. Technical University of Cartagena. Spain.

Setianingrum, Ambar Wahyuning. 2015. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negri Semarang.

Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Makalah disampaikan pada *Simposium Nasional Akuntansi VI Surabaya*, 16-17 Oktober 2003.

Untung, Budi, Hendrik. 2008. *Corporate Social Responsibility (CSR) Edisi Revisi* Sinar Grafika.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta.

Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. *JRAI*, Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-16.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

[www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)