

**PENGARUH PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015)**

**Skripsi**

**Oleh**

**PHOOJA PRATIWI**



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

## ABSTRAK

### **PENGARUH PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015)**

Oleh

**Phooja Pratiwi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Penelitian ini menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2015. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* diambil sampel 40 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah *moderated regression analysis* (MRA), uji hipotesis serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dengan tingkat signifikansi alpha 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas sebagai moderasi dapat memperkuat hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.

**Kata kunci :** *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

## ***ABSTRACT***

### ***THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) IMPLEMENTATION ON COMPANY VALUE (EMPIRICAL STUDY ON REGISTERED MANUFACTURING COMPANY IN INDONESIA STOCK EXCHANGE PERIOD 2011-2015)***

**By**

**Phooja Pratiwi**

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility (CSR) implementation on the value of companies in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange period 2011-2015. This study uses profitability as a moderating variable. Population in this research is manufacturing company listed in BEI period 2011-2015 By using purposive sampling method taken samples 40 company. Analytical techniques used were moderated regression analysis (MRA), hypothesis test and classical assumption test including normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, heteroscedasticity test with alpha 5% significance level. The result of research shows that the influence of corporate social responsibility (CSR) implementation has a positive effect on company value, while profitability as moderation can strengthen corporate social responsibility (CSR) relationship with company value.

**Keywords :** *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability and Corporate Value*

**PENGARUH PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
(CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR  
DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015)**

**Oleh**

**PHOOJA PRATIWI**

**Skripsi**

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar  
SARJANA EKONOMI**

**Pada**

**Jurusan Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



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

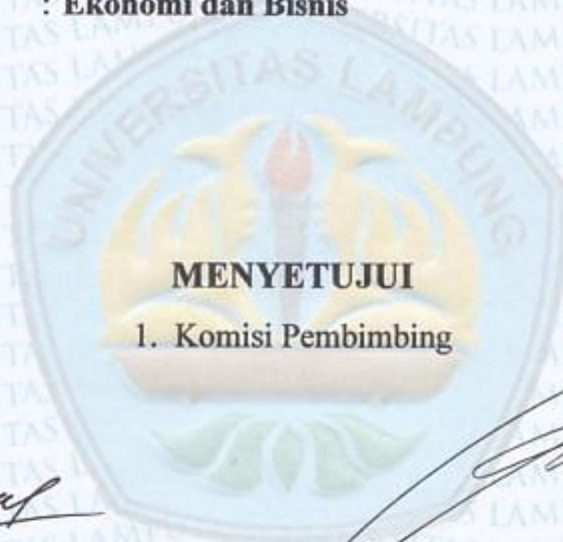
Judul Skripsi : **PENGARUH PELAKSANAAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**  
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)


Nama Mahasiswa : **Phooja Pratiwi**

No. Pokok Mahasiswa : **1311011117**

Jurusan : **Manajemen**


Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



  
**Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.Si.**  
NIP 19630831 198903 2 002

  
**Prakarsa Panjinegara, S.E., M.E.**  
NIP 19740501 200801 1 007

2. Ketua Jurusan Manajemen

  
**Dr. R.R. Erlina, S.E., M.Si.**  
NIP 19620822 198703 2 002

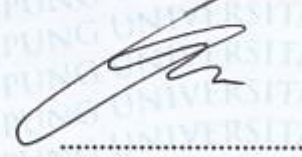
**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

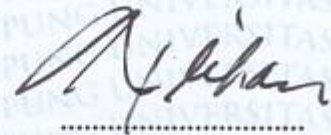
Ketua : **Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.Si.**



Sekretaris : **Prakarsa Panjinegara, S.E., M.E.**



Penguji Utama : **Dr. Irham Lihan, S.E., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

NIP. 19610904 198703 1 011



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **03 Agustus 2017**

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Phooja Pratiwi  
NPM : 1311011117  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 201-2015)

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil Penelitian / Skripsi serta Sumber Informasi / Data adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Semua sumber data dan informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan di dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir Hasil Penelitian / Skripsi ini
2. Menyerahkan sepenuhnya hasil penelitian saya dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy* skripsi untuk di publikasikan ke media cetak ataupun elektronika kepada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Tidak akan menuntut / meminta ganti rugi dalam bentuk apapun atas segala sesuatu yang dilakukan oleh Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung terhadap hasil penelitian / skripsi ini.
4. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Lampung.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, untuk dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Bandar Lampung, 09 Agustus 2017  
Yang membuat pernyataan

Phooja Pratiwi



## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, 13 April 1995 yang diberi nama Phooja Pratiwi sebagai anak pertama dari dua bersaudara pasangan Bapak Zubaidi dan Ibu Emayuni.

Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) di TK Kartini I Bandar Lampung pada tahun 2001, Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 2 Palapa pada tahun 2007, Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 4 Bandar Lampung pada tahun 2010 dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA YP UNILA pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Sarjana melalui jalur SNMPTN di Universitas Lampung

Pada tahun 2016, penulis mengikuti program pengabdian kepada masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Margasari Labuhan Maringgai Kabupaten Lampung Timur selama 60 hari.



## **PERSEMBAHAN**

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

Alhamdulillah..

Kupersembahkan sebuah karya kecil ini dengan penuh rasa syukur atas segala dukungan yang telah diberikan selama ini serta doa yang tiada henti.

Ayah dan Ibu

Adik laki-lakiku

Seluruh keluarga

Sahabat-sahabat terbaik

Teman-teman

Kekasih tercinta

Serta alamater tercinta

## MOTTO

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila  
kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan  
sungguh – sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada  
Tuhanmulah hendaknya kamu berharap  
( QS. Al - Insyirah : 5-8 )

*“Pengalaman dan kegagalan akan membuat orang  
menjadi lebih bijak”*

*“Jadilah diri sendiri dan jangan menjadi orang lain, walaupun dia terlihat  
lebih baik dari kita”*

## SANWACANA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu 'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh*

Al-hamdu lillahi rabbil 'alamin. Puji Syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa Shalawat serta Salam senantiasa kita hanturkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan Syafaatnya di Yaumul Akhir Kelak. Aamiin.

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)”** ini diajukan untuk melengkapi tugas akhir penulis dalam menyelesaikan program strata satu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan pihak – pihak yang mendukung karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Zubaidi dan ibu Emayuni. Ayah dan ibu tercinta yang senantiasa mencurahkan kasih sayang, doa dan dukungan kepada saya sampai detik ini. Semoga Allah SWT membalas semua pengorbananmu.
2. Bapak Prof. Dr. Satria Bangsawan, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
3. Ibu Dr. Rr. Erlina, S.E., M.Si. dan Ibu Yuningsih, S.E., M.M. selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Prakarsa Panjinegara, S.E., M.E. selaku Pembimbing Akademik. Terimakasih telah membimbing dan memberikan motivasi kepada penulis selama masa perkuliahan sampai selesai.
5. Ibu Dr. Sri Hasnawati, S.E., M.Si. dan Prakarsa Panjinegara, S.E., M.E. selaku pembimbing dan pendamping skripsi. Terimakasih atas kesabaran dan waktunya dalam memberi bimbingan dan arahan untuk kesempurnaan penulisan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Irham Lihan, S.E., M.Si. selaku pembahas I dan penguji utama, Bapak Hidayat Wiweko, S.E., M.Si. selaku pembahas II dan Bapak Muslimin, S.E., M.Sc. selaku pembahas III. Terimakasih atas komentar dan saran yang telah diberikan kepada penulis untuk hasil penulisan skripsi yang lebih baik.
7. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar dan Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Terimakasih atas segala ilmu, pengalaman dan fasilitas yang penulis terima selama masa perkuliahan serta telah membantu dalam segala proses administrasi.

8. Adikku Ferly Arari atas dukungan, kasih sayang, pengorbanan, perhatian, cinta kasih, dan doa yang telah diberikan demi kesuksesan penulis semoga menjadi orang sukses yang berhasil dalam hidup serta dapat membahagiakan ayah dan ibu selamanya.
9. Sahabat-sahabat terbaikku yang sudah layaknya keluarga Ayu Tiara Meriza, Akbar Riza, Diah Putri Permatasari, Dolla Vista Siregar, Eksa Arysta, Fajar Agustyan, Phooja Pratiwi, Rani Cahyani, Siti Sarah Aidilha, Yunita Felani, Yusiani Zahra Sayuti, atas bantuan, dukungan, dan motivasi, canda tawa, yang telah diberikan kepada penulis selama proses pengerjaan dan penyelesaian skripsi serta pelaksanaan seminar dan ujian kompre.
10. Sahabat-sahabatku terkasih yang memberikan suport dan dukungannya dikala susah maupun senang Jessica Reza Utari, Hesti Seftia Wulandari, Ica Parmania dan Deranie Ridwan.
11. Teman-temanku yang membantu saat sedang kesulitan dalam proses belajar dan mengerjakan skripsi Armania, Atika Wahyuni, Fitriacia Indah, Eka Ramadhani, Anisa, Tri Yuniarti, Siti Hafidoh, Rafiqqa, Shara Mustika, Renita Ayuni, Ariane Devita Dharma, Nila, Ranti, Ka Ara, Ka Fera, serta seluruh teman-temanku yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Seluruh keluarga besar Manajemen angkatan 2013 dan Manajemen Keuangan terimakasih atas kebersamaan dan kekeluargaan. Terimakasih untuk Almamater Tercinta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
13. Partner setia Restu Aditya Putra yang setiap saat tiada hentinya memberikan dukungan dan semangat kepada penulis .

Karya kecil ini masih jauh dari sempurna karena penulis hanyalah manusia biasa yang mempunyai kelemahan. Semoga Allah SWT mengampuni segala kelalaian hamba-Nya ini. Atas semua kebaikan dan bantuan yang telah penulis terima semoga Allah membalas dengan yang lebih baik.

*Wassalamu 'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh*

Bandar Lampung, 09 Agustus 2017

Peneliti

Phooja Pratiwi

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>DAFTAR ISI</b> .....	i
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	iv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	v
<b>I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
<b>II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Teori <i>Stakeholder</i> .....	7
B. Teori Legitimasi .....	9
C. Nilai Perusahaan.....	11
D. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	14
1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	14
2. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	15
3. Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility(CSR)</i> .	16
E. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan .....	20
F. Profitabilitas .....	21
G. Penelitian Terdahulu .....	22
H. Pengembangan Hipotesis .....	23
1. Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai Perusahaan.....	23
2. Pengaruh profitabilitas sebagai variable moderasi terhadap hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan nilai perusahaan .....	25

<b>III. METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Definisi dan Operasional Variabel.....	28
1. Variabel Independen.....	28
2. Variabel Dependen.....	29
3. Variabel Pemoderasi.....	30
C. Pengukuran Variabel.....	31
D. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
1. Populasi.....	32
2. Sampel.....	32
E. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Penelitian Pustaka.....	33
2. Dokumentasi.....	33
F. Metode Analisis Data.....	34
1. Statistik Deskriptif.....	34
2. Uji Asumsi Klasik.....	34
3. <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	37
G. Uji Hipotesis.....	39
1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	39
2. Uji Simultan (uji nilai F).....	39
3. Uji Parsial (t-test).....	40
<b>IV. HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Analisis Data.....	41
B. Hasil Penelitian.....	41
1. Statistik Deskriptif.....	41
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	44
C. Pengujian Hipotesis.....	47
1. Uji Hipotesis.....	47
2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
3. Hasil Uji Simultan (uji F).....	50
4. Hasil Uji Parsial (uji t).....	50
D. Pembahasan.....	51
1. Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai Perusahaan.....	52
2. Pengaruh profitabilitas sebagai terhadap hubungan <i>corporate social responsibility</i> dengan nilai perusahaan.....	53
<b>V. SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan.....	55
B. Saran.....	56

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Grafik Harga Saham Perusahaan Manufaktur yang Melakukan CSR tahun 2011-2015 .....	3
2.1 Rerangka Pemikiran .....	27

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	22
3.1 Pengukuran Variabel .....	31
3.2 Kriteria Pemilihan Sampel Penelitian .....	33
3.3 Tabel Uji Durbin Watson .....	36
4.1 Hasil Statistik Deskriptif .....	42
4.2 Hasil Uji Normalitas CSR, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan .....	44
4.3 Hasil Uji Multikolonieritas antar variable independen .....	45
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas <i>White Test</i> .....	46
4.5 Durbin Watson .....	47
4.6 Hasil Regresi Linear Berganda .....	48
4.7 Hasil <i>Moderated Regression Analysis (MRA)</i> .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Lampiran
1. Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Periode 2011-2015 .....	L-1
2. 79 Indikator GRI versi G3 <i>guidelines</i> .....	L-3
3. Hasil Perhitungan Statistik dengan <i>E-views</i> 8.....	L-11
4. Hasil Perhitungan CSR tahun 2011-2015 .....	L-17
5. Hasil Perhitungan ROE tahun 2011-2015 .....	L-22
6. Hasil Perhitungan <i>Tobins'Q</i> tahun 2011-2015 .....	L-27

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Perusahaan yang semakin berkembang, tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak dapat terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Saat ini masyarakat menuntut perusahaan untuk melakukan lebih karena ada ketidakseimbangan ekonomi antara pemilik bisnis, masyarakat dan dampak negatif yang diciptakan seperti polusi (Anwar dan Martin, 2012).

Suatu cabang industri yang mengaplikasikan mesin, peralatan dan tenaga kerja serta suatu medium proses untuk mengubah bahan mentah menjadi barang jadi untuk dijual yaitu perusahaan manufaktur. *Manufacturing* dalam ekonomi pasar bebas berarti produksi secara massal untuk dijual ke pelanggan untuk mendapatkan keuntungan. Keadaan ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur mempunyai peran yang cukup dominan dalam perekonomian di Indonesia maka terjadi kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitar. Hal ini dikarenakan muncul kesadaran dari perusahaan swasta dalam mengurangi

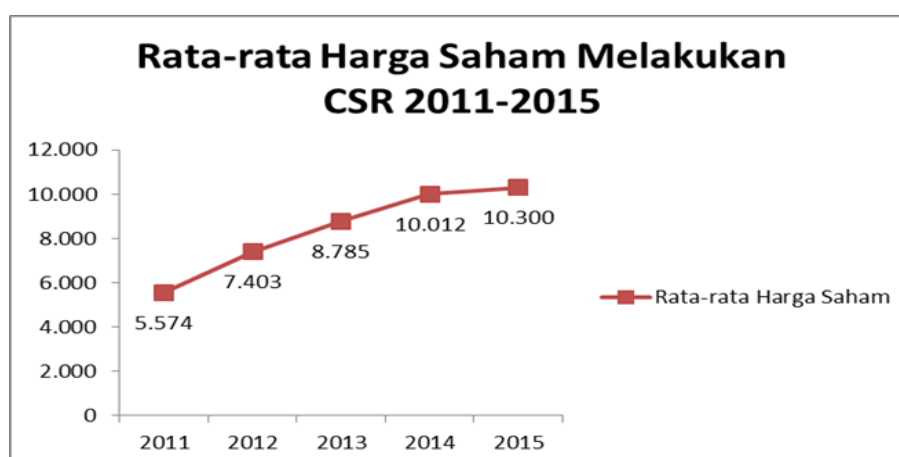
dampak negatif tersebut yaitu dengan mengembangkan apa yang disebut *corporate social responsibility* (CSR).

Tanggung jawab sosial sering dianggap inti dari etika bisnis bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *stakeholder*) saja tetapi tanggung jawab sosial dari perusahaan merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua *stakeholder* termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor dan pemerintah. Manfaat yang dapat diperoleh perusahaan setelah melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) pertama perusahaan akan terhindar dari adanya reputasi negatif sebagai perusak lingkungan yang hanya mengejar keuntungan jangka pendek, kedua perusahaan akan mendapatkan rasa hormat dari masyarakat yang membutuhkan perusahaan seperti karyawan dan pelanggan, dan ketiga perusahaan akan terhindar dari gangguan lingkungan sekitar sehingga perusahaan akan terus menjalankan operasi bisnisnya dengan lancar serta tujuan utama perusahaan akan dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya untuk jangka panjang (Kamaludin dan Indriani, 2012).

Menurut Riswari dan Nur (2012) *corporate social responsibility* (CSR) sebagai sebuah gagasan dan tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. *Triple bottom lines* lainnya selain *financial* juga ada sosial dan lingkungan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup.

Pelaksanaan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan manufaktur selama tahun 2011-2015 telah meningkatkan harga saham yang terus meningkat. Tahun 2011 harga saham sebanyak 5,043% dan pada tahun 2015 harga saham meningkat menjadi 10,300%. Tolak ukur penilaian perusahaan adalah melalui harga pasar saham. Harga pasar saham merupakan cerminan penilaian dari investor secara keseluruhan atas ekuitas yang dimiliki suatu perusahaan, apabila nilai sahamnya tinggi dapat dikatakan nilai perusahaannya tinggi (Ratnadewi dan Ulupui, 2016). Nilai perusahaan dinilai baik apabila kinerja perusahaan baik. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam memperbaiki kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungan sekitarnya. Menurut Anggraini (2006) menyatakan tingginya tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar informasi sosial yang dilakukan perusahaan.

Berikut grafik rata-rata harga saham perusahaan manufaktur yang telah melakukan aktivitas CSR selama tahun 2011-2015 :



**GAMBAR 1.1 HARGA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG MELAKUKAN CSR TAHUN 2011-2015**

Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. 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.

Penelitian ini mengacu pada penelitian Agustina (2013) yang meneliti pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, sehingga peneliti ingin menguji kembali apakah pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Profitabilitas dalam penelitian ini sebagai variabel moderasi yaitu untuk menguji hubungan pengaruh pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan manufaktur, karena perusahaan manufaktur lebih mudah berpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Pengukuran indeks dalam penelitian ini yaitu indeks pengungkapan dalam standar *Global Reporting Initiative* (GRI) versi *G3 guidelines* karena GRI merupakan standar internasional yang dapat membantu perusahaan untuk memutuskan apa yang akan diungkapkan dan bagaimana mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial perusahaan.

Jo dan Harjoto (2011) menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) *engagement* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang berbeda oleh Nurlala dan Islahudin (2008) menyatakan bahwa *corporate social*

*responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Penerapan kebijakan yang berfokus pada tanggung jawab sosial melakukan meningkatkan nilai perusahaan (Rossi, 2009). Gunawan dan Utami (2008) menyatakan terdapat pengaruh positif antara CSR dengan nilai perusahaan. Banyaknya item pengungkapan sosial yang diungkapkan bila diiringi dengan semakin baiknya kualitas pengungkapan maka dapat menyebabkan peningkatan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi dengan judul **”Pengaruh Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas perumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2015?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011-2015.



#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi investor, akan bisa memilih perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik dengan mempertimbangkan masing-masing aspek yaitu profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga memiliki keputusan yang tepat dalam berinvestasi.
2. Bagi perusahaan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai pentingnya pelaksanaan dan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keberlangsungan aktivitas bisnis perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan khususnya pada kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya.
3. Bagi peneliti dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi

## **II. KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

### **A. Teori *Stakeholder***

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri dan Ghazali, 2007). Tujuan dari perusahaan adalah untuk menciptakan kekayaan atau nilai pemegang saham dengan mengkonversi saham mereka ke dalam barang dan jasa (Clarkson, 1994). *Stakeholder* adalah pemegang saham, tenaga kerja, pemasok, bank, pelanggan, pemerintah, dan komunitas yang memegang peranan penting dalam organisasi (Duran dan Radojicic (2004). Hal ini dikarenakan perusahaan harus memperhitungkan semua kepentingan dan nilai-nilai dari para *stakeholder*-nya.

Karsberg dan Persson dalam Bayu (2015) menyatakan bahwa masyarakat dan media merupakan *stakeholder* terpenting bagi perusahaan. Masyarakat dapat memberikan penilaian secara langsung terhadap kinerja perusahaan sedangkan media memiliki kekuatan untuk mengkomunikasikan atau memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan, apakah dalam keadaan baik atau dalam keadaan buruk. *Stakeholder* merupakan seluruh subjek yang berpartisipasi dan

berkontribusi pada aktivitas perusahaan serta yang sangat peduli dengan segala keputusan yang diambil perusahaan (Biscaccianti dalam Bayu, 2015).

Teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk *manage stakeholder*. Cara-cara yang dilakukan perusahaan untuk *manage stakeholder*-nya sesuai pada strategi yang diadopsi perusahaan (Chariri dan Ghazali, 2007). Organisasi dapat mengadopsi strategi aktif dan strategi pasif. Strategi aktif adalah apabila perusahaan berusaha mempengaruhi hubungan organisasinya dengan *stakeholder* yang dipandang berpengaruh atau 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 (Chariri dan Ghazali, 2007).

Solihin (2008) menjelaskan bahwa *stakeholders* dibagi dalam dua kategori :

- a. *Inside stakeholders*, terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *inside stakeholders* ini adalah pemegang saham (*stockholders*), manajer, dan karyawan.
- b. *Outside stakeholders*, terdiri atas orang-orang maupun pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, serta bukan pula karyawan perusahaan namun memiliki kepentingan terhadap perusahaan di pengaruhi oleh keputusan serta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside stakeholders* ini adalah pelanggan (*customers*), pemasok (*supplier*), pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.

Teori *stakeholder* menyatakan bahwa para *stakeholder* memiliki hak untuk mengetahui semua informasi baik informasi *mandatory* maupun *voluntary* serta informasi keuangan dan non-keuangan. Dampak aktivitas perusahaan kepada *stakeholder* dapat diketahui melalui pertanggungjawaban yang diberikan perusahaan berupa informasi keuangan dan non-keuangan (sosial).

## **B. Teori Legitimasi**

Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitar baik fisik maupun nonfisik (Hadi, 2011). Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dan masyarakat. Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan kedepan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan terutama terkait dengan upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi, 2011).

Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan, perusahaan yang dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik produk, metode dan tujuan. Menurut Deegan *et.al* (2002) legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*) dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Saat terjadinya pergeseran yang menuju

ketidaksesuaian (*incongruence*) pada saat itu terjadi legitimasi perusahaan dapat terancam.

Menurut Wartick dan Mahon (1996) menyatakan bahwa *incongruence* dapat terjadi disebabkan oleh beberapa faktor yaitu :

- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah ke arah yang berbeda atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Menurut Dowling dan Pfeffer (1975) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi yaitu aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai dengan sistem nilai masyarakat dan pelaporan aktivitas perusahaan hendaknya mencerminkan nilai sosial. Hal tersebut didasarkan pada pandangan bahwa perusahaan berusaha untuk menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang melekat dalam kegiatannya dengan norma-norma perilaku yang ada dalam sistem sosial masyarakat dimana perusahaan adalah bagian dari sistem tersebut. Selama kedua sistem nilai tersebut selaras hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi perusahaan. Saat terjadi ketidakeselarasan aktual diantara kedua sistem nilai tersebut maka dapat terancam terhadap legitimasi perusahaan.

Perbedaan nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai sosial masyarakat sering dinamakan “*legitimacy gap*” dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer, 1975). Mengurangi “*legitimacy gap*” tersebut, perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya dan mengidentifikasi publik yang memiliki kekuatan sehingga mampu memberikan legitimasi kepada perusahaan (Dowling dan Pfeffer, 1975).

Melihat dari konteks uraian diatas dapat dinyatakan bahwa legitimasi perusahaan dimata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi, 2011). Hal ini dilakukan karena pengungkapan informasi *corporate social responsibility* (CSR) merupakan investasi jangka panjang, memiliki manfaat dalam meningkatkan *image* dan legitimasi sehingga dapat dijadikan sebagai basis konstruksi strategi perusahaan.

### **C. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Tingginya nilai suatu perusahaan menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang semakin tinggi pula. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang diperjual belikan di bursa merupakan indikator nilai perusahaan (Husnan dan Pudjiastuti, 1994).

Christiawan dan Tarigan (2007) ada beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan, antara lain :

- a. Nilai nominal merupakan nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.
- b. Nilai pasar sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.
- c. Nilai intrinsik merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.
- d. Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi.
- e. Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi dapat dihitung berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Tingginya harga saham maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual di saat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai

perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga akan meningkatkan harga saham, meningkatnya harga saham maka nilai perusahaan akan meningkat.

Beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, misalnya *price earning ratio* (PER), *market-to-book ratio*, Tobin's Q, dan *price flow ratio*, *market-to-sales ratio*. Rasio Tobin's Q dianggap rasio yang memberikan informasi paling baik karena menjelaskan fenomena dalam kegiatan perusahaan, keputusan investasi dan diversifikasi, hubungan antara kepemilikan saham manajemen dengan nilai perusahaan, hubungan antara kinerja manajemen dengan keuntungan dalam akuisisi, dan kebijakan pendanaan, dividen, dan kompensasi (Sukamulja, 2004).

Tobin's Q adalah pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari aset yang sama. Tobin's Q merupakan rasio dari nilai pasar aset perusahaan yang diukur oleh nilai pasar dari jumlah saham yang beredar dan hutang utang (*enterprise value*) terhadap *replacement cost* dari aktiva perusahaan (Fiakas, 2005). Perusahaan memiliki nilai lebih besar dari nilai sebelumnya maka akan memiliki biaya untuk meningkat kembali dan memungkinkan untuk mendapat laba. Berdasarkan pemikiran Tobin's bahwa intensif untuk membuat modal investasi baru adalah tinggi ketika surat berharga (saham) memberikan keuntungan di masa depan dan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari biaya investasinya (Fiakas, 2005).



## **D. Corporate Social Responsibility (CSR)**

### **1. Definisi corporate social responsibility (CSR)**

Konsep dari CSR mengandung arti bahwa organisasi bukan lagi sebagai entitas yang hanya mementingkan dirinya sendiri (*selfish*). Teralienasi dari lingkungan masyarakat di tempat mereka bekerja melainkan sebuah entitas usaha yang wajib melakukan adaptasi kultural dengan lingkungan sosialnya. Kondisi ini menyediakan jalan bagi setiap perusahaan untuk melibatkan dirinya dengan dimensi sosial dan memberikan perhatian terhadap dampak-dampak sosial yang ada (Hadi, 2011).

Sementara itu lembaga *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai *corporate social responsibility (CSR) is the continuing commitment by business to behave ethical and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of local community and society at large* (WBCSD, 2005).

Definisi *corporate social responsibility (CSR)* perusahaan adalah komitmen bisnis yang berkelanjutan untuk berperilaku etis dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas kehidupan kerja karyawan dan kerja mereka dan komunitas lokal dan masyarakat yang luas. Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial, kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable*

*development*). *Sustainability reporting* harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

## **2. Manfaat corporate social responsibility (CSR)**

Menurut Indrawan (2011) dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, antara lain :

### **a. Profit**

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**

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 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.

Menurut Waryanto (2010) ada beberapa manfaat dari praktik dan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) bagi perusahaan, yaitu :

- a. Pengelolaan sumber daya korporasi secara amanah dan bertanggungjawab akan meningkatkan kinerja korporasi secara *sustainable*.
- b. Perbaikan citra korporasi sebagai agen ekonomi yang bertanggung jawab (*good corporate citizen*) sehingga meningkatkan nilai perusahaan (*value of the firm*).
- c. Peningkatan keyakinan investor terhadap korporasi sehingga menjadi lebih atraktif sebagai target investasi.
- d. Memudahkan akses terhadap investasi domestik dan asing.
- e. Melindungi direksi dan dewan komisaris dari tuntutan hukum.

### **3. Prinsip-prinsip corporate social responsibility (CSR)**

Prinsip - prinsip CSR menurut Azheri (2011) mengurai prinsip-prinsip yang harus diperhatikan dalam penerapan CSR, antara lain :

a. Prioritas Perusahaan

Perusahaan harus menjadikan tanggung jawab sosial sebagai prioritas tertinggi dan penentu utama dalam pembangunan berkelanjutan. Sehingga perusahaan dapat membuat kebijakan, program, dan praktik dalam menjalankan aktivitas bisnisnya dengan cara lebih bertanggung jawab secara sosial.

b. Manajemen Terpadu

Manajemen sebagai pengendali dan pengambilan keputusan harus mampu mengintegrasikan setiap kebijakan dan program dalam aktivitas bisnisnya sebagai salah satu unsur dalam fungsi manajemen.

c. Proses Perbaikan

Setiap kebijakan, program, dan kinerja sosial harus dilakukan evaluasi secara berkesinambungan didasarkan atas temuan riset mutakhir dan memahami kebutuhan sosial serta menerapkan kriteria sosial tersebut secara global.

d. Pendidikan Karyawan

Karyawan sebagai *stakeholder primer* harus ditingkatkan kemampuan dan keahliannya. Hal ini dikarenakan perusahaan harus memotivasi mereka melalui program pendidikan dan pelatihan.

e. Pengkajian

Perusahaan sebelum melakukan sekecil apapun suatu kegiatan harus terlebih dahulu melakukan kajian mengenai dampak sosialnya.

f. Produk dan Jasa

Suatu perusahaan harus senantiasa berusaha mengembangkan suatu produk dan jasa yang tidak mempunyai dampak negatif secara sosial.

g. Informasi Publik

Memberikan informasi dan bila perlu mengadakan pendidikan terhadap konsumen, distributor, dan masyarakat umum tentang penggunaan, penyimpanan, dan pembuangan atas suatu produk barang atau jasa.

h. Fasilitas dan Operasi

Mengembangkan, merancang, dan mengoperasikan fasilitas serta menjalankan kegiatan dengan mempertimbangkan temuan yang berkaitan dengan dampak sosial dari suatu kegiatan perusahaan.

i. Penelitian

Melakukan dan mendukung suatu riset atas dampak sosial dari penggunaan bahan baku, produk, proses, emisi dan limbah yang dihasilkan sehubungan dengan kegiatan usaha.

j. Prinsip Pencegahan

Memodifikasi manufaktur, pemasaran, dan penggunaan atas produk barang atau jasa yang sejalan dengan hasil penelitian mutakhir.

k. Kontraktor dan Pemasok

Mendorong kontraktor dan pemasok untuk mengimplementasikan dari prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan, baik yang telah maupun yang akan melakukannya.

l. Siaga Menghadapi Darurat

Perusahaan harus menyusun dan merumuskan rencana dalam menghadapi keadaan darurat. Bila terjadi keadaan berbahaya perusahaan harus bekerja sama dengan layanan gawat darurat (*emergency*), instansi berwenang, dan komunitas lokal.

m. Transfer *Best Practice*

Berkontribusi pada pengembangan dan transfer bisnis praktis sepanjang bertanggung jawab secara sosial pada semua industri dan sektor publik.

n. Memberikan Sumbangan

Sumbangan ini ditunjukkan untuk pengembangan usaha bersama, kebijakan publik, dan bisnis, lembaga pemerintah dan lintas departemen serta lembaga pendidikan yang akan membantu meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosial.

o. Keterbukaan (*disclosure*)

Menumbuh kembangkan budaya keterbukaan dan dialogis dalam lingkungan perusahaan dan dengan unsur publik.

p. Pencapaian dan Pelaporan

Melakukan evaluasi atas hasil kinerja sosial, melaksanakan audit sosial secara berkala dan mengkaji pencapaian berdasarkan kriteria perusahaan dan ketentuan peraturan perundang-undangan serta menyampaikan informasi tersebut kepada dewan direksi, pemegang saham, pekerja dan publik.

## E. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*, merupakan cara mengkomunikasikan informasi sosial kepada *stakeholders*. Adanya CSR dalam sebuah perusahaan investor mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disampaikan perusahaan dalam laporan tahunan.

Luasnya pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan (Ardana dan Cahyonowati, 2012). Hal ini dikarenakan para *stakeholder* dapat mengetahui apa saja aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut penting diketahui *stakeholder* mengingat dampak-dampak yang mungkin timbul akibat aktifitas perusahaan.

*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 ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Waryanto (2010) peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan, yaitu :

- a Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
- b Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
- c Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
- d Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)

- e Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
- f Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

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.

## **F. Profitabilitas**

Profitabilitas menurut Brigham dan Houston (2006) adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan yang dilakukan oleh perusahaan. Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal jumlah karyawan dan sebagainya.

Ayu (2010) menyatakan bahwa ada beberapa pengukuran terhadap profitabilitas perusahaan dimana masing-masing pengukuran dihubungkan dengan total aktiva (*return on asset*), volume penjualan (*net profit margin*) dan modal sendiri (*return on equity*). Penelitian ini menggunakan ukuran profitabilitas dengan *return on equity* (ROE). *Return on equity* (ROE) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki sehingga besarnya ROE mengindikasikan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan. Tingginya ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih (Ang, 1997). ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pemegang saham. Melihat nilai ROE, investor



dapat mengetahui berapa persen pengembalian atas modalnya di dalam perusahaan tersebut.

## G. Penelitian Terdahulu

**TABEL 2.1 RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU**

Peneliti	Variabel	Sampel	Hasil
Nurlela dan Islahudin (2008)	Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dependen : Nilai perusahaan Moderasi Kepemilikan manajerial	Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta	CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.
Rossi (2009)	Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dependen : Nilai Perusahaan	Perusahaan Brasil non-keuangan dari 2005 sampai 2007	CSR mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.
Ayu (2010)	Independen : Profitabilitas Dependen : Nilai Perusahaan Moderasi : <i>Good Corporate Governance</i>	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta Tahun 2006-2008	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Good corporate governance (GCG)</i> dengan indikator kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan
Thohiri (2011)	Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan GCG Dependen : Nilai perusahaan Moderasi: Profitabilitas	Seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang masuk kedalam kelompok LQ45 selama tahun 2007-2010	Pengungkapan <i>corporate social responsibility (CSR)</i> dan <i>good corporate governance (GCG)</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas bukan merupakan moderating antara pengungkapan <i>corporate social responsibility (CSR)</i> dan <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan.
Hackston dan Milne (2011)	Independen : Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Dependen: <i>Corporate Social Disclosures</i>	50 perusahaan terbesar di Selandia Baru	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Disclosures</i> . Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Disclosures</i> .
Ardana dan Cahyonowati (2012)	Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dependen : Nilai Perusahaan Moderating : <i>Corporate Governance</i> Kontrol : Ukuran Perusahaan	Perusahaan non-keuangan tahun yang terdaftar di BEI tahun 2008-2009	CSR dan CG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Peneliti	Variabel	Sampel	Hasil
Agustina (2013)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dan Profitabilitas Dependen: Nilai Perusahaan	Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2007-2010.	Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan <i>corporate social responsibility (CSR)</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
Agustine (2014)	Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dependen : Nilai Perusahaan Moderating : Kepemilikan manajemen	Semua perusahaan terbuka terdaftar di BEI tahun 2008-2012	CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajemen berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan interaksi antara CSR dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
Pratiwi (2016)	Independen: Profitabilitas Dependen : Nilai Perusahaan Moderasi : <i>Corporate Governance</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014	Profitabilitas berpengaruh sig terhadap nilai perusahaan. Peran <i>corporate governance</i> tidak dapat memperkuat hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. KM tidak dapat digunakan untuk mengendalikan hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan
Ratnadewi Ulupui (2016)	Independen : <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> Dependen : Nilai Perusahaan Moderating: <i>Corporate Governance</i>	Perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Mekanisme CG berpengaruh negatif dan signifikan terhadap hubungan antara pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan

Sumber : Jurnal nasional dan berbagai literatur

## H. Pengembangan hipotesis

### 1. Pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan

*Corporate social responsibility (CSR)* berkaitan dengan citra perusahaan di mata investor dan masyarakat. Perusahaan melakukan pertanggungjawaban secara maksimal maka citra perusahaan tersebut akan semakin membaik. Pencapaian profit yang maksimal, perusahaan yang juga menaruh perhatian pada lingkungan dan sosial akan menjadi pertimbangan investor dan calon investor dalam memilih

tempat investasi. Adanya perhatian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial, masyarakat yang merupakan konsumen akan meningkatkan loyalitas atas produk perusahaan akan meningkatkan penjualan perusahaan. Meningkatnya penjualan maka profitabilitas dan nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan (Ratnadewi dan Ulupui, 2016).

Pengungkapan CSR memiliki berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR di Indonesia khususnya untuk perusahaan non-keuangan sudah cukup baik mengingat pentingnya pengungkapan CSR. Investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disampaikan perusahaan dalam laporan tahunan. Luasnya pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan (Ardana dan Cahyonowati, 2012).

Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri melainkan memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya oleh sebab itu, dukungan dari *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan dan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan melaksanakan mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan diterima oleh masyarakat serta perusahaan dimata *stakeholder* merupakan faktor signifikan untuk mendukung citra dan reputasi perusahaan dimata *stakeholder* (Hadi, 2011).

Banyaknya item pengungkapan sosial yang diungkapkan bila diiringi dengan semakin baiknya kualitas pengungkapan akan menyebabkan peningkatan pada nilai perusahaan. Perusahaan memiliki komitmen terhadap *corporate social responsibility* (CSR) dalam jangka panjang serta mengalami peningkatan harga saham yang signifikan daripada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Ratnadewi dan Ulupui, 2016). Hal tersebut didukung dari hasil penelitian yang dilakukan Rossi (2009) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H1 : Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

***2. Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan***

Profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas (Heinze, 2011). Menurut Anggraini (2006) menyatakan bahwa tingginya tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar informasi sosial yang dilakukan perusahaan sehingga *corporate social responsibility* (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) yang

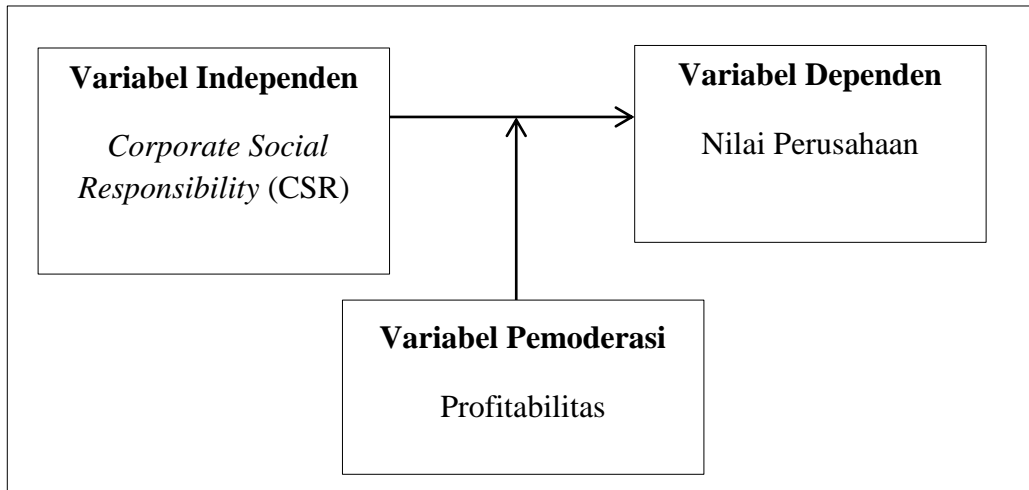
lebih besar maka muncul anggapan masyarakat perusahaan tersebut memiliki respon yang kuat terhadap lingkungan sosial perusahaan. Respon yang kuat ditunjukkan oleh *stakeholder* dengan pergerakan saham yang cenderung meningkat sehingga para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan.

Rasio profitabilitas yang dipakai dalam penelitian ini adalah *return on equity* (ROE) yaitu, sebagai alat analisis utama dalam indikator penilaian kinerja. Tingginya tingkat pengembalian atas modal sendiri perusahaan semakin tinggi nilai perusahaan, hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller (1976) didukung oleh peneliti Utami (2011) yang menyatakan semakin baik profitabilitas maka secara teoritis kinerja keuangan perusahaan dikatakan baik yang berakibat naiknya harga saham perusahaan sehingga harga saham dan jumlah saham yang beredar akan mempengaruhi nilai Tobin's Q sebagai indikator dari nilai perusahaan. Jika harga saham dan jumlah saham yang beredar naik maka nilai Tobin's Q juga akan naik (Utami, 2011).

Berdasarkan uraian diatas tentang pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H2 : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan**

Berdasarkan penjelasan tersebut maka kerangka pemikiran berupa :



**GAMBAR 2.1 RERANGKA PEMIKIRAN**

### **III. METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional, penelitian ini dimaksudkan untuk menghubungkan permasalahan antara *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderat.

#### **B. Definisi dan Operasionalisasi Variabel**

##### ***1. Variabel Independen***

##### ***1.1 Corporate social responsibility (CSR)***

Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR yang diperoleh dari *sustainability reporting* (laporan keberlanjutan). Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan CSRDI berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) versi *G3 guidelines*. Indikator GRI yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 6 yaitu, Indikator Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial. Kategori Sosial dipecah lebih lanjut oleh Buruh, Hak Asasi Manusia, Masyarakat, dan subkategori Tanggung Jawab Produk. Penjelasan indikator dapat dilihat pada Lampiran 2.

Perhitungan CSRDI menggunakan metode *content analysis* dengan instrumen penelitian berupa *checklist* atau daftar-daftar pertanyaan yang berisi *item* pengungkapan CSR yaitu, setiap item CSR diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap *item* dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor kemudian skor membagi hasil pengungkapan dengan jumlah *item* yang ada. Berikut rumus untuk menghitung pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) (Agustina, 2013): :

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan :

$CSRDI_j$  : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

$X_j$  : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

$N_j$  : Jumlah item pengungkapan CSR

## 2. Variabel Dependen

### 2.1 Nilai Perusahaan

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Rasio ini memberi gambaran yang berfungsi sebagai proksi dari nilai perusahaan dari perspektif investor berdasarkan nilai pasar. Nurlala dan Islahudin (2008) rumus yang digunakan untuk mengukur Tobin's Q adalah:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$



Keterangan :

EMV (*market value shares*) = *Closing price* x Jumlah saham beredar

D (*Debt*) = Nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari total aktiva

Jika nilai pasar semata-mata merefleksikan aset yang tercatat suatu perusahaan maka Tobin's Q akan sama dengan 1. Tobin's Q lebih besar dari 1 maka nilai pasar lebih besar dari nilai aset perusahaan yang tercatat. Hal ini menandakan bahwa saham *overvalued* yang diartikan sebagai potensi pertumbuhan investasi tinggi. Tobin's Q kurang dari 1 nilai pasarnya lebih kecil dari nilai tercatat aset perusahaan. Hal ini menandakan bahwa saham *undervalued* yang diartikan sebagai potensi pertumbuhan investasi rendah.

### 3. Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi dalam penelitian ini adalah *profitabilitas* yang diukur dengan *return on equity* (ROE). Rasio *return on equity* (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan modal tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dilihat dari sudut pemegang saham. Tingginya ROE menunjukkan tingkat profitabilitas semakin tinggi. Berikut rumus untuk menghitung ROE (Pratiwi, 2016) :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Variabel *moderating* adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Variabel *moderating* dapat memperkuat atau memperlemah arah hubungan antara variabel dependen dan

variabel independen. Variabel *moderating* juga dapat menyebabkan sifat atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi positif atau negatif. Variabel *moderating* yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas dalam penelitian ini untuk menguji hubungan atau pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Banyaknya aktivitas pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan suatu perusahaan menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Meskipun pengaruh ini dapat diyakini kebenarannya, namun pengaruh tersebut masih tergantung pada profitabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi maka semakin besar informasi sosial yang dilakukan perusahaan sehingga *corporate social responsibility* (CSR) akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat. Hal ini dikarenakan aktivitas pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan khususnya untuk perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi.

### C. Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan pengukuran rasio bagi setiap variabel dependen maupun independennya yang dirangkum dalam Tabel 3.1 sebagai berikut :

**TABEL 3.1 PENGUKURAN VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Pengukuran	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Ekonomi ( <i>Economic</i> )	Indikator Kinerja Ekonomi: $CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Lingkungan ( <i>Environmental</i> )	Indikator Kinerja Lingkungan : $CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Rasio

Variabel	Dimensi	Pengukuran	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Tenaga Kerja ( <i>Labour Practice</i> )	Indikator Tenaga Kerja : $CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Hak Asasi Manusia ( <i>Human Rights</i> )	Indikator HAM : $CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Sosial ( <i>Society</i> )	Indikator Sosial : $CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Rasio
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	Tanggung Jawab Produk ( <i>Product Responsibility</i> )	Indikator Produk : $CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{N_j}$	Rasio
Profitabilitas		<i>Return on Equity</i> (ROE)	Rasio
Nilai Perusahaan		<i>Tobin's Q</i>	Rasio

Sumber : Data sekunder diolah (2017)

## D. Populasi dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang tergolong dalam kelompok industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011-2015. Jumlah populasi terdiri dari 200 perusahaan.

### 2. Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling method* artinya bahwa populasi yang dijadikan sampel penelitian adalah populasi yang memenuhi kriteria sampel tertentu sesuai tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel penelitian ini sebagai berikut :

- 1) Perusahaan sampel yang menyajikan dengan lengkap laporan keuangan selama periode 2011-2015.
- 2) Perusahaan sampel yang melaksanakan CSR selama periode 2011-2015.
- 3) Perusahaan sampel yang menggunakan mata uang rupiah.

Berdasarkan kriteria yang dijabarkan diatas, maka pemilihan sampel seperti terlihat pada Tabel 3.2.

**TABEL 3.2 KRITERIA PEMILIHAN SAMPEL PENELITIAN**

No.	Keterangan	Jumlah
	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	125
1.	Perusahaan manufaktur yang tidak melaporkan laporan tahunan selama periode 2011-2015 secara berturut-turut	(43)
2.	Perusahaan mempunyai laporan keuangan yang berakhir 31 Desember dan tidak menggunakan mata uang asing	(25)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak melaksanakan <i>Corporate Social Responsibility</i> selama tahun 2011-2015	(17)
<b>Jumlah Sampel</b>		<b>40</b>

Sumber : Data diolah peneliti

Berdasarkan kriteria Tabel 3.2 diperoleh sebanyak 40 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel dalam penelitian ini yang ditampilkan pada Lampiran 1.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Penelitian Pustaka**

Penelitian pustaka yang peneliti peroleh bersumber dari berbagai literatur, referensi jurnal keuangan, buku yang relevan, literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian untuk mempelajari teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen yang berasal dari berbagai sumber

yang berkaitan dengan penelitian. Peneliti memilih teknik untuk mengumpulkan data laporan keuangan tahunan perusahaan dan harga saham penutupan. Sumber data diperoleh dari website IDX, Sahamok, *Global Reporting Initiative (GRI)* dan *Yahoo Finance*.

## **F. Metode Analisis Data**

### ***1. Statistik Deskriptif***

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran deskripsi suatu data. Secara numerik dua hal pokok pengukuran data, seperti pemusatan data dan penyimpangan data. Statistik deskriptif ini dimaksud untuk gambaran mengenai suatu variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai maksimum dan nilai minimum, standar deviasi, *sum*, dan *observation* (Ghozali, 2011).

### ***2. Uji Asumsi Klasik***

Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda sebagai alat analisis, sehingga terlebih dahulu harus lolos uji asumsi klasik agar syarat asumsi dalam regresi terpenuhi. Uji asumsi klasik yang diperlukan ialah uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas.

#### ***2.1 Uji Normalitas***

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak (Suliyanto, 2011). Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi

data normal atau mendekati normal, sehingga untuk dijadikan data cukup dengan di deferensi, akan tetapi apabila data masih terjadi tidak normal disarankan untuk menguji *augumented dickey – fuller*. Menurut Winarno (2007) dasar pertimbangan untuk uji normalitas menggunakan *augumented dickey – fuller* adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data teristribusi secara normal.
- b. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data teristribusi secara tidak normal.

## 2.2 Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya model regresi yang berbentuk korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak, jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier. Uji ini untuk mendeteksi apakah terjadi *problem* multikol dapat nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Menurut Ghozali (2011) dasar pertimbangan uji multikolonieritas sebagai berikut :

- a. Jika nilai VIF  $> 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa ada terjadi multikolonieritas antara variabel bebas.
- b. Jika nilai VIF  $< 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antara variabel bebas.

### 2.3 Uji Autokorelasi

Ghozali (2011) uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual atau kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan residual periodet-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin Watson* yaitu dengan cara membandingkan antara nilai DW test dengan nilai pada tabel pada tingkat  $k$  (jumlah variabel bebas),  $n$  (jumlah sampel) dan  $\alpha$  (tingkat signifikan) yang ada. Metode yang digunakan *Durbin-Watson* dengan ketentuan sebagai berikut :

**TABEL 3.3 TABEL UJI DURBIN WATSON**

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_l$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$d_l = d = d_u$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_l < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	<i>No Decision</i>	$4 - d_u = d = 4 - d_l$
Tidak ada autokorelasi, positif/negative	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber : Ghozali, 2011

Nilai  $d_u$  dan  $d_l$  dapat diperoleh dari Tabel 3.3 statistik *Durbin Watson* yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variabel yang menjelaskan.

### 2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berarti ada varian pada model regresi tidak sama (tidak konstan). Variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan)

maka disebut homoskedastisitas. Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *white* dilakukan meregresikan semua variabel bebas, variabel bebas dari  $X^2$  dengan  $df = k$  jumlah variabel bebas, maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas, nilai  $X^2$  hitung dalam metode ini diperoleh dari nilai  $n \times R^2$ , dimana nilai  $n$  = jumlah pengamatan, sedangkan  $R^2$  koefisien determinasi regresi tahap kedua, jika model yang akan kita uji memiliki  $X^1$  dan  $X^2$  maka persamaan yang digunakan untuk uji heterosdestisitas menggunakan metode *white*.

Berikut persamaan untuk uji heteroskedastisitas yang menggunakan metode *white* (Suliyanto, 2011) :

$$U_i^2 = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + v_i$$

$U_i^2$  = Nilai residual

$X_i$  = Variabel bebas

Dasar pertimbangan heterosdestisitas (Winarno, 2007) :

- a. Jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat heterosdestisitas.
- b. Jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terdapat heterosdestisitas.

### **3. Moderated Regression Analysis (MRA)**

Penelitian ini menggunakan regresi linear berganda dan analisis moderasi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA). Menurut Ghazali (2011) tujuan analisis regresi moderasi ini untuk mengetahui apakah variabel *moderating* akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan dua model. Model regresi satu



digunakan untuk menguji pengaruh pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Model regresi dua digunakan untuk menguji peran variabel pemoderasi yakni profitabilitas dalam mempengaruhi hubungan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini (Ghozali, 2011) :

$$Y = a + b_1 X_1 + e$$

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_1 X_2 + e$$

Keterangan :

Y	= nilai perusahaan
a	= konstanta
$b_2 - b_3$	= koefisien regresi
$X_1$	= variabel CSR
$X_2$	= variabel profitabilitas
$X_1.X_2$	= interaksi antara CSR dengan profitabilitas
e	= <i>error term</i> (tingkat kesalahan penduga)

Persamaan pertama menunjukkan hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) ( $X_1$ ) terhadap Nilai perusahaan (Y) sedangkan persamaan kedua yaitu, keterkaitan hubungan antara CSR ( $X_1$ ) terhadap profitabilitas ( $X_2$ ) sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan (Y). Variabel moderasi sempurna ditunjukkan ketika  $b_2 X_2$  tidak signifikan sedangkan  $b_3 X_1 X_2$  signifikan.

## G. Uji Hipotesis

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Ghozali (2011) pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model, semakin besar  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik dan jika  $R^2 = 0$  maka tidak ada hubungan antara X dan Y atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y sedangkan jika  $R^2 = 1$  maka garis regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Koefisien determinasi yang semakin mendekati 1, maka semakin baik variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel independen (Ghozali, 2011).

### 2. Uji Simultan (uji nilai F)

Uji statistik F untuk menguji apakah model yang digunakan signifikan atau tidak sehingga dapat dipastikan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011).

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian F hitung sebagai berikut:

- 1) Menyusun hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_1$ )
  - a.  $H_0 : \rho = 0$  artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b.  $H_1 : \rho \neq 0$  artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2) Menetapkan kriteria pengujian sebagai berikut :

a. Jika  $H_o < 0,05$  maka  $H_o$  ditolak

b. Jika  $H_o > 0,05$  maka  $H_o$  diterima

### **3. Uji Parsial (t-test)**

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t) untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Kriteria hipotesis sebagai berikut:

a.  $H_o : \beta_i = 0$  artinya tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel dependen.

b.  $H_o : \beta_i \neq 0$  artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas secara individu terhadap variabel dependen.

Kriteria pengujian, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ ,  $H_o$  ditolak dan  $H_a$  diterima hal ini berarti bahwa ada hubungan antara variabel bebas dengan variabel dependen

## V. SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel *corporate social responsibility* (CSR) parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2015, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan pengaruh pengungkapan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya *corporate social responsibility* (CSR) dalam sebuah perusahaan investor mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disampaikan perusahaan dalam laporan keuangan tahunan. Luasnya pengungkapan sosial dalam laporan keuangan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan.
- b. Variabel profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2015, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan diterima.

- c. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa profitabilitas dapat digunakan untuk memperkuat hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2015 karena proporsi jumlah rata-rata profitabilitas sebesar 11,28% sehingga *corporate social responsibility* (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi dan sebaliknya *corporate social responsibility* (CSR) juga dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan yang rendah.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil simpulan yang diperoleh, maka penulis ingin memberikan saran bagi pihak yang berkepentingan sebagai berikut :

- a. Bagi investor agar lebih seksama dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak hanya memilih perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan tetap mempertimbangkan kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan karena memiliki pengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.
- b. Bagi perusahaan variabel *corporate social responsibility* (CSR) mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Luasnya pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan dalam laporan tahunan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi belum mampu untuk dapat memperkuat hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.

- c. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan penerapan *good corporate governance* (GCG) selain *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan serta menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan seperti ukuran perusahaan dan persentase kepemilikan manajemen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. R. 2006. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)". Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Simposium Nasional Akuntansi IX* Padang. 23-26 Agustus 2006.
- Agustina, Silvia. 2013. "Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)". Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Artikel Penelitian*.
- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan". Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. *Jurnal*, Vol 2, No 1, Hal 42-47.
- Ang, Robert. 1997. *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Jakarta. Mediasoft Indonesia.
- Anwar, Yunita dan Martin Surya Mulyadi. 2012. "Impact of Corporate Social Responsibility Toward Firm Value and Profitability". Binus University. *The Business Review*, Cambridge.
- Ardana, Diah dan Nur Cahyonowati. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Publik Non Finansial Yang Terdaftar di BEI)". Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Journal of Accounting*. Volume 1, Nomor 1, Halaman 1-12. Semarang.
- Ayu, Bethseba M.T. 2010. "Pengaruh Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variable Permoderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)". *Skripsi* Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Azheri, Busyra. 2011. *Corporate Social Responsibility (Dari Voluntary Menjadi Mandatory)*. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada.
- Bayu, Sapto. 2015. "Rasionalitas Investor di Bursa Efek Indonesia Didasarkan Pada Perngaruh Pelaksanaan Corporate Social Responsibility Terhadap Harga Saham (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang

Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007-2011)”. *Artikel EBBANK*. Akademi Akuntansi YKPN. Vol 6, No 6, Hal 75-86. Desember 2015.

- Brigham, E.F dan J.F Houston,. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta. Salemba Empat.
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Christiawan, Yulius Jogi dan Josua Tarigan. 2007. “Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan”. *Jurnal. Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra*. Surabaya.
- Clarkson, M. 1994. “A risk based model of stakeholder theory. Proceedings of the Second Toronto Conference on Stakeholder Theory”. Toronto. *Centre for Corporate Social Performance & Ethics Journal* . University of Toronto.
- Deegan. C, Rankin. M, and Tobin. J. 2002. “An Examination of the Corporate Social and Environmental Disclosure of BHP from 1983-1997: A Test of Legitimacy Theory”. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 312-343.
- Duran, Manuel Balza dan Davor Radojicic. 2004. *Corporate Social Responsibility and non-Governance Organization*. *Tesis*. University of Wisconsin. Swedish.
- Dowling, J. And Pfeffer, J. 1975. “Organisational Legitimacy: Social Values and Organisational Behavior”. *Pacific Sociological Review*. Vol. 18, Hal. 122-36.
- Fiakas, Debra. 2005. “Tobins’Q: Valuing Small Capitalization Companies”. *Crystal Equity Research*, April.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Barbara dan Sunarti Sri Utami. 2008. “Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Nilai Perusahaan”. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Volume 7, Nomor 2. September 2008.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Hackston, D. and M. J. Milne. 1996. “Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in Nwe Zealand Companies”. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. Vol 9, No 77-108.
- Heinze, Wellarizma. 2011. “Financial Correlates of a Social Involvement Measure”. *Akron Business and Economics Review*. Halaman 48-51.
- Husnan, Suad dan Enny Pudjiastuti. 1994. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Yogyakarta. UPP AMP YKPN.



- Indrawan, Danu Candra. 2011. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan". *Skripsi Universitas Diponegoro*. Semarang.
- Jo, Hoje and Maretno A. Harjoto. 2011. "Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*. Springer Netherlands. August.
- Kamaludin dan Indriani. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi Revisi. Bandung: CV. Mandar Maju.
- Nurlela, Rika dan Islahudin. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". Universitas Syiah Kuala. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Pratiwi, Cipta Ajeng. 2016. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Pemoderasi Corporate Governance Pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2010 -2014". *Skripsi Universitas Lampung*. Bandar Lampung.
- Ratnadewi, Putu Ari dan I G.K. Agung Ulupui. 2016. "Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan". Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali. *E-Jurnal Akuntansi Unud*. Vol 14.1. Januari 2016: 548-574.
- Rossi, José L. 2009. "What is the Value of Corporate Social Responsibility? An Answer from the Brazilian Sustainability Index". São Paulo. IBMEC.
- Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility From Charity To Sustainability*. Jakarta. Salemba Empat.
- Sukamulja, Sukmawati. 2004. "Good Corporate Governance di Sektor Keuangan: Dampak Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan". *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*. Volume 8, Nomor 1, Halaman 1-25.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Thohiri, Roza. 2011. "Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating Studi Empiris Pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di BEI Periode 2007-2010". *Tesis Universitas Sumatera Utara*.
- Utami, Anindyati Sarwindah. 2011. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan

Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi”. *Skripsi Universitas Jember*.

Waryanto. 2010. “Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia”. *Skripsi Universitas Diponegoro*. Semarang.

Wartick, S.L. and Mahon. J.F. 1996. “Toward a Substantive Definition of The Corporate Issue Contract: A Review and Synthesis of The Literature. *Journal Business and Society*. Halaman 293-311.

Winarno, Wing Wahyu. 2007. *Analisis Ekonometrika dan Statistik dengan Menggunakan Eviews*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.

World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). 2005. *Corporate Social Responsibility*.

———. . 2016. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). (diakses september 2016)

———. . 2016. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). (diakses agustus 2016)

———. . 2016. [www.sahamoke.com](http://www.sahamoke.com). (diakses agustus 2016)

———. . 2016. [www.finance.yahoo.com](http://www.finance.yahoo.com). (diakses januari 20