

**PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013)**

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

ZUHRO SAEDAH
B200110173

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

"PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013)"

Yang ditulis oleh :

ZUHRO SAEDAH
B200110173

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 22 Juni 2015

Dosen Pembimbing



(Dr. Erma Setiawati, MM, Akt, CA)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta




(Dr. Triyono, SE, M.Si)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan periode tahun 2011-2013 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 63 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data meliputi (1) Statistik deskriptif (2) Uji Asumsi Klasik : Normalitas, Multikolinieritas, Heteroskedastisitas dan Autokorelasi (3) Pengujian *Fit and Goodness*: (a) Koefisien Determinasi (b) Uji Statistik F (c) Uji Statistik t (4) Pengujian Hipotesis menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Pengungkapan CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan (2) Profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2011-2013.

Kata kunci: *CSR, Nilai Perusahaan, Profitabilitas*

ABSTRACT

The purpose of this research is to know (1) the influence of these CSR disclosure (2) the influence of CSR disclosure against the value of the company's profitability as variabel moderating.

The sample of this research is the manufacturing company listed in BEI with a period of 2011-2013 using a purposive sampling method. There are 57 companies that meet the criteria as research samples. Data analysis techniques include (1) descriptive statistics (2) Classic Assumption Test: Normality, Multikolinierity, Heteroskedastisity and Autocorrelation (3) Fit Testing and Goodness: (a) the coefficient of Determination (b) Test Statistic F (c) Test Statistic t (4) hypothesis testing, linear regression analysis method using simple and multiple linear regression analysis.

The results of this research showed that 1) disclosure of csr not significantly affect the company to profitability as variable 2.the moderating capable of affecting relations on the disclosure of csr and the company manufacturing company bei 2011-2013 enrolled in a year.

Key word: CSR , The Company , Profitability

PENDAHULUAN

A. 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.

Perkembangan *CSR* secara konseptual baru di kemas sejak tahun 1980-an yang dipicu sedikitnya oleh 5 hal berikut: (1). Maraknya fenomena “*take over*” antar korporasi yang kerap dipicu oleh keterampilan rekayasa finansial. (2). Runtuhnya tembok Berlin yang merupakan simbol tumbangnya paham komunis dan semakin kokohnya imperium kapitalisme secara global. (3) Meluasnya operasi perusahaan multinasional di negara-negara berkembang, sehingga di tuntut supaya memperhatikan: HAM, kondisi sosial dan perlakuan yang adil terhadap buruh. (4) Globalisasi dan menciutnya peran sektor publik (pemerintah) hampir di seluruh dunia telah menyebabkan tumbuhnya LSM (termasuk asosiasi profesi) yang memusatkan perhatian mulai dari isu kemiskinan sampai pada kekuatiran akan punahnya berbagai spesies baik hewan maupun tumbuhan sehingga ekosistem semakin labil. (5) Adanya kesadaran dari perusahaan akan arti penting merk dan reputasi perusahaan dalam membawa perusahaan menuju bisnis berkelanjutan (Rika dan Islahuddin, 2008).

Penelitian Gusty et al.(2013) menyatakan pengungkapan *CSR* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Donatus (2011) menyatakan bahwa pengungkapan *CSR* berpengaruh signifikan secara negatif dalam bentuk lemah terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang berkenaan dengan *CSR*, nilai perusahaan dan profitabilitas menarik untuk diteliti kembali, mengingat penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda dalam penelitiannya. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti kembali dengan judul “**Pengaruh Pengungkapan *CSR* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI).**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

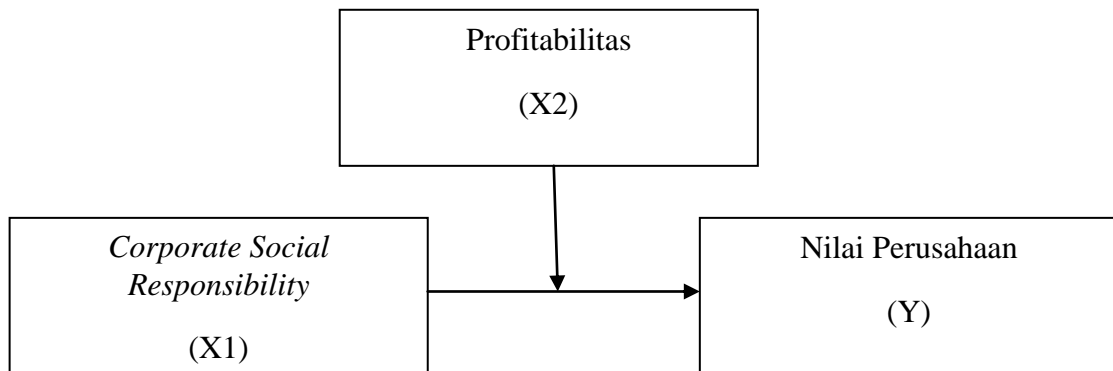
1. Apakah pengungkapan *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) mempengaruhi nilai perusahaan?
2. Apakah *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) mempengaruhi nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating?

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kerangka Pemikiran

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh *CSR* , dan profitabilitas sebagai variabel moderating. Pada penelitian ini akan dianalisis untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel tersebut terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2011–2013 sehingga dapat diketahui apakah *CSR* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan dengan adanya profitabilitas dapat mempengaruhi hubungan kedua variabel tersebut.

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan faktor yang telah didefinisikan sebagai hal yang penting. Dalam penelitian ini kerangka berpikir akan digambarkan sebagai berikut. Secara skematis digambarkan seperti pada gambar dibawah ini:



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

B. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian Zuhroh dan Putu (2003) dalam Laras dan Basuki (2012) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Artinya bahwa investor sudah mulai merespon dengan baik informasi - informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin luas pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan ternyata memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam hubungan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Nilai Perusahaan

Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Hackston & Milne (1996) dalam Anggraini (2006) dalam Rimba (2010) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social*

Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hasil penelitian Dahli dan Siregar (2008) dalam Rimba (2010) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggungjawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat di rumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang setiap variabel nya di ukur dengan memberikan simbol - simbol angka yang berbeda beda sesuai dengan kategori informasi yang berkaitan dengan variabel tersebut.

B. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek yang ada di wilayah penelitian (Sumanto, 2014). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode tahun 2011 -2013.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk menjadi subjek penelitian untuk mewakili keseluruhan populasi (Sumanto, 2014). Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode tahun 2011 -2013.

2. Perusahaan yang memiliki laporan tahunan lengkap dalam periode tahun 2011 -2013.
3. Memiliki data yang lengkap mengenai variabel – variabel yang di gunakan dalam penelitian.

C. Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari BEI UMS. Sedangkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan untuk periode tahun 2011 - 2013 perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengumpulan Data

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 – 2013. Pemilihan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan beberapa ketentuan. Pengambilan sampel penelitian ini digambarkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Sampel Penelitian

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2011–2013	137
Tidak tersedia laporan tahunan lengkap selama tahun 2011–2013	(84)
Tersedia laporan tahunan lengkap selama 2011–2013	53
Tidak memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel –	(32)

variabel yang digunakan dalam penelitian	
Sampel penelitian setiap tahun	21
Sampel penelitian selama 3 tahun	63

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

B. Pembahasan

1. Hipotesis 1

Berdasarkan hasil analisis regresi yang disajikan dalam tabel 4.10, diperoleh koefisien regresi untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,179 dan nilai t hitung sebesar 1,419 dengan signifikan sebesar 0,161 yang signifikannya lebih besar dari tingkat signifikansi (α)=5% atau 0,05 atau p-value $0,161 > 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian H_1 di tolak.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Ira (2014). Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena, yaitu: kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR, dan variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung. Menurut Portal Kementrian BUMN (2012), ada 3 alasan orang membeli saham:

- a. Memperoleh capital gain atau peningkatan harga saham
- b. Menerima pembayaran dividen
- c. Mendapatkan hak “suara” dan ikut mempengaruhi jalannya perusahaan

2. Hipotesis 2

Berdasarkan hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA), diperoleh nilai t hitung untuk variabel moderasi diketahui sebesar -1,585 dengan signifikan sebesar 0,118. Karena nilai signifikan lebih dari 0,05 maka variabel profitabilitas tidak mampu mempengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat tidak dapat meningkatkan nilai

perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dengan demikian H₂ ditolak.

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Variabel *CSR* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan *CSR* dan nilai perusahaan.

B. 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 (CSR)* sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sehingga hanya terfokus pada sisi pengungkapan pertanggungjawaban perusahaan pada lingkungan perusahaan dalam mengetahui nilai perusahaan.
2. Dalam penelitian ini *ROA* untuk menunjukkan profitabilitas sebagai variabel moderating hubungan *CSR* dan nilai perusahaan terbukti sehingga untuk mengetahui tingkat profitabilitas suatu perusahaan terfokus pada perhitungan jumlah net profit dibagi total asset.
3. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan manufaktur dari tahun 2011-2013 yang berjumlah 57 perusahaan sehingga sampel terbatas pada perusahaan manufaktur sehingga hanya sedikit sampel yang digunakan dalam penelitian ini.
4. Subyektif dalam penelitian luas pengungkapan. Sehingga setiap pembaca melihat pengungkapan pertanggungjawaban perusahaan dari sudut pandang yang berbeda-beda tergantung si pembaca.

C. 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 selanjutnya diharapkan menggunakan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian selanjutnya menggunakan variabel lain sebagai variabel moderating hubungan CSR dan nilai perusahaan, misalnya: leverage, size perusahaan, dll
3. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan seluruh perusahaan dengan sampel yang lebih banyak dan tahun pengamatan yang lebih lama.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan pihak lain dalam menentukan luas pengungkapan sebagai bahan pemeriksaan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Ira. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Finesta*, 2 (1), 2014, h:42-47.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. 2010
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi XI*
- Ramadhani, Laras dan Basuki Hadipajitno. 2012. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada

Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8 (2), Mei 2012, h:95-185.

Rosiana, Gusty Ayu et al., 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 5.3, 2013 , h:723-738.

Sumanto. 2014. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. CAPS (Center of Academic Publishing Service) : Yogyakarta