

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**



Skripsi Oleh

RAHADIANTHI NAURAH SESARIA

01011181419078

MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI**

2018

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

JUDUL SKRIPSI

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Disusun oleh :

Nama : Rahadianthi Naurah Sesaria
Nim : 01011181419078
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian : Manajemen keuangan

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal

Ketua

: 09 April 2018


H. Isnurhadi, S.E., M.B.A., Ph. D
NIP. 196211121989111001

Tanggal

Anggota

: 10 April 2018


Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A
NIP. 195007091985031001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Disusun Oleh :

Nama : Rahadianthi Naurah Sesaria

NIM : 01011181419078

Fakultas : Ekonomi

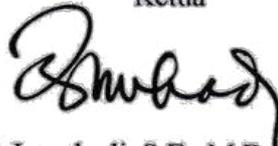
Jurusan : Manajemen

Bidang Kaji : Manajemen Keuangan

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 24 April 2018 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Indralaya, 30 April 2018.

Ketua



H. Isnurhadi, S.E., M.B.A., Ph.D

NIP. 196211121989111001

Anggota



Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A

NIP. 195007091985031001

Anggota



Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E

NIP. 196706241994021002

Mengetahui

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab M.B.A

NIP. 19570741984031005

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahadianthi Naurah Sesaria
Nim : 01011181419078
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang kajian : Manajemen keuangan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI**

Pembimbing

Ketua : H. Isnurhadi, S.E., M.B.A., Ph.D
Anggota : Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A
Tanggal Ujian : 24 April 2018

Adalah benar hasil karya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjaanan.

Indralaya, 25 April 2018

Pembuat pernyataan



Rahadianthi Naurah Sesaria
Rahadianthi Naurah Sesaria

NIM. 01011181419078

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan pernah berhenti untuk terus mencoba sampai akhirnya tak ada lagi kekuatan untuk mencobanya”

“Jangan pernah merasa cukup dengan ilmu yang kamu miliki, karena di luar sana masih banyak ilmu yang menanti untuk dipelajari”

“Segala sesuatu yang tidak mungkin adalah mungkin. Ketika kau lebih banyak meminta kepada Allah”

KUPERSEMBAHKAN SKRIPSI INI UNTUK:

Kedua Orang Tuaku tercinta, Papa dan Mama

Keluarga besarku &

Almamater yang kubanggakan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur hamba ucapkan atas berkah rahmat Allah SWT karena atas izin-Nya skripsi dengan judul “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi” dapat terselesaikan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada Bapak H. Isnurhadi, S.E., M.B.A, Ph.D, selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A, selaku pembimbing kedua atas kesabaran dan arahannya dalam membimbing penulis selama ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis selama ini, juga kepada sahabat-sahabat penulis atas kerja sama dan kebersamaanya selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun dalam penyempurnaan tulisan.

Indralaya, April 2018

Penulis

UCAPAN TERIMAKASIH

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang selama penelitian dan penyusunan skripsi ini memberikan bantuan, bimbingan, serta dukungan dalam proses-proses yang dihadapi, terutama kepada :

1. Allah SWT dan Rasulnya, berupa rasa syukur yang tiada batas kepada-Nya. Telah memberikan kemudahan dan kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Kedua orang tuaku, Mama dan Papa tercinta. Terimakasih atas segala pengorbanan, waktu, nasihat, kasih sayang tiada batasnya dan dalam diam selalu memanjatkan do'a untuk lancarnya proses penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak H. Isnurhadi, S.E., M.B.A, Ph.D. selaku dosen pembimbing pertama yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, kesabaran dan pemikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A. selaku dosen pembimbing kedua yang telah bersedia meluangkan waktu dan pengarahan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Gifari Agung yang selalu memberikan waktu, motivasi dan inspirasi. Terimakasih telah memberikan pengertian dan perhatiannya selama proses penyelesaian skripsi ini sampai akhir.
6. Teman-teman seperjuangan skripsi Nurul Azmi dan Indri Putri Prameswari. Terimakasih atas canda, tawa, serta bantuannya.
7. Teman-teman Manajemen 2014, terimakasih untuk kebersamaan yang indah dan penuh cerita selama ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staf-staf Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Terimakasih atas ilmu, pengetahuan serta bantuan yang telah diberikan.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan pada umumnya. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Untuk itu penulis sangat

mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun demi perbaikan dalam tulisan di masa yang akan datang. Akhirnya, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga Allah SWT membalas segala amal kebaikan kepada semua pihak yang telah banyak berperan dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.

ABSTRAK
PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERASI

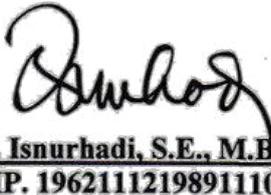
Oleh:

Rahadianthi Naurah Sesaria; Isnurhadi; Umar Hamdan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan pengaruh profitabilitas dalam memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 30 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sample penelitian. Teknik analisis data meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016.

Kata kunci: corporate social responsibility, profitabilitas, nilai perusahaan

**Mengetahui,
Ketua**


H. Isnurhadi, S.E., M.B.A., Ph.D
NIP. 196211121989111001

Anggota


Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A
NIP. 195007091985031001

Ketua Jurusan Manajemen


Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

ABSTRACT
THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE
VALUE OF CORPORATE WITH PROFITABILITY AS MODERATING
VARIABLES

By:
Rahadianthi Naurah Sesaria; Isnurhadi; Umar Hamdan

The purpose of this research is to know the influence of these CSR disclosure, the influence of these profitability and the influence of CSR disclosure against the value of the company's profitability as variable moderating. The sample of this research is the manufacturing company listed in Indonesia Stock Exchange with a period of 2014-2016 using a purposive sampling method. There are 30 companies that meet the criteria as research samples. Data analysis techniques include descriptive statistics, classic assumption test and hypothesis testing with multiple linear regression analysis. The results of this research showed that disclosure of Corporate Social Responsibility not significantly affect the company, profitability affect the company and profitability as variable the moderating capable of affecting relations on the disclosure of Corporate Social Responsibility and the company manufacturing company Indonesia Stock Exchange 2014-2016 enrolled in a year.

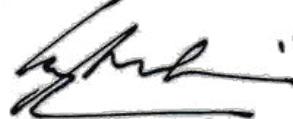
Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Firm Value

Acknowledge,
Supervisor I



H. Isnurhadi, S.E., M.B.A., Ph.D
NIP. 196211121989111001

Supervisor II



Drs. H. Umar Hamdan AJ, M.B.A
NIP. 195007091985031001

Chairman of Management Department



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A
NIP. 195707141984031005

RIWAYAT HIDUP

Nama : Rahadianthi Naurah Sesaria

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat,Tanggal Lahir : Palembang, 24 Maret 1997

Agama : Islam

Status : Belum Menikah

Alamat : JL. Yos Sudarso Lrg. Pasma Putra I No.28 RT.23
RW.06 Kel. 3 Ilir Kec. Ilir Timur II - Palembang

Alamat E-mail : rahadianthinaurah.sesaria@gmail.com

Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD KARTIKA II-I Palembang

SMP : SMPN 8 Palembang

SMA : SMA BINA WARGA 2 Palembang

Pengalaman Organisasi : - Anggota IKAMMA tahun 2014/2015



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTERGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i>	11
2.1.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	13
2.1.3 Nilai Perusahaan	21
2.1.4 Profitabilitas	26
2.2 Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1 Pengaruh CSR dengan Nilai Perusahaan	28

2.2.2 Pengaruh Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan	29
2.2.3 Pengaruh CSR dengan Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Profitabilitas	30
2.3 Penelitian Terdahulu	31
2.4 Kerangka Pemikiran	41
2.5 Hipotesis	43

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	45
3.3 Jenis dan Sumber Data	46
3.4 Metode Pengumpulan Data	46
3.5 Variabel Penelitian	47
3.5.1 Variabel Independen	47
3.5.2 Variabel Dependen	48
3.5.3 Variabel Moderating	49
3.6 Metode Analisis Data	49
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	49
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.6.2.1 Uji Normalitas	50
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas	51
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	52
3.6.2.4 Uji Autokorelasi	52
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda	53
3.6.4 Pengujian Hipotesis	54
3.6.4.1 Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.6.4.2 Uji F (Overall Significance Test).....	55
3.6.4.3 Uji T (Partial Individual Test)	55
3.6.4.4 Analisis Regresi Moderasi (MRA)	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	57
----------------------------	----

4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	57
4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.1.2.1 Hasil Uji Normalitas	59
4.1.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas	60
4.1.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.1.2.4 Hasil Uji Autokorelasi	62
4.1.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis	64
4.1.4.1 Koefisien Determinasi	64
4.1.4.2 Hasil Uji F.....	65
4.1.4.3 Hasil Uji T	66
4.1.4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi.....	67
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	68
4.2.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan	68
4.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	70
4.2.3 Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi dalam Hubungan antara CSR dan Nilai Perusahaan.....	71
4.3 Implikasi	73
4.3.1 Implikasi Teori	73
4.3.2 Implikasi Praktis	73
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Keterbatasan Penelitian	76
5.3 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap</i>	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Autokorelasi Durbin-Watson	53
Tabel 4.1 Uji Statistik Deskriptif	57
Tabel 4.2 Uji Kolmogorov-Smirnov	60
Tabel 4.3 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.4 Uji Autokorelasi	62
Tabel 4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	64
Tabel 4.7 Uji F (Overall Significance Test)	65
Tabel 4.8 Uji T (Partial Individual Test)	66
Tabel 4.9 Uji Analisis Regresi MRA (Sebelum moderasi)	67
Tabel 4.10 Uji Analisis Regresi MRA (Setelah moderasi)	67
Tabel 4.11 Ringkasan Hasil Penelitian	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran CSR	16
Gambar 2.2 Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR	17
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 4.1 Grafik Normalitas P-Plot	59
Gambar 4.2 Grafik Heteroskedatisitas	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengambilan keputusan ekonomi dengan hanya melihat kinerja keuangan suatu perusahaan dianggap sudah tidak lagi relevan. Maraknya perusahaan multinasional yang berkembang dan membutuhkan akuntabilitas yang baik, berkembangnya aktivis dan lembaga swadaya masyarakat, serta kemajuan teknologi komunikasi telah mendorong dan menuntut perusahaan untuk dapat memberikan pertanggungjawaban sosialnya kepada masyarakat dalam upaya menarik perhatian para investor, sehingga dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan aspek sosial, lingkungan, maupun ekonomi. Sarana yang dapat memenuhi kebutuhan informasi ini berupa laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial yang terpisah (Sembiring, 2005).

Mardiasari (2012), perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat dengan ditandai makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di Indonesia, sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Hal ini tentunya akan berpengaruh besar terhadap iklim usaha di Indonesia. Untuk mengikuti perkembangan bisnis yang semakin kompleks diperlukan keseimbangan informasi yang sesuai dan memadai, sehingga perusahaan dituntut untuk lebih transparan dalam mengungkapkan informasi perusahaannya. Banyak perusahaan kini

mengembangkan apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana aktifitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri. CSR dapat digunakan sebagai alat marketing baru bila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilaksanakan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi, Wijayanti (2012).

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

Gossling dan Vocht (2007), mengatakan bahwa CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu stakeholder saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh stakeholder yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat. Menurut Narver (1971) dalam McWilliams dan Siegel (2000), kondisi keuangan juga ternyata tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (*corporate sustainability*) hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan

lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan lingkungan. Perusahaan perlu melakukan pengungkapan terhadap lingkungan di sekitar perusahaan. Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kiroyan dalam Sayekti dan Wondabio (2007), perusahaan berharap jika dengan menerapkan CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan akan memaksimalkan ukuran keuangan untuk jangka waktu yang panjang. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditur yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian mengenai CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten, seperti penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Jo dan Harjoto (2011), menemukan bahwa CSR engagement berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda yang dilakukan oleh Putri (2014), dalam penelitiannya menemukan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya variabel lain yang turut mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Terdapat beberapa literatur seperti penelitian yang dilakukan oleh Reverte (2008), menunjukkan bahwa terdapat beberapa variabel yang kemungkinan menjelaskan variasi luasnya pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan memasukkan profitabilitas sebagai variabel moderasi

yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah interaksi antara CSR dengan nilai perusahaan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Alasan penggunaan rasio Tobin's Q dalam penelitian ini adalah karena rasio-Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomis dalam kekuasaannya.

Dalam penelitian ini profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi karena masih sedikitnya penelitian yang menggunakan profitabilitas sebagai variabel-variabel yang diduga berpengaruh secara moderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Octavia (2012) menyatakan bahwa semakin besar profitabilitas yang dihasilkan dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan kepentingannya sendiri. Naik turunnya nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh profitabilitas perusahaan, seperti halnya calon investor dalam pengambilan keputusan investasi akan mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai oleh perusahaan disamping kinerja dan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga pada akhirnya hal ini diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (harga saham tinggi) karena banyaknya

permintaan investasi saham oleh para investor atas keputusan investasi di perusahaan (Frihatni, 2014).

Pada penelitian Agustina (2013), berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Perusahaan yang dapat memperoleh laba besar dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja keuangan yang baik. Sebaliknya apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau kinerja yang kurang baik. Hal ini dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return On Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2010), ROE adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROE di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang disetorkannya untuk perusahaan tersebut. Secara umum, semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Untuk memberikan arah dalam penelitian ini dirumuskan kesenjangan penelitian research gap untuk variabel corporate social responsibility, nilai perusahaan dan profitabilitas akan disajikan pada Tabel 1.1 dibawah ini :

Tabel 1.1. Research Gap

Penulis/Penggagas (Tahun)	Research Gap	Permasalahan
Rossi (2009)	CSR mempunyai pengaruh	
Jo and Harjoto (2011)	terhadap nilai perusahaan	
Riswari dan Cahyonowati (2012)		
Rosiana, dkk (2013)		
Mandasari, dkk (2013)		
Agustina (2013)		
Samsi, dkk (2014)		Terdapat perbedaan hasil
Agustine (2014)	CSR tidak mempunyai	penelitian mengenai
Putri (2014)	pengaruh terhadap nilai perusahaan	pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan
Mardiyati, dkk (2012)	Profitabilitas yang	
Agustina (2013)	diproksikan ROE	
Febriana (2013)	mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	Terdapat perbedaan hasil penelitian mengenai
Putra (2013)	Profitabilitas yang	pengaruh profitabilitas
Dewi dan Tarnia (2011)	diproksikan ROE tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan	terhadap nilai perusahaan

Dalam penelitian ini peneliti memilih perusahaan manufaktur, dikarenakan pelaksanaan CSR pada perusahaan manufaktur sudah ada sejak awal berjalan. Alasan lainnya menurut Ramadhani (2012), karena perusahaan manufaktur lebih

banyak memberikan pengaruh atau dampak terhadap lingkungan di sekitarnya akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan memenuhi segala aspek pada tema pengungkapan CSR. Sedangkan dalam Dewanggono (2011), perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatan utamanya mengolah sumber daya menjadi barang jadi melalui proses pabrikasi. Selain itu menurut Agustina (2013), perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Umumnya perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

Atas dasar hal di atas, maka penelitian ini penting untuk diteliti pada sektor manufaktur guna melihat sejauh mana pengungkapan sosial (CSR) mampu mempengaruhi pandangan *stakeholder* tentang nilai perusahaan mengingat beberapa fakta mengenai perusahaan manufaktur yang telah disebutkan. Pemilihan tahun 2014-2016 sebagai tahun pengamatan karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah CSR dan profitabilitas berpengaruh dengan nilai perusahaan, serta apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2014-2016. Berdasarkan asumsi, pertimbangan dan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai**

Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini akan menguji variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2016?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2016?
3. Apakah profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2016?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap :

1. Pengujian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2016.
2. Pengujian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2016.

3. Pengujian pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2016.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Bagi Akademis: Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu salah satunya teori *stakeholder*. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk mendewasakan wawasan.
2. Bagi Peneliti: Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan: Diharapkan sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

2. Bagi Investor: Diharapkan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 2 No. 1. Hal. 42-47. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- Arfan, Muhammad dan Pasrah. 2012. *Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol.2 No.2. ISSN: 2301-4717. p 125-134
- Ayuningtias, Dwi dan Kurnia. 2013. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara*. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi. Volume 1 Nomor 1. Hal: 37-57
- Bowen, Howard R. 1943. The Interpretation of Voting in the Allocation of Economic Resources. *The Quarterly Journal of Economics*, 58 (1), pp: 22-48.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F Houston. 2009. "Dasar-Dasar Manajemen Keuangan". Jakarta : Salemba Empat.
- Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Dewi, R. Rosiyana dan Tia Tarnia. 2011. "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, Vol. 6 No.2. Hal. 115-132. Jakarta : Universitas Trisakti.
- Freeman, R.E. 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Boston, MA.
- Gossling, Tobias dan Chris Vocht. 2007. Social Role Conceptions And CSR Policy Succes. *Journal Of Business Ethics*, 74, pp: 363-372.
- Ghozali, Imam. 2013. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ke 7. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.

- Gunawan, Barbara dan Suharti Sri Utami. 2008. *Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 7, Nomor 2, hlm. 174-185.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jensen, Michael C. 2001. "Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function". *Journal of European Financial Management*, Vol. 14 No. 3. Hal. 8-21.
- Jo, Hoje and Maretno A. Harjoto. 2011. "Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics*, Vol. 103. Hal. 351-383. USA : Santa Clara University and Pepperdine University.
- Kusumawati, Eny dan Zulfa Irawati. 2013. "Manajemen Keuangan". Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Mandasari, Putri Yuliana., Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif. 2013. "The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability and Leverage as A Moderating Variable (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012)". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21 No. 4. Hal. 1-20. Pekanbaru : Universitas Riau.
- Mardiyati, Umi, dkk. 2012. "Pengaruh Kebijakan Deviden, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2005-2010". *Jurnal Riset : Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, Vol. 3 No. 1. Hal. 1-17. Jakarta : Universitas Negeri Jakarta.
- Mardikanto, Totok. 2014. *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Edisi Revisi Alfabeta.
- Mulyadi, Martin Surya dan Yunita Anwar. 2012. "Impact of Corporate Social Responsibility toward Firm Value and Profitability". *Jurnal Bisnis*, Vol. 19 No. 2. Jakarta : Universitas Bina Nusantara.
- Madura, Jeff. 2002. *Manajemen Keuangan Internasional*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.

- Nurlela dan Islahudin. 2008. “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Padang. Sumatera Barat.
- Putri, Okta Prastika Utomo. 2014. “Peran Profitabilitas sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal*. Semarang : Univeristas Dian Nuswantoro.
- Rahmawati. 2012. “Teori Akuntansi Keuangan”. Yogyakarta: Graha Ilmu. Edisi Pertama, cetakan pertama.
- Retno, Reny Dyah dan Denies Priantitah. 2012. *Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)*. Jurnal Nominal / Volume I Nomor I
- Reverte, Carmelo. 2008. “Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratingsby Spanish Listed Firms”. *Journal of Business Ethics*, No. 88. Hal. 351-366. Spain : Technical University of Cartagena.
- Riswari, Dyah Ardana dan Nur Cahyonowati. 2012. “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di BEI Tahun 2008-2009)”. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1. No. 1. Hal. 1-12. Semarang : UNDIP.
- Rosiana, Gusti Ayu Made Ervina dan Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari. 2013. “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”. *Jurnal Akuntansi*, Vol. 5 No. 3. Hal. 723-738. Bali : Universitas Udayana.
- Rossi, Jose L. 2009. “What is the Value of Corporate Social Responsibility? An Answer from the Brazilian Sustainability Index”. *Journal*. Sao Paulo : IBMEC.

Rustriani, Ni Wayan. 2010. "Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan CSR dan Nilai Perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*. Denpasar : Universitas Mahasaraswati Denpasar.

Samsi, Herlina., Mushar Mustafa, Grace T. Pontoh. 2014. "The Effect of Corporate Governance on The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value". *The Indonesian Accounting Review*, Vol. 4 No. 1. Hal. 1-14.

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

Untung, Budi, Hendrik. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

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

www.globalreporting.org diakses bulan September 2017

www.idx.com diakses bulan September 2017