

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

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)**



Skripsi Oleh:
M. HAEKAL AL-ICHSAN
01031381720013
AKUNTANSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

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

Disusun oleh:

Nama : M. Haekal Al-Ichsan
NIM : 01031381720013
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian/Konsentrasi : Teori Akuntansi

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif.

Tanggal Persetujuan

Dosen Pembimbing

Tanggal: 11/7/19

Ketua



Drs. Tertiarto Wahyudi, S.E.,

MAFIS., Ak., CPA

NIP.196310041990031002

Tanggal: 10/7/19

Anggota



Arista Hakiki, S.E., MAcc., Ak

NIP. 197303171997031002

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : M. Haekal Al-Ichsan
NIM : 01031381720013
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian/Konsentrasi : Teori Akuntansi

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 23 Juli 2019 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 23 Juli 2019

Ketua



Drs. Tertiarto Wahyudi, S.E.,
MAFIS., Ak., CPA
NIP. 196310041990031002

Anggota,



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP. 197303171997031002

Anggota,



H. Aspahani, S.E., M.M., Ak
NIP. 196607041992031004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP. 197303171997031002

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Haekal Al-Ichsan
NIM : 01031381720013
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Akuntansi
Bidang Kajian : Teori Akuntansi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*

Pembimbing:

Ketua : Drs. Tertiarto Wahyudi, S.E., MAFIS., Ak., CPA
Anggota : Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
Tanggal ujian : 23 Juli 2019

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

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

Palembang, 23 Juli 2019

Pembuat Pernyataan



M. Haekal Al-Ichsan

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sungguh, sesudah kesulitan itu ada kemudahan (QS. Asy Syarh: 5-6)”.

Kupersembahkan karyaku ini kepada:

- Allah SWT
- Nabi Muhammad SAW
- Ayah dan Ibu Tercinta
- Adik - Adik Tercinta
- Keluargaku
- Sahabat-sahabatku
- Almamaterku

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, tuhan seluruh alam, atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **Pengaruh Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*.**

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana ekonomi di Universitas Sriwijaya Palembang. Penulis menyadari bahwa Skripsi ini bukanlah tujuan akhir dari suatu proses belajar karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas.

Terselesaikannya skripsi sebagai laporan akhir ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terimakasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwah S.E, M.si., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Arista Hakiki, S.E, M.Acc, Ak., Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Ibu Hj. Rina Tjandrakirana DP, S.E, M.M, Ak., Selaku Koordinator Jurusan Akuntansi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak Drs. Burhanuddin, M.Acc., Ak., Selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Drs. Tertiaro Wahyudi, S.E., MAFIS., Ak., CPA., Selaku Dosen Pembimbing skripsi 1 yang telah meluangkan waktu untuk membimbing

memberikan ilmu dan nasihat kepada penulis selama proses penulisan skripsi.

7. Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA., Selaku Dosen Pembimbing skripsi dua yang telah meluangkan waktu untuk membimbing memberikan ilmu dan nasihat kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar, Staff dan segenap pegawai Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat selama perkuliahan.
9. Kedua Orang Tua penulis, Bapak Ir. Shaiful Ichsan dan Ibu Dra. Siti Husnawati yang telah memberikan semangat, dukungan finansial maupun dukungan moril serta doa yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
10. Saudariku Afini Tsabita dan Raisa Nabila Rahmani yang telah memberikan semangat, bantuan serta doa kepada penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Calon istriku, Rena Trisea yang tiada henti-hentinya memberikan dukungan moril berupa semangat dan cinta yang tulus. Semoga apa yang telah kita rencanakan dapat berjalan dengan lancar.
12. Semua pihak yang telah banyak membantu saya dan tidak saya sebutkan satu-persatu.
13. Sahabat – sahabatku dan orang yang kucintai.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kebaikan bagi banyak pihak demi kemaslahatan bersama serta bernilai ibadah di hadapan Allah SWT. Aamiin allahumma aamiin.

Palembang, Juli 2019

M. Haekal Al-Ichsan

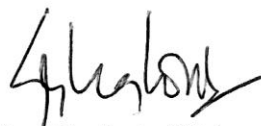
ABSTRAK
PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL *MODERATING*

Oleh : M. Haekal Al-Ichsan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan Profitabilitas sebagai Variabel *Moderating* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data penelitian ini diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2017. Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling* sehingga dapat diperoleh sampel sebanyak 34 perusahaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dapat meningkat apabila profitabilitas juga tinggi.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

Ketua,



Drs. Tertiarto Wahyudi, S.E.,
MAFIS., Ak., CPA
NIP. 196310041990031002

Anggota,



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP. 197303171997031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP.197303171997031002

ABSTRACT
THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE
ON COMPANY VALUE WITH PROFITABILITY AS A
MODERATING VARIABLE
By : M. Haekal Al-Ichsan

This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility Disclosures on Corporate Values by using Profitability as a Moderating Variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The research data was taken from manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2013-2017. Samples are determined based on purposive sampling method so that a sample of 34 companies can be obtained. The data analysis technique in this study used moderation regression analysis. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility has a positive effect on firm value, and the influence of Corporate Social Responsibility on firm value can increase if profitability is also high.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Company Value, Profitability

Chairman,



Drs. Tertiarto Wahyudi, S.E.,
MAFIS., Ak., CPA
NIP. 196310041990031002

Member,



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP. 197303171997031002

Acknowledged By,
Head Of Accounting Departement



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP.197303171997031002

SURAT PERNYATAAN

Kami Dosen Pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dari mahasiswa:

Nama : M. Haekal Al-Ichsan

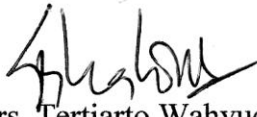
NIM : 0103138170013

Jurusan : Akuntansi

Judul : Pengaruh Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*.

Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua,



Drs. Tertiarto Wahyudi, S.E.,
MAFIS., Ak., CPA
NIP. 196310041990031002

Anggota,



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA.
NIP. 197303171997031002

Mengetahui,
Ketua Jurusan Akuntansi



Arista Hakiki, S.E., M.Acc., Ak., CA
NIP. 197303171997031002

RIWAYAT HIDUP

Nama : M. Haekal Al-Ichsan
JenisKelamin : Laki-laki
Tempat/TanggalLahir : Palembang/27 Agustus 1994
Alamat : Jl. Kapt. A Rivai, Lorong Batu Pualam No. 1294
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Email : ichsanhaekal@gmail.com



Pendidikan Formal:

| Tahun Ajaran | Nama Sekolah | Jurusan |
|--------------|-------------------------------|-----------|
| 2000-2006 | SD Negeri 191 Palembang | |
| 2006-2009 | SMP LTI IGM Palembang | |
| 2009-2012 | SMA Negeri 6 Palembang | IPS |
| 2012-2015 | DIII Institut Pertanian Bogor | Akuntansi |

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF | ii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | iii |
| SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH..... | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRAK | viii |
| ABSTRACT | ix |
| HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI..... | x |
| RIWAYAT HIDUP | xi |
| DAFTAR ISI..... | xii |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xvi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvii |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah | 7 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 7 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.3.2 Manfaat Penelitian | 8 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA & PENGEMBANGAN HIPOTESIS..... | 10 |
| 2.1 Landasan Teori | 10 |
| 2.1.1 Teori <i>Stakeholder</i> | 10 |
| 2.1.2 Teori <i>Signaling</i> | 11 |
| 2.1.3 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> | 12 |
| 2.1.4 Nilai Perusahaan | 16 |
| 2.1.5 Profitabilitas | 18 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 19 |
| 2.3 Perumusan Hipotesis..... | 22 |
| 2.3.1 Pengaruhpengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan..... | 22 |
| 2.3.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan..... | 23 |
| 2.4 Model Penelitian | 24 |

| | |
|---|-----------|
| BAB III METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel | 25 |
| 3.1.1 Variabel Penelitian | 25 |
| 3.1.2 Definisi Operasional Variabel | 26 |
| 3.2 Desain Penelitian | 28 |
| 3.3 Populasi dan Sampel Penelitian | 28 |
| 3.3.1 Populasi penelitian | 28 |
| 3.3.2 Sampel penelitian | 29 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 31 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 31 |
| 3.5.1 Uji Asumsi Klasik | 31 |
| 3.5.2 Analisis Statistik Deskriptif | 34 |
| 3.5.3 Analisis Regresi Moderasi (<i>Moderating Regression Analysis</i>) | 35 |
| 3.6 Pengujian Hipotesis | 36 |
| | |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 39 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 39 |
| 4.1.1 Statistik Deskriptif | 39 |
| 4.1.2 Uji Asumsi Klasik | 41 |
| 4.1.3 Analisis Regresi Moderasi (<i>Moderating Regression Analysis</i>) | 49 |
| 4.1.4 Pengujian Hipotesis | 51 |
| 4.1.5 Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Model</i>) | 53 |
| 4.1.6 Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>) | 54 |
| 4.2 Pembahasan | 55 |
| 4.2.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan | 55 |
| 4.2.2 Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Nilai Perusahaan | 56 |
| 4.2.3 Uji Kesesuaian Model | 57 |
| 4.2.4 Analisis Hasil Penelitian | 58 |

| | |
|---|-----------|
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 60 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 60 |
| 5.2 Keterbatasan Penelitian | 61 |
| 5.3 Saran..... | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | 62 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1 Hasil <i>Purposive Sampling</i> berdasarkan kriteria pada Perusahaan Manufaktur periode 2013-2017 | 30 |
| Tabel 2 Hasil Pengujian Deskriptif Statistik..... | 39 |
| Tabel 3 Hasil Uji Normalitas | 42 |
| Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Setelah <i>Transform Data</i> | 43 |
| Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas Sebelum <i>Transform Data</i> | 44 |
| Tabel 6 Hasil Uji Multikolinieritas Sebelum <i>Transform Data</i> | 45 |
| Tabel 7 Hasil Uji Heterokedastisitas Sebelum <i>Transform</i> | 46 |
| Tabel 8 Hasil Uji Heterokedastisitas Setelah <i>Transform</i> | 46 |
| Tabel 9 Uji Auto Korelasi Sebelum <i>Transform Data</i> | 48 |
| Tabel 10 Uji Auto Korelasi Setelah <i>Transform Data</i> | 48 |
| Tabel 11 Hasil Uji Regresi Persamaan 1..... | 50 |
| Tabel 12 Hasil Uji Regresi Persamaan 2..... | 50 |
| Tabel 13 Hasil Uji Hipotesis 1 | 51 |
| Tabel 14 Hasil Uji Kesesuaian Model Persamaan 1 | 53 |
| Tabel 15 Hasil Uji Kesesuaian Model Persamaan 2 | 53 |
| Tabel 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1..... | 54 |
| Tabel 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2..... | 55 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1 Model Penelitian | 24 |
| Gambar 2 Grafik Normal Plot Uji Normalitas..... | 42 |
| Gambar 3 Grafik Normal Plot Uji Normalitas Setelah <i>Transform</i> Data..... | 43 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 – 2017 | 65 |
| Lampiran 2 Hasil Statistik Deskriptif | 66 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas Sebelum Transform Data | 66 |
| Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas Setelah Transform Data..... | 67 |
| Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinearitas Sebelum Transform Data..... | 68 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas Setelah Transform Data..... | 68 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas Sebelum Transform Data..... | 69 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas Setelah Transform Data | 69 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Auto Korelasi Sebelum Transform Data..... | 69 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Auto Korelasi Setelah Transform Data..... | 69 |
| Lampiran 11 Hasil Analisis Regresi Moderasi | 70 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Praktek akuntansi pada kegiatan perusahaan mulai berkembang pesat setelah terjadinya revolusi industri di Inggris pada tahun 1760 an menyebabkan pelaporan keuangan lebih banyak digunakan sebagai alat pertanggungjawaban kepada pemilik modal sehingga mengakibatkan orientasi perusahaan lebih bertujuan kepada memenuhi keinginan pemilik modal. Orientasi perusahaan kepada pemilik modal tersebut mengakibatkan perusahaan melakukan eksploitasi terhadap sumber daya alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali dan mengakibatkan kerusakan lingkungan dan alam sehingga pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia sendiri. Para pemilik modal yang berorientasi pada laba material, telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan dan tidak memberi kontribusi bagi peningkatan kemakmuran mereka tetapi justru menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial (Anggraini, 2006).

Dalam upaya memuaskan pemilik modal, muncul kesadaran oleh manajemen perusahaan akan keberlangsungan kehidupan dan kelestarian alam. Perusahaan-perusahaan merasa bertanggung jawab atas kerusakan alam yang terjadi akibat kegiatan usahanya. Kesadaran akan tanggung jawab tersebutlah yang kemudian menjadi cikal bakal berkembangnya apa yang disebut dengan

Corporate Sosial Responsibility (CSR). Menurut Ardiyanto (2017) “*Corporate Social Responsibility* adalah suatu bentuk pertanggungjawaban untuk *stakeholder* eksternal maupun internal yang diberikan oleh perusahaan. Tanggung jawab tersebut, perusahaan diinginkan untuk dapat memberikan hubungan timbal balik terhadap *stakeholder* dan lingkungannya sehingga keberadaan perusahaan dapat diterima dengan baik”. CSR yang saat ini kita jumpai bukan lagi bersifat sukarela dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan usahanya, melainkan bersifat wajib atau menjadi keharusan bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Sejak tahun 2007, hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (UU PT, 2007). Dengan adanya undang-undang ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Perkembangan konsep *Corporate Social Responsibility* berjalan seiring dengan perkembangan konsep *stakeholder*. Adapun konsep *stakeholder* sendiri

tidak dapat dilepaskan perkembangan dari adopsi pendekatan sistem ke dalam teori manajemen. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Melalui pengakuan terhadap berbagai elemen di lingkungan luar perusahaan yang akan berpengaruh terhadap efektivitas pencapaian tujuan (Kartini, 2013).

Dewasa ini, masyarakat sudah lebih bijak dan pintar dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi. Masyarakat cenderung untuk memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap lingkungan dan/ atau melaksanakan CSR. Hal tersebut dibuktikan dalam survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001. Hasil survey menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. *Corporate social responsibility* dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru bagi perusahaan bila itu dilaksanakan berkelanjutan. Akan tetapi, untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Disamping itu, dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk-produknya. Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan semakin meningkat, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan

CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Sutopoyudo, 2009). Berdasarkan hal tersebut, CSR dapat berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan jangka panjang sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial di lingkungan sekitarnya.

Di Indonesia sendiri, kepedulian perusahaan terhadap CSR sudah cukup baik, tetapi masih terdapat kekurangan serta ketidak sesuaian dalam pelaksanaannya. Contohnya pada PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk (Alfamart) yang digugat karena melaporkan penyaluran hasil pengumpulan donasi dari pelanggan sebagai CSR dalam laporan tahunan 2015 milik perusahaan tersebut. Komisi Informasi Pusat (KIP) menyatakan bahwa seharusnya hasil donasi tersebut dilaporkan secara terpisah dari laporan CSR, karena dana tersebut sifatnya hanyalah sumbangan, dan bukan merupakan penyisihan dari laba perusahaan seperti yang diatur dalam UU No 40 Tahun 2007 (<https://www.cnnindonesia.com/nasional/>). Contoh kasus penyelewengan dana CSR juga pernah terjadi pada PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM). Anggota Komisi VIII DPRRI, M Oheo Sinapoy MBA menilai pemanfaatan dana CSR PT Antam Tbk khususnya pada UBP Nikel Pomalaa, banyak yang tidak tepat sasaran. Hal tersebut dikarenakan adanya intervensi dari pemerintah provinsi dan kabupaten yang berlebihan. Contohnya CSR Antam terhadap pembangunan Bandara Sangia Nibandera yang mencapai Rp 12 miliar, dimana seharusnya pembangunan bandara tersebut sudah ada anggarannya, sehingga tidak pantas

apabila diambil lagi dari dana CSR yang seharusnya langsung disalurkan ke masyarakat (<https://id.scribd.com/>).

Berdasarkan contoh pelanggaran diatas, dapat menyebabkan mereka harus menanggung resiko dari ketidakpatuhan atau ketidaksesuaian terhadap peraturan yang berlaku di Indonesia. Hal ini secara tidak langsung juga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, citra perusahaan dimata masyarakat dan tentu ketertarikan investor untuk menanamkan saham ke perusahaan akan berkurang. Oleh karena itu, dapat disimpulkan pentingnya pelaksanaan dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan sehingga dapat menarik loyalitas konsumen pada produknya dalam jangka waktu yang lama, dan pada akhirnya dapat berdampak pada penjualan yang meningkat serta profit perusahaan yang nantinya juga akan meningkat. Bagi perusahaan, meningkatkan profitabilitas adalah suatu kewajiban agar perusahaan tetap bertahan dan diminati oleh investor. Semakin tinggi profit yang diperoleh, maka kemampuan perusahaan untuk melaksanakan kewajiban menjadi lebih baik dan nilai perusahaan semakin tinggi. Menurut Pratama (2016) nilai perusahaan menjadi gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila perusahaan menerapkan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sesuai peraturan yang berlaku maka dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sulistyaningsih dkk (2017) pada perusahaan manufaktur sektor Industri Barang Konsumsi selama periode 2013-2015 yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas sebagai variabel *moderating* mampu memperkuat hubungan CSR dan nilai perusahaan. Dengan kata lain *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2011) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Akan tetapi profitabilitas sebagai variabel *moderating* tidak dapat memperkuat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan variasi hasil penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan variabel-variabel yang sama untuk menguji hubungan antar variabel tersebut pada jangka panjang.

Perbedaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu terletak pada objek penelitiannya, dimana penulis menggunakan Laporan Tahunan milik perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan 5 periode pelaporan, yaitu tahun 2013 sampai dengan 2017. Kemudian juga apabila pada penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga (2011) berfokus pada perbandingan pengungkapan CSR sebelum dan setelah diterapkannya UU No 40 Tahun 2007, pada penelitian ini penulis akan berfokus pada pengaruh jangka panjang pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian antar hubungan variabel-variabel tersebut dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI**

PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2017)”.

1.2 Perumusan Masalah

Atas dasar uraian latar belakang dan penjelasan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.
2. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.
2. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat/kegunaan antara lain :

a. Manfaat Teoritis

Dengan melaksanakan penelitian ini, diharapkan dapat menganalisis seberapa besar pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan jangka panjang dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial. Dapat pula memberikan gambaran mengenai pentingnya CSR, sehingga pemerintah dapat menindaklanjuti pengesahan UU PT, dengan mewajibkan semua perusahaan di Indonesia untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya.
2. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
3. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

4. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusunan standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, R. dkk. (2013). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2011-2013), *31*(1), 66-72.
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*.
- Ardiyanto, T. (2017). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *ISSN(Online): 2337-3806*, 6, 1–15.
- Arie dan Manoppo. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014. *ISSN 2303-1174*, 4(2), 485–497.
- Awuy dkk, V. P. (2016). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013), *18*(1), 15–26.
- Republik Indonesia (2007). *Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. Lembaran Negara Tahun 2007 No. 106, Sekretariat Negara. Jakarta
- Kartini, D. (2013). *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Kuntari, Y., & Sulistyani, A. (2007). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005. *ASET, Volume 9*(2), 494–515.
- Kusumadilaga, R. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Fokus Ekonomi*, 6(1), 105–121.
- Muid Dul, E. M. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *ISSN 2337-3806*, 4(2013), 1–9.
- Nasir dkk, A. (2013). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar di BEI, *21*, 1–14.
- Nurlela, Rika, & Islahudin. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Pratama, G. L. dkk. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *ISSN : 2355-9357, Volume 3*, 3432–3438.
- Putri, H., & Raharja, S. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility

- Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *ISSN (Online): 2337-3806*, 2, 1–15.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistyaningsih dkk, S. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *ISSN: 2337 - 4349*, 787–794.
- Sutopoyudo. (2009). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Sutopoyudo's Weblog at [Http://www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)*.
- Suyanto, L., & Zulaikha. (2004). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). *Jurnal Maksi*, 4, 166–177.