

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

Cici Ayu Fatmawati

Ciciayuf09@gmail.com

Nur Fadjrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the firm value with profitability as the moderated variable. While, its disclosure was measured by Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) which based on the standard of Global Reporting Initiative (GRI) G-4 with 91 indicator items. Moreover, the firm value was measured by Tobin's Q ratio and profitability was measured by Return On Asset (ROA). The research was quantitative. Moreover, the population was manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) 2014-2017. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling in which the sample was based on criteria given. In line with, there were 41 samples from 151 manufacturing companies. In addition, the data analysis technique used descriptive statistical analysis, regressions analysis, and classical assumption test with SPSS 24. The research result concluded the Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure had negative but significant effect on the firm value. On the hand, the profitability as the moderating variable had positive effect and could strengthen the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, Firm Value, Profitability

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel *Moderating*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) versi G-4 dengan indikator sebanyak 91 item. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio Tobin's Q, sedangkan Profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2017. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan, sehingga sampel yang diperoleh sebanyak 41 perusahaan dari 151 perusahaan manufaktur. Pengujian data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi, dan uji asumsi klasik dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 24. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas sebagai pemoderasi berpengaruh positif dan mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Di zaman era globalisasi pada saat ini dunia bisnis mengalami perkembangan yang sangat pesat dan persaingan bisnis pun semakin ketat. Perkembangan pasar bebas yang pesat mendorong perusahaan untuk melaksanakan aktivitas tanggung jawab sosial didalam kegiatan bisnisnya untuk mensejahterakan para *stakeholder* dan masyarakat. Perusahaan saling bersaing dalam kegiatan bisnisnya agar dapat meningkatkan masing-masing nilai perusahaan guna untuk tetap mempertahankan *image* perusahaannya. Perusahaan harus

mempertahankan keunggulan kompetitif didalam bisnisnya agar tetap dapat meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari perusahaan agar tetap dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk menilai perusahaan dimasa mendatang adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin berkembangnya perusahaan akan semakin besar menimbulkan dampak buruk bagi perusahaan, diantaranya dampak permasalahan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu, dalam mengurangi dampak buruk yang akan terjadi dalam suatu perusahaan, perusahaan harus menerapkan dan mengembangkan konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kaur (2015) berpendapat bahwa pelaksanaan CSR oleh perusahaan merupakan sinyal positif bagi para investor, yang tentu akan menghasilkan keuntungan finansial bagi perusahaan.

CSR merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat dari aktivitas operasional perusahaan. Di Indonesia CSR sudah diwajibkan oleh hukum. Hal ini tercantum dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 yang disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan bisnis wajib melaksanakan aktivitas CSR dan wajib membuat laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial. Perusahaan melakukan Pengungkapan CSR sebagai motivasi untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap hasil dari kegiatan usaha yang telah dicapai oleh perusahaan. Penerapan pengungkapan CSR pada perusahaan diharapkan dapat memberikan sinyal yang baik kepada para investor. Pengungkapan ada yang bersifat wajib (*mandatory*) dan ada yang bersifat sukarela (*voluntary*). Pengungkapan wajib adalah pengungkapan informasi yang disampaikan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan atau standar tertentu, sedangkan pengungkapan sukarela adalah pengungkapan informasi yang disampaikan oleh perusahaan berdasarkan pada peraturan yang berlaku.

Nilai Perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang diperoleh suatu perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, maka perusahaan tersebut dianggap mampu berkinerja dengan baik sehingga perusahaan lebih mudah dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Adanya sosialisasi perusahaan terhadap masyarakat akan memudahkan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan bagi setiap pemilik perusahaan, dengan tingginya nilai perusahaan lebih memudahkan perusahaan untuk menarik para pemegang saham. Para pemegang saham dianggap penting bagi perusahaan, karena dengan adanya penanaman saham dari investor dapat memberikan sinyal positif bagi pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan mendatang.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Laba yang diperoleh dari perusahaan akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. Jika para pemegang saham menanam saham dengan saham yang tinggi, maka perusahaan akan menghasilkan tingkat keuntungan yang tinggi, dengan keuntungan tinggi membuat meningkatnya nilai perusahaan. Profitabilitas dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel *moderating* karena profitabilitas merupakan salah satu alat ukur bagi perusahaan untuk menentukan pengaruh pengungkapan CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Anggraini (2006) perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan aktivitas CSR apabila tingkat profitabilitas perusahaan tersebut semakin tinggi karena perusahaan tersebut memiliki dana yang cukup untuk dialokasikan pada program-program CSR.

Beberapa peneliti pernah melakukan penelitian dengan topik yang hampir mirip dengan penelitian ini, seperti penelitian yang dilakukan oleh Rosiana *et al.* (2013), Kusumadilaga (2010), Susan *et al.* (2015), dan Ratnadewi dan Ulupui (2016). Hasil dari beberapa penelitian beragam dan terdapat ketidakkonsistenan, sehingga peneliti tertarik untuk menguji kembali pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai

Variabel *Moderating*. Penelitian ini menggunakan sampel dan populasi dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017.

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?; (2) Apakah profitabilitas memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji: (1) Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan; (2) Dampak profitabilitas sebagai pemoderasi pada pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Legitimasi

Gray *et al.* (1996:46) (dalam Ahmad dan Sulaiman, 2004) berpendapat bahwa legitimasi merupakan sistem yang berorientasi terhadap organisasi dan masyarakat, yang berfokus pada peran informasi dan pengungkapan didalam suatu hubungan antara organisasi, negara, individu, dan kelompok. Ghazali dan Chariri (2007) menjelaskan bahwa hal yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi.

Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan karena legitimasi dari masyarakat menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan dan legitimasi akan memberi sumber daya potensial bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk dimasa yang akan datang. Adanya legitimasi dari masyarakat diharapkan nilai perusahaan dapat meningkat sehingga dapat membantu perusahaan untuk memperoleh laba sesuai dengan yang diinginkan. Laba yang meningkat akan membawa respon yang baik dari masyarakat, karena masyarakat beranggapan dengan memiliki profitabilitas yang tinggi perusahaan dianggap mampu membiayai aktivitas sosialnya. Investor juga beranggapan jika perusahaan mampu bersosialisasi dan mampu membiayai aktivitas sosial berarti perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang tinggi dan membuat investor mau menanamkan sahamnya.

Teori Sinyal

Brigham dan Houston (2013) menyatakan bahwa isyarat atau signal adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Secara garis besar *signalling theory* berkaitan erat dengan ketersedianya informasi tentang perusahaan yang disampaikan oleh perusahaan tersebut. Timbulnya teori signal ini dikarenakan adanya informasi yang tidak akurat antara perusahaan (manajemen) dengan investor. Manajemen perusahaan berharap dengan adanya teori signal dapat memberikan unsur penting bagi pemegang saham.

Teori sinyal biasanya memberikan informasi kepada investor berupa informasi dan gambaran mengenai keadaan suatu perusahaan, baik keadaan dimasalalu maupun dimasa yang akan datang. Pengungkapan CSR diharapkan dapat dijadikan sinyal positif bagi investor untuk menanam dana pada saham perusahaan. Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sari, 2013). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa sinyal positif yang telah disampaikan oleh perusahaan berhasil dan direspon dengan baik oleh masyarakat dan investor.

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menurut Hadi (2011) adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukan merupakan suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus bisa memberikan manfaat bagi para *stakeholders*nya. Teori *stakeholder* sangat berkaitan dengan para pemangku kepentingan, sosial, dan lingkungan. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa setiap perusahaan harus dapat memberikan perhatian terhadap *stakeholder* perusahaannya. Karena *stakeholder* dapat mempengaruhi dan juga memberikan pengaruh

terhadap keberlangsungan hidup perusahaan pada aktivitas dan kebijakan yang dilaksanakan perusahaan (Dwipayadnya *et al.* 2015).

Teori *stakeholder* merupakan teori yang mempertimbangkan kepentingan setiap kelompok *stakeholdernya* sehingga dapat menciptakan strategi baru bagi suatu perusahaan untuk menciptakan dan meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu strategi yang dapat memenuhi keinginan *stakeholder*, semakin baik penerapan pengungkapan CSR dalam perusahaan maka akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan kepada perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dunia usaha untuk terus bertindak etis, berkontribusi untuk pembangunan ekonomi, melalui peningkatan kualitas hidup dari karyawan, keluarga, sekaligus untuk peningkatan kualitas hidup masyarakat secara lebih luas. CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Untung, 2008:1).

Pada tahun 1997 John Elkington mengembangkan sebuah konsep yaitu "*Triple Bottom Line*". Konsep tersebut mengakui bahwa untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya, perusahaan perlu memperhatikan 3P, yaitu *People, Planet, and Profit*. Konsep "*Triple Bottom Line*" tersebut tidak hanya mengaitkan kondisi keuangan atau profit perusahaan saja tetapi konsep ini juga mengaitkan antara sosial dan lingkungan, karena hanya dengan faktor kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Perusahaan menyadari bahwa keterkaitannya dengan sosial dan lingkungan sekitar juga merupakan hal yang penting untuk meningkatkan nilai perusahaan secara keberlanjutan.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hendriksen (dalam Nurlala dan Islahuddin, 2008) mendefinisikan pengungkapan (*disclosure*) sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal pasar modal efisien. *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah pengungkapan yang dilakukan dengan pemberian informasi perusahaan dan pertanggungjawaban dari perusahaan terhadap para *stakeholder*. Pengungkapan CSR merupakan salah satu cara untuk mempertahankan nilai perusahaan, serta meningkatkan *stakeholders* perusahaan.

Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk membangun *image* atau reputasi perusahaan serta untuk mendapat perhatian dari masyarakat. Jika perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mempertahankan *stakeholdernya* berarti perusahaan telah berhasil mengoperasionalkan perusahaan dengan baik. Adanya pengungkapan CSR diharapkan dapat membuat hubungan baik antara lingkungan masyarakat dengan perusahaan, dengan begitu perusahaan memperoleh legitimasi sosial untuk bisa memaksimalkan tingkat profitabilitas perusahaan.

Nilai Perusahaan

Tujuan dari manajemen keuangan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan tercemin dari nilai pasar saham perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar perusahaan yang dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi investor apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham pada perusahaan, semakin tinggi pula kemakmuran atau keuntungan bagi para pemegang saham.

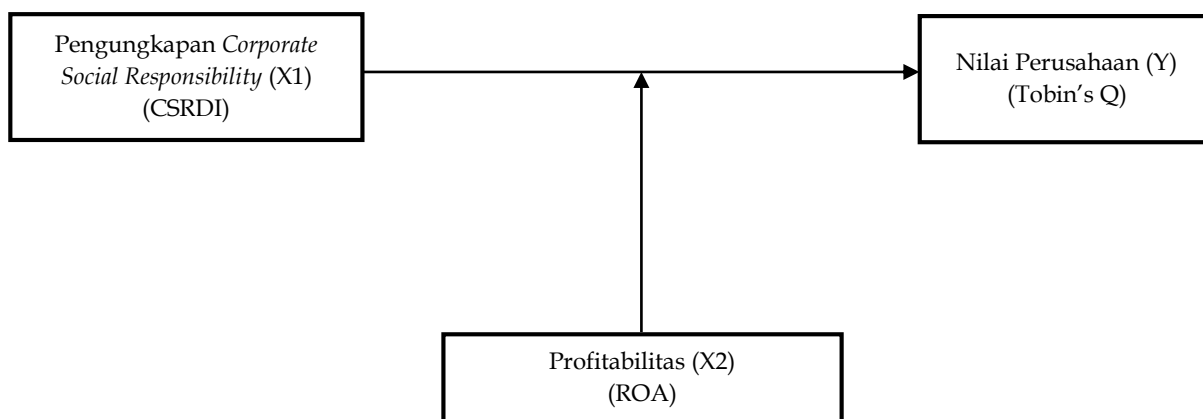
Menurut Wardhani (2013) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan dianggap penting oleh investor dalam menanamkan sahamnya, karena nilai perusahaan adalah indikator untuk menilai kondisi perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dijadikan gambaran bagi perusahaan untuk mengetahui kegiatan bisnisnya sejak perusahaan tersebut didirikan hingga dimasa yang akan datang.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mengukur sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada saat menjalankan kegiatan operasionalnya. Laba yang didapatkan perusahaan berasal dari hasil investasi dari para investor. Menurut Sudana (2011:22) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki seperti aktiva, modal atau penjualan perusahaan. Semakin besar tingkat profitabilitas, perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu mendapatkan laba yang lebih besar dari aktivitas bisnisnya, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas (Rosiana *et al.*, 2013).

Profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan kondisi keuangan perusahaan dan profitabilitas juga dianggap sebagai elemen dalam menciptakan nilai perusahaan dimasa yang akan datang. Profitabilitas merupakan faktor dalam menentukan struktur modal perusahaan, karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung memiliki hutang yang relatif kecil karena laba yang dimiliki tinggi sudah memadai untuk membiayai semua kebutuhan pendanaan perusahaan. Semakin baik perusahaan mengelola aktivitas bisnisnya semakin tinggi profitabilitas yang akan diperoleh oleh perusahaan.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas perusahaan yang disampaikan kepada stakeholder maupun masyarakat dan diharapkan perusahaan dapat berinteraksi dengan masyarakat sehingga dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan. Perusahaan menerapkan pengungkapan CSR dengan tujuan untuk menjaga kelestarian lingkungan dan kepentingan stakeholdernya. Kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan kondisi ekonomi, sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, hal itu dapat dilihat dari naiknya laba yg

diperoleh oleh perusahaan akibat dari para investor yang berinvestasi. Luasnya pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan (Ardana dan Cahyonowati, 2012).

Penelitian Ratnadewi dan Ulupui (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Rosiana *et al.* (2013) juga menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Dampak Profitabilitas sebagai Pemoderasi pada Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang diharapkan dari aktivitas bisnisnya. Meningkatnya konsumen membuat penjualan perusahaan semakin membaik dengan begitu tingkat profitabilitas yang diharapkan oleh perusahaan juga ikut meningkat. Tingkat profitabilitas yang tinggi membuat perusahaan semakin yakin untuk tetap menerapkan pengungkapan CSR yang dapat meningkatkan nilai perusahaan karena lebih banyak investor untuk berinvestasi kepada perusahaan dan dengan hal ini investor merasa mendapat keuntungan atau umpan balik atas dana yang telah diinvestasikan. Menurut Bowman dan Haira (1976) (dalam Anggraini, 2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar tingkat pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas tersebut semakin banyak pula dana yang bisa digunakan untuk berinvestasi pada program-program CSR yang berujung pada kenaikan nilai perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian Rosiana *et al.* (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas menjadi salah satu faktor yang mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi memperkuat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian jenis kuantitatif. Penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis regresi, dan uji asumsi klasik. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter dengan mengumpulkan dan mempelajari jurnal, buku, kajian literatur, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data laporan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2017. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan memperoleh sampel sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2014-2017; (2) Perusahaan Manufaktur yang mempublish laporan tahunan lengkap selama tahun 2014-2017; (3) Perusahaan Manufaktur yang menyajikan laporan tahunan dengan menggunakan Rupiah selama tahun 2014-2017; (4) Perusahaan Manufaktur yang mengungkapkan CSR selama tahun 2014-2017; (5) Perusahaan Manufaktur yang memperoleh profitabilitas selama tahun 2014-2017.

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel *moderating* dalam penelitian ini adalah profitabilitas.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Variabel Independen dari penelitian ini adalah Pengungkapan CSR. Pengungkapan CSR diukur dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) versi G-4 dengan indikator sebanyak 91 item (Nuzula, 2016). Pengukuran GRI G-4 dilakukan berdasarkan index pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih dengan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan. Perhitungan pengungkapan CSR dilakukan dengan menggunakan variabel dummy, yaitu untuk setiap item pengungkapan yang diungkapkan akan diberi skor 1 jika tidak diungkapkan akan diberi skor 0. Pengukuran pengungkapan CSR dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Nilai Perusahaan

Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Tobin's Q adalah rasio pengukur kinerja dengan membandingkan dua penilaian dari aset yang sama. Tobin's Q dinilai dapat memberikan informasi yang paling baik, karena Tobin's Q sudah memasukkan semua unsur hutang maupun modal saham perusahaan dan rasio ini dapat menunjukkan estimasi pada pasar keuangan saat ini. Jika rasio Tobin's Q diatas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru, jika rasio Tobin's Q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Herawaty, 2008). Pengukuran nilai perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

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

Profitabilitas

Variabel *Moderating* dalam penelitian ini menggunakan profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh laba. Profitabilitas dalam penelitian ini digunakan untuk mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan Nilai Perusahaan. Pada penelitian ini profitabilitas perusahaan diukur menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). ROA digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktiva yang dimiliki oleh perusahaan serta menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi (Fahmi, 2012:80). Semakin besar ROA, semakin besar pula keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan. Pengukuran profitabilitas (ROA) dirumuskan sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Earning After Tax}{Total Assets}$$

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini menggunakan data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017. Sampel yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu berdasarkan kriteria tertentu dalam pengambilan sampel sehingga dalam penelitian ini diperoleh sampel berjumlah 41 perusahaan dan populasi dalam penelitian ini berjumlah 164 perusahaan dari 151 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan manufaktur dijadikan sampel dalam penelitian ini karena perusahaan manufaktur dapat berhubungan baik dengan *stakeholder* perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan manufaktur diungkapkan secara luas dan menyeluruh sehingga *stakeholder* mudah memperoleh informasi tentang perusahaan dan *stakeholder* lebih mudah untuk mengetahui pertumbuhan perusahaan. Penelitian ini menggunakan data dari laporan tahunan (*annual report*) karena laporan tahunan memberikan banyak informasi tentang kegiatan-kegiatan bisnis perusahaan, tentang kegiatan bisnis yang diungkapkan oleh perusahaan, serta dalam laporan tahunan tersebut peneliti lebih mudah dalam memperoleh informasi secara menyeluruh tentang perusahaan.

Analisis Statistik Deskriptif

Perhitungan analisis statistik deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan menggambarkan atau mendeskripsikan data-data yang telah terkumpul yang digunakan dalam penelitian ini. Data-data tersebut dilihat dari nilai minimum, maximum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini terdiri dari 164 data yang dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|--------|----------------|
| CSR | 164 | ,132 | ,538 | ,29154 | ,067042 |
| Profitabilitas | 164 | ,005 | 2,491 | ,15853 | ,309218 |
| Nilai Perusahaan | 164 | ,109 | 2,034 | ,37536 | ,278057 |
| Valid N (listwise) | 164 | | | | |

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dari tabel hasil penelitian statistik deskriptif diatas, CSR yang diungkapkan oleh perusahaan manufaktur yang memiliki nilai minimum ialah PT Indocement Tunggal Prakarsa, Tbk, sedangkan yang memiliki nilai maximum ialah PT Unilever Indonesia, Tbk. Tingkat profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang memiliki nilai minimum ialah PT Argha Karya Prima Industry, Tbk, sedangkan yang memiliki nilai maximum ialah PT Nusantara Inti Corpora, Tbk. Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang memiliki nilai minimum ialah PT Duta Pertiwi Nusantara, Tbk, sedangkan yang memiliki nilai maximum ialah PT Gudang Garam, Tbk.

Analisis Regresi

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel *Moderating*. Analisa Regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel dependen, bila nilai variabel independen diubah-ubah atau dinaik turunkan, serta untuk membuat keputusan apakah naik turunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui peningkatan variabel independen atau tidak. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | ,168 | ,013 | | 13,232 | ,000 |
| CSR | -,573 | ,043 | -,138 | -13,481 | ,000 |
| Profitabilitas | ,978 | ,010 | 1,504 | 98,842 | ,000 |
| CSR*Profitabilitas | 3,407 | ,048 | 1,097 | 70,988 | ,000 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda di atas maka model persamaan analisis linier berganda dirumuskan sebagai berikut:

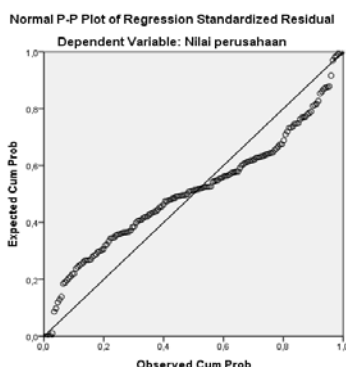
$$NP = 0,168 - 0,573 \text{ CSRDI} + 0,978 \text{ PRFT} + 3,407 \text{ CSR*PRFT} + e$$

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kualitas data penelitian agar dapat menunjukkan hasil hubungan yang signifikan atau tidak signifikan, serta untuk mendapatkan hasil koefisien regresi yang baik atau untuk mendapatkan hasil koefisien regresi yang tidak bias. Uji asumsi klasik yang digunakan untuk melakukan pengujian data dalam penelitian ini ialah dengan: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, profitabilitas, dan nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai data yang terdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan 2 metode yaitu metode *P-P Plot* dan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*.



Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Gambar 2
Hasil Uji Normalitas P-P Plot

Dari gambar hasil pengujian data dengan menggunakan metode P-P Plot di atas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal, hal ini dapat dilihat dari titik-titik atau data-data yang menyebar mengikuti arah garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk penelitian.

Sedangkan untuk pengujian data menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | <i>Unstandardized Residual</i> |
|----------------------------------|----------------|--------------------------------|
| N | | 164 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | ,08959617 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,064 |
| | Positive | ,064 |
| | Negative | -,051 |
| Test Statistic | | ,064 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,094 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Hasil pengujian data dengan menggunakan metode *one sample Kolmogorov-Smirnov* di atas menunjukkan nilai signifikansi normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,094. Syarat pengambilan keputusan uji normalitas yang terdistribusi normal jika nilai uji signifikansi > 0,05. Hasil uji normalitas pengolahan data diatas menunjukkan hasil 0,094 > 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan sehingga model regresi layak digunakan untuk penelitian.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji dan mengetahui apakah model regresi yang digunakan ditemukan korelasi atau kebiasaan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, profitabilitas, dan Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | <i>Unstandardized Coefficients</i> | | <i>Standardized Coefficients</i> | T | Sig. | <i>Collinearity Statistics</i> | |
|--------------------|------------------------------------|------------|----------------------------------|---------|------|--------------------------------|-------|
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | ,168 | ,013 | | 13,232 | ,000 | | |
| CSR | -,573 | ,043 | -,138 | -13,481 | ,000 | ,953 | 1,049 |
| Profitabilitas | ,978 | ,010 | 1,504 | 98,842 | ,000 | ,433 | 2,309 |
| CSR*Profitabilitas | 3,407 | ,048 | 1,097 | 70,988 | ,000 | ,420 | 2,382 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Uji multikolinearitas dianggap tidak ada masalah multikolinearitas jika nilai *Tolerance* lebih besar dari > 0,10 dan jika nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih kecil dari < 10,00. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *Tolerance* CSR sebesar 0,953 yang berarti 0,953 > 0,10, profitabilitas sebesar 0,433 yang berarti 0,433 > 0,10, nilai CSR*Profitabilitas sebesar 0,420 yang berarti 0,420 > 0,10, sedangkan nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* pada CSR sebesar 1,049 yang berarti 1,049 < 10,00, profitabilitas sebesar 2,309 yang berarti 2,309 < 10,00, dan nilai CSR*Profitabilitas sebesar 2,382 yang berarti 2,382 < 10,00. Sehingga dari hasil uji multikolinearitas di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian tidak terjadi masalah atau gejala multikolinearitas baik pada variabel independen, variabel dependen maupun variabel *moderating*.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian menggunakan metode *Glejser*. Menurut Suliyanto (2011) uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Glejser* dilakukan dengan meregresikan semua variabel independen kedalam bentuk nilai mutlak residualnya. Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | ,241 | ,113 | | 2,127 | ,035 |
| CSR | -,256 | ,396 | -,076 | -,647 | ,518 |
| Profitabilitas | ,090 | ,497 | ,123 | ,181 | ,857 |
| CSR*Profitabilitas | -,434 | 1,744 | -,172 | -,249 | ,804 |

a. Dependent Variable: ABSRES

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas dengan metode *Glejser* adalah jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dari hasil pengujian data di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi dari variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah sebesar 0,518, nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,857, dan nilai signifikansi CSR*Profitabilitas sebesar 0,804 yang berarti nilai signifikansi > 0,05, sehingga dari hasil uji heteroskedastisitas di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas dan layak dijadikan sebagai penelitian.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier ada atau tidak ada korelasi pada data observasi. Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin Watson* (uji DW). Model regresi linier dianggap baik apabila model regresi bebas dari masalah autokorelasi. Hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

| Model | Durbin-Watson |
|-------|---------------|
| 1 | 1,054 |

a. Predictors: (Constant), CSR*Profitabilitas, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dasar pengambilan keputusan pada uji *Durbin Watson* yang menunjukkan tidak adanya masalah autokorelasi jika $dU < d < 4 - dU$. Hasil pengujian data dengan menggunakan uji autokorelasi di atas nilai *Durbin Watson* diperoleh sebesar 1,054. Nilai dU diperoleh dari tabel *Durbin Watson* yang sudah ditentukan sebesar 1,769, sedangkan nilai $4 - dU$ ($4 - 1,769 = 2,231$). Sehingga berdasarkan pada pengambilan keputusan uji *Durbin Watson* dan hasil uji autokorelasi di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian terjadi masalah autokorelasi karena $1,769 > 1,054 < 2,231$. Salah satu cara untuk mengatasi adanya masalah autokorelasi adalah dengan mentransformasikan data menggunakan log. Setelah dilakukan transformasi data menggunakan log maka hasil uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi Akhir

| Model | Durbin-Watson |
|-------|---------------|
| 1 | 1,878 |

a. Predictors: (Constant), Lag_X1X2, Lag_X2, Lag_X1

b. Dependent Variable: Lag_Y

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Hasil pengujian data menggunakan uji autokorelasi di atas setelah dilakukan transformasi dengan menggunakan log residual, maka nilai *Durbin Watson* diperoleh sebesar 1,878. Nilai *dU* didapat dari tabel uji *Durbin Watson* yang sudah ditentukan ialah sebesar 1,769, sedangkan nilai $4 - dU$ ($4 - 1,769 = 2,231$). Dari hasil uji autokorelasi di atas maka diperoleh hasil $1,769 < 1,878 < 2,231$. Sehingga berdasarkan pada pengambilan keputusan uji *Durbin Watson* hal ini menandakan bahwa sudah tidak ada masalah autokorelasi dalam penelitian ini.

Uji F

Uji F dalam penelitian ini diperlukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen dalam penelitian ini yang dimasukkan ke dalam model regresi mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen, serta untuk mengetahui dan menguji kelayakan model antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika model dalam suatu penelitian signifikan maka model regresi dapat digunakan sebagai prediksi, dan sebaliknya. Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Uji F

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|----------|-------------------|
| 1 | Regression | 12,400 | 3 | 4,133 | 3271,326 | ,000 ^b |
| | Residual | ,202 | 160 | ,001 | | |
| | Total | 12,602 | 163 | | | |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR*Profitabilitas, CSR, Profitabilitas

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dasar pengambilan keputusan uji F adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat kelayakan model regresi pada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian data di atas nilai signifikansi pada uji F diperoleh sebesar 0,000 hal ini menandakan bahwa $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat kelayakan model regresi pada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR dan profitabilitas mampu memprediksi nilai perusahaan dan model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dianggap layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Uji t

Uji t diperlukan dalam penelitian ini untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh hubungan antara variabel independen yaitu pengungkapan CSR dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan, serta variabel *moderating* yaitu profitabilitas. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 9
Hasil Uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|---------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | ,168 | ,013 | | 13,232 | ,000 |
| | CSR | -,573 | ,043 | -,138 | -13,481 | ,000 |
| | Profitabilitas | ,978 | ,010 | 1,504 | 98,842 | ,000 |
| | CSR*Profitabilitas | 3,407 | ,048 | 1,097 | 70,988 | ,000 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dasar pengambilan keputusan uji t adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t$ tabel maka terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Namun, jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t$ tabel maka tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dari hasil uji t diatas maka dapat disimpulkan:

Pengujian Hipotesis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai t hitung pengungkapan CSR pada hasil uji t diatas diperoleh sebesar -13,481 dan nilai signifikansi diperoleh sebesar 0,000 hal ini berarti $0,000 < 0,05$. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis pertama pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dengan demikian H_1 ditolak.

Pengujian Hipotesis Dampak Profitabilitas sebagai Pemoderasi pada Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Nilai t hitung profitabilitas sebagai variabel moderating pada pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang diasumsikan menjadi CSR*Profitabilitas yang diperoleh dari uji t ialah sebesar 70,988 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 hal ini berarti $0,000 < 0,05$. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating berpengaruh positif atau memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai pemoderasi berpengaruh positif atau memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, dengan demikian H_2 diterima.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) diperlukan dalam penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana kemampuan atau ketepatan model regresi yang digunakan dalam menerangkan variasi variabel dependen, serta untuk mengetahui persentase kontribusi dan mengukur besarnya antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel moderating. Hasil koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10
Hasil Koefisien Determinasi (R²)

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,992 ^a | ,984 | ,984 | ,035546 |

a. Predictors: (Constant), CSR*Profitabilitas, CSR, Profitabilitas

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2019

Dari hasil pengujian data koefisien determinasi (R²) di atas nilai R Square (R²) diperoleh sebesar 0,984 yang artinya variasi dari variabel independen yang terdiri dari pengungkapan CSR, variabel moderating yang terdiri dari profitabilitas sebesar 98,4%. Hal ini berarti 98,4%

variasi variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dan variabel *moderating* yang terdiri dari pengungkapan CSR dan profitabilitas, sedangkan sisanya 1,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, nilai t hitung pada penelitian ini diperoleh sebesar -13,481 dan nilai signifikan CSR yang diperoleh dalam penelitian ini ialah sebesar 0,000 berarti nilai signifikansi CSR $0,000 < 0,05$ (H_1 ditolak) yang artinya bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan yang diungkapkan oleh perusahaan tidak selalu mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh hasil riset yang diungkapkan oleh Pratama *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan mengurangi nilai perusahaan tersebut, dan sebaliknya semakin rendah tingkat pengungkapan CSR yang dimiliki oleh perusahaan, maka akan menaikkan nilai perusahaan. Jika tingkat pengungkapan CSR tinggi berarti perusahaan memiliki tingkat kegiatan pelaksanaan CSR yang juga tinggi, maka perusahaan akan semakin besar dalam mengeluarkan beban dan dana untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya, hal ini membuat perusahaan beranggapan bahwa semakin tingginya dan semakin banyaknya beban atau dana yang dikeluarkan oleh perusahaan akan berdampak pada berkurangnya laba yang diperoleh oleh perusahaan. Berkurangnya tingkat laba yang dimiliki perusahaan akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan, karena pada umumnya para investor lebih cenderung untuk melakukan kegiatan investasi dan membeli saham pada perusahaan yang memiliki tingkat laba tinggi. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya berdasarkan ketentuan perundangan-undangan atas wajibnya perusahaan melaksanakan pengungkapan CSR sesuai dengan undang-undang yang berlaku agar perusahaan tidak terkena sanksi.

Hasil penelitian ini sejalan dan konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Susan *et al.* (2015) yang mengatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dampak Profitabilitas sebagai Pemoderasi pada Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, nilai t hitung sebesar 70,988 dan nilai signifikansi profitabilitas yang diperoleh dalam uji t pada tabel 11 sebesar 0,000 berarti hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi profitabilitas $0,000 < 0,05$ (H_2 diterima) yang artinya bahwa profitabilitas sebagai pemoderasi berpengaruh signifikan atau mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besarnya tingkat profitabilitas yang diperoleh perusahaan maka akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan karena dengan tingginya profitabilitas yang diperoleh membuat perusahaan mempunyai dana yang cukup untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosialnya, dengan program-program tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan akan memberikan dampak positif pada kenaikan nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh hasil riset yang diungkapkan oleh Rosiana *et al.* (2013) yang mengatakan bahwa semakin besar tingkat profitabilitas, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu mendapatkan laba yang lebih besar dari aktivitas bisnisnya, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung

jawab sosial serta dapat mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan yang lebih luas. Artinya tingkat profitabilitas yang tinggi sangat membantu perusahaan untuk membiayai dana pengungkapan tanggung jawab sosialnya dengan begitu perusahaan dapat menyampaikan informasi tentang aktivitas bisnisnya secara lebih luas kepada para *stakeholder*.

Hasil penelitian ini sejalan dan konsisten dengan penelitian Rosiana *et al.* (2013) yang mengatakan bahwa profitabilitas yang diperoleh perusahaan menjadi salah satu faktor yang mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Selain itu penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Agustine (2014) yang mengatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel *moderating* berpengaruh signifikan dan memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis nilai *t* hitung diperoleh sebesar -13,481 dan nilai signifikansi CSR yang diperoleh sebesar 0,000 yang artinya nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan H_1 ditolak; (2) Profitabilitas sebagai pemoderasi berpengaruh positif dan mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai *t* hitung sebesar 70,988 dan nilai signifikansi profitabilitas yang diperoleh 0,000 yang artinya nilai signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan bahwa H_2 diterima.

Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan lagi bagi penelitian berikutnya, agar pada penelitian berikutnya mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini antara lain: (1) Penelitian ini hanya menggunakan 1 variabel independen saja yaitu pengungkapan CSR; (2) Subjektif dalam menentukan atau menilai CSR yang diungkapkan oleh perusahaan karena setiap peneliti yang melihat atau menentukan pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dari berbagai sudut pandang yang berbeda-beda; (3) Penelitian ini menggunakan laporan tahunan (*annual report*) pada Bursa Efek Indonesia dengan periode waktu hanya 4 tahun saja yaitu tahun 2014-2017; (4) Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur berjumlah 41 sampel perusahaan dari 151 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan, dan beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, adapun saran-saran yang diberikan penulis terkait dengan penelitian ini agar pada penelitian selanjutnya mendapat hasil yang lebih baik adalah sebagai berikut: (1) Penelitian selanjutnya diharapkan menambah atau menggunakan lebih dari 1 variabel independen misal dengan menambah variabel; *Good Corporate Governance* (GCG), kepemilikan manajemen, dll agar dapat merumuskan hasil uji hipotesis yang lebih banyak lagi; (2) Penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan pihak lain dalam membantu menentukan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan untuk memeriksa kembali keakuratan dan kebenaran dalam menentukan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan; (3) Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah periode waktu penelitian lebih dari 4 tahun agar dapat mendapat hasil pengujian yang lebih baik lagi; (4) Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah sampel perusahaan agar dapat memperoleh informasi perusahaan yang lebih baik lagi; (5) Penelitian selanjutnya diharapkan lebih menekankan pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang telah membuat laporan keberlanjutan (*sustainability report*) agar lebih memudahkan dalam melakukan dan menentukan indeks pengukuran pengungkapan CSR sehingga hasil pengungkapan CSR yang diteliti lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. 2014. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA* 2(1): 42-47.
- Ahmad, N. dan M. Sulaiman. 2004. Environmental Disclosure in Malaysian Annual Reports: A legitimacy Theory Perspective. *Internasional Journal of Commerce & Management* 14(1): 44-58.
- Anggraini, R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX Padang*. 23-26 Agustus: 1-21.
- Ardana, D. dan N. 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). Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Journal of Accounting* 1(1): 1-12.
- Brigham, E. F. dan J. F. Houston. 2013. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesebelas. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Dwipayadnya, P. A., N. L. P. Wiagustini., dan I. B. A. Purbawangsa. 2015. Kepemilikan Manajerial dan Leverage Sebagai Prediktor Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Buletin Study Ekonomi* 20(2): 150-157.
- Fahmi, I. 2012. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Herawaty, V. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*. 23-24 Juli.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Pertama. Cetakan 7. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kaur, B. 2015. Impact of Corporate Social Responsibility on the Performance of the Companies. *Journal for Studies in Management and Planning* 1(2): 192-195.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Universitas Syiah Kuala*. Pontianak.
- Nuzula, N. F. 2016. Analisis pelaporan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Induk dan Subsidiary Tahun 2014 (Studi pada Perusahaan Induk dan Subsidiary yang Terdaftar di BEI dan Menggunakan Pedoman GRI G-4). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 41(1): 1-8.
- Pratama, G. L., D. W. Hapsari, dan M. Muslih. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Universitas Telkom* 3(3): 3432-3438.
- Ratnadewi, P. A. dan I. G. K. A. Ulupui. 2016. Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. Bali. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udanaya* 14(1): 548-574.
- Rosiana, M. E., G. Juliarsa, dan M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi* 5(3): 723-738.
- Sari, R. A. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 5(3).
- Sudana, I. M. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Erlangga. Jakarta.

- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Edisi Pertama. Andi. Jakarta.
- Susan, A., H. Irwansyah, dan B. Oktaviani. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Akuntabel* 12(2): 110-131.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang *Perseroan Terbatas*. 20 Juli 2007. Jakarta.
- Untung, H. B. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan 2. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wardhani. 2013. Pengaruh CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI). *JCEAM* 12(1): 54-86.