

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Hesty Mey Lestari
hestymey@yahoo.com
Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out whether the profitability moderates the corporate social responsibility (CSR) to the firm value on banking companies which are listed in Indonesia Stock Exchange. This research is a quantitative research. The population is all banking companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2011-2014 periods. The sample collection technique has been done by using purposive sampling and 27 banking companies have been selected as samples. The data analysis technique has been done by using multiple regressions analysis and the hypothesis test is carried out by using SPSS 20 version. Based on the result of model feasibility test, it shows that the regressions models which have been generated is feasible and it can be used for further analysis. The measurement of corporate social responsibility variable has been carried out by using Corporate Social Responsibility Indeks (CSRI), the measurement of profitability has been done by using return on equity (ROE) and firm value has been done by using Tobin's Q. Based on the result of hypothesis test, it can be concluded that CSR (Corporate Social Responsibility) has positive influence to the firm value. Profitability as the moderating variable can influence the correlation of corporate social responsibility and firm value.

Keywords: CSR, profitability, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas memoderasi tanggung jawab social perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah semua perusahaan perbankan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 sampai 2014, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel sebanyak sebanyak 27 perusahaan perbankan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 20. Berdasar hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa model regresi yang dihasilkan baik (layak) dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Dalam penelitian ini pengukuran variabel CSR menggunakan *Corporate Social Responsibility Indeks (CSRI)*, variabel profitabilitas menggunakan *return on equity (ROE)* serta nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q*. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

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). Selain itu, naik turunnya nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh profitabilitas 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. Sehingga, beberapa penelitian menjadikan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Kecenderungan pelaksanaan *corporate social responsibility* dalam tujuan meningkatkan nilai perusahaan dipengaruhi oleh jenis industri yang dijalankan oleh perusahaan. Jenis industri dapat dibagi menjadi dua yaitu industri *high profile* dan industri *low profile*. Yao, et al. (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang termasuk dalam industri berkategori *high profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang termasuk dalam industri berkategori *low profile*. Sebuah perusahaan yang baik harus mampu mengontrol potensi finansial maupun potensi non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan (Yao, et al. 2011)

Indonesia tidak ketinggalan untuk menekankan penerapan CSR bagi perusahaan. Pada tanggal 20 Juli 2007, disahkan UU penerapan CSR yang dilaksanakan melalui peraturan pemerintah (PP). Ketentuan itu sudah ditetapkan dalam UU Perseroan Terbatas (PT), UU Investasi dan UU Minerba (Mineral dan Batubara). Peraturan baru ini ditanggapi dengan berbagai respon oleh dunia usaha Indonesia Suara kontra beralasan jika perusahaan dituntut melakukan aktivitas CSR, maka hal tersebut akan menambah biaya operasional, sementara jika tidak dilakukan, akan mendapat sanksi. Suara yang pro menyatakan memang sudah seharusnya perusahaan melakukan CSR sebagai kewajiban tanpa harus dibuatkan peraturan, seperti halnya di luar negeri. Hal ini memperlihatkan bahwa komunitas bisnis Indonesia masih belum yakin bahwa aktivitas CSR akan memberikan dampak positif bagi tujuan utama mereka, yaitu penciptaan kesejahteraan pemegang saham.

CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada masyarakat. Perkembangan CSR terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal itu termuat dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Utami, 2011). 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. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Rosiana, et al. (2013) perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah social dan lingkungan.

Nilai perusahaan dalam penelitian diukur menggunakan Tobin's Q karena informasi yang diberikan oleh Tobin's Q dinilai paling baik. Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan tidak terfokus pada investor dalam bentuk saham saja (Rosiana, et al. 2013). Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan

pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar aset yang lebih besar daripada nilai bukunya. Apabila nilai Q lebih kecil dari 1, berarti investasi dalam aktiva tidak menarik (Herawaty, 2008).

Profitabilitas dipilih sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini karena masih sedikit penelitian yang menggunakan profitabilitas sebagai variabel variabel yang diduga berpengaruh secara moderasi (memperkuat atau memperlemah) hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Calon investor dalam pengambilan keputusan investasi akan mempertimbangkan profitabilitas yang dicapai pada 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).

Penelitian ini mengacu pada penelitian Kusumadilaga (2010), Rosiana, *et al.* (2013), Saedah (2015) yang meneliti pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating, sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali apakah profitabilitas memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Paradigma ini didukung dengan adanya *political theory*, *signaling theory*, *legitimacy theory*, dan *stakeholder theory*. Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil penelitian serupa yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dan perbedaan penjelasan teori hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, selain bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, juga bertujuan untuk mengetahui apakah profitabilitas sebagai variabel moderasi memiliki hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

Objek penelitian yang digunakan difokuskan pada perusahaan manufaktur, karena sektor manufaktur merupakan sektor terbesar dibandingkan sektor-sektor lainnya. mayoritas perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia sekitar 30%. Adanya sub sektor industri di dalam sektor manufaktur yang hamper menguasai pasar modal, sehingga dapat memudahkan dalam melihat efek pasar modal secara keseluruhan (Aristantia dan Putra, 2015). Berdasar latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalah yang dikemukakan adalah apakah profitabilitas memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan?. Tujuan penelitian adalah untuk menguji profitabilitas memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus mampu memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007). *Stakeholder* dapat dikelompokkan menjadi 2 (dua) yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. Yang termasuk *stakeholder* primer adalah *shareholder*, pemilik, investor, karyawan maupun konsume. Sedangkan yang termasuk *stakeholder* sekunder adalah pemerintah, masyarakat umum dan lingkungan. Pengungkapan CSR ini penting karena para *stakeholder* perlu mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham (Rustiarini, 2010).

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun

tidak langsung oleh perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder*. Teori *stakeholder* jika ditarik interkoneksi dengan teori legitimasi yang mengisyaratkan bahwa perusahaan hendaknya mengurangi *expectation gap* dengan masyarakat (*public*) sekitar guna meningkatkan legitimasi (pengakuan) masyarakat yang ternyata saling terkait. Untuk itu, perusahaan hendaknya menjaga reputasinya, yaitu dengan menggeser pola orientasi (tujuan) yang semula semata-mata diukur dengan *economic measurement* yang cenderung *shareholder orientation*, kearah memperhitungkan faktor sosial (*social factors*) sebagai wujud kepedulian dan keberpihakan terhadap masalah sosial kemasyarakatan (*stakeholder orientation*).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Pada dasarnya, CSR merupakan sebuah konsep tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Secara teoretik, CSR dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya, terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. CSR berusaha memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya. Definisi CSR dalam ISO 2600 adalah *responsibility of an organization for the impact of its decisional and activities on society and the environment through transparent and ethical behaviour that is consistent with sustainable development and welfare of society; takes into account the expectation of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent international norms of behavior; and is integrated throughout the organization (www.csrindonesia.com)*.

Berdasarkan konsep ISO 2600, penerapan tanggung jawab sosial perusahaan hendaknya terintegrasi pada seluruh aktivitas organisasi yang mencakup isu-isu pokok berikut ini: (1) Pengembangan masyarakat; (2) Konsumen; (3) Praktik kegiatan institusi yang sehat; (4) Lingkungan; (5) Ketenagakerjaan; (6) Hak Asasi Manusia; (7) *Organizational Governance*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial adalah proses pengkomunikasin efek-efek sosial dan lingkungan atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan (Waryanti, 2009). Dengan mengungkapakan informasi-informasi mengenai operasi perusahaan sehubungan dengan lingkungan diharapkan perusahaan bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa dalam melaksanakan aktivitasnya, perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan semata melainkan perusahaan juga memperhatikan dampak yang ditimbulkan terhadap lingkungan. Waryanti, (2009) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dalam setiap aspek kegiatan operasinya.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Profitabilitas menggambarkan pendapatan yang dimiliki perusahaan untuk membiayai investasi. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi investor. Profitabilitas merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan struktur modal perusahaan. Hal ini dikarenakan

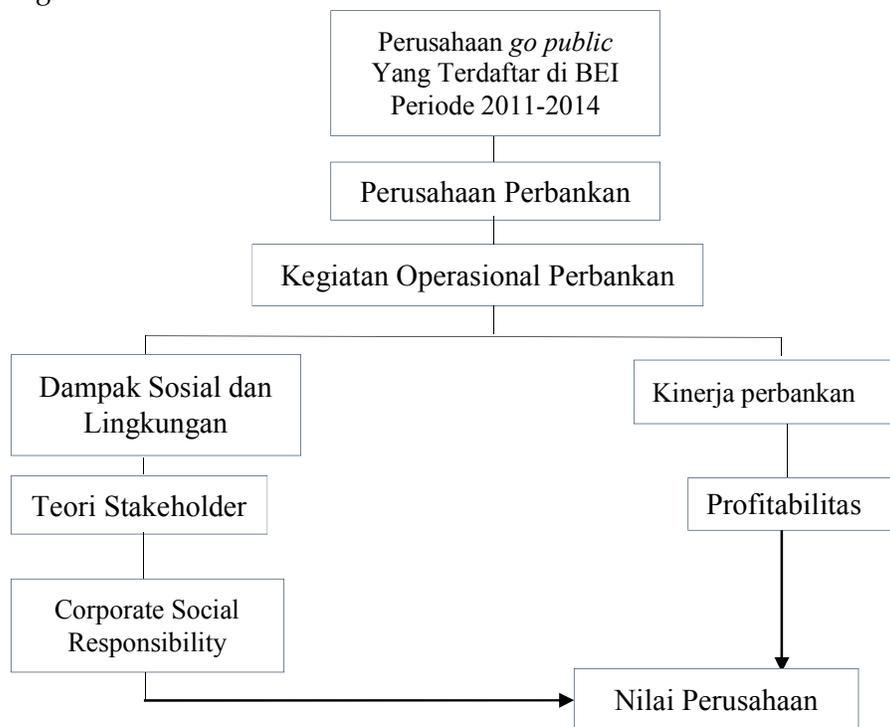
perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung menggunakan hutang yang relatif kecil karena laba ditahan yang tinggi sudah memadai untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan. Menurut Weston (1997) (dalam Purba, 2011:23) perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang relatif kecil karena tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar pendanaan internal. Dengan laba ditahan yang besar, perusahaan akan menggunakan laba ditahan sebelum memutuskan untuk menggunakan hutang.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan dapat dinilai dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dan dari segi perubahan harga saham. Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan karena dapat mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki perusahaan tersebut Wahyudi dan Pawesti (dalam Pamungkas, 2012). Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidahwati, 2002). Apabila perusahaan dinilai kurang memiliki prospek maka harga saham menjadi rendah (Mardiyah, *et al.* 2012). Nilai perusahaan dapat diukur dengan *market value ratio*. *Market value ratio* adalah rasio yang menunjukkan hubungan antaraharga saham perusahaan dengan laba dan nilai buku perusahaan, dimana melalui rasio ini, manajemen dapat mengetahui bagaimana tanggapan investor terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Bangun dan Wati, 2007).

Rerangka Pemikiran

Berdasarkan atas tinjauan teoritis diatas maka dapat digambarkan rerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan dan Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan

Pertanggung jawaban sosial perusahaan dapat diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting* (laporan keberkelanjutan). CSR dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang di buat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama segenap unsur yang ada dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya, tanpa adanya komitmen dan dukungan penuh antusias karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan program penebusan dosa dari pemegang saham belaka, dengan melibatkan keryawan secara intensif maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan. Berdasarkan teori signal (*signalling theory*), manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berupaya menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009).

Pelaksanaan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan, karena kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu menaikkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Hubungan CSR Dengan Nilai Perusahaan

Pedoman Umum *good Corporate Governance* Indonesia menyatakan bahwa salah satu tujuan pelaksanaan *good corporate governance* adalah mendorong timbulnya kesadaran dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan sehingga dapat terpelihara kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Implementasi CSR merupakan salah satu wujud pelaksanaan prinsip *good corporate governance*.

Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen (*dividend payout*) akan semakin menghemat biaya modal, disisi lain para manajer (*insider*) akan meningkatkan povernya bahkan bisa meningkatkan kepemilikannya akibat penerimaan dividen sebagai hasil keuntungan yang tinggi

Tanggung jawab perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan dalam memperbaiki tatanan ekonomi, sosial, dan lingkungan maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Berdasarkan teori RBV (*resource based view of the firm*) adalah memaksimalkan profit. Russo dan Fouts (1997) menguji teori ini secara empiris menggunakan data tingkat perusahaan dalam profitabilitas akuntansi dan lingkungan dan menemukan bahwa perusahaan dengan tingkatan lebih tinggi dalam kinerja lingkungan memiliki kinerja finansial superior, dimana mereka menginterpretasikan konsistensi dengan teori RBV. Anggarini (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar informasi sosial yang dilakukan perusahaan. sehingga dapat disimpulkan bahwa, *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Dahli dan Siregar (2008) mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab

sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif jangka panjang yang tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan penjelasan di atas maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif (*quantitative research*), yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014:74). Populasi pada penelitian ini adalah semua perusahaan perbankan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 sampai 2014 serta menerbitkan laporan keuangan per 31 Desember untuk tahun buku 2011 sampai 2014 sebanyak 27 perusahaan perbankan, mengingat jumlah populasi yang tidak terlalu besar, maka sampel yang digunakan adalah sejumlah semua populasi (*sensus*).

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2014:81) adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2011-2014 sebanyak 27, maka diputuskan bahwa perusahaan perbankan akan dijadikan sampel penelitian. Penelitian yang menggunakan seluruh populasi sebagai sampel penelitian disebut juga sebagai sampel jenuh atau disebut juga dengan *sensus* (Arikunto, 2012:115).

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu tersedia di laporan keuangan perusahaan perbankan tahun 2011-2014 yang diperoleh dari beberapa situs resmi BEI (www.idx.co.id) dan *Fact Book*. Teknik pengumpulan data melalui sumber data sekunder, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memanfaatkan laporan keuangan perusahaan perbankan yang diperoleh dari BEI (www.idx.co.id), *Fact Book*, maupun Galeri Pojok Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: 1) Variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), 2) Variabel dependen adalah nilai perusahaan (Q), 3). Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini profitabilitas (ROE) digunakan sebagai variabel moderating. Definisi operasional sebagai berikut: (a) profitabilitas, (b) nilai perusahaan dan (c) pengungkapan tanggung jawab sosial.

Profitabilitas (Pro) adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba yang berkaitan dengan hasil penjualan dan penggunaan sumber-sumber yang ada pada 27 (duapuluh tujuh) perusahaan perbankan periode 2011-2014. Pengukuran profitabilitas berdasarkan *return on equity* dengan rumus:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih sebelum pajak}}{\text{Total Modal}}$$

Nilai perusahaan dapat dilihat dari segi analisis laporan keuangan berupa rasio keuangan dari segi perubahan harga saham. Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan Tobin's Q. Variabel ini telah digunakan oleh Nurlela dan Islahudin (2008) dan Rustiarini (2010). Tobin's Q dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Q = \frac{(MVE + DEBT)}{(TA)}$$

Dimana: Q :Nilai Perusahaan, MVE :Nilai pasar ekuitas ($MVE = \text{Closing price} \times \text{jumlah saham yang beredar}$), DEBT :Total hutang perusahaan, TA: Total aktiva,

CSR dalam *sustainability report*. Pengungkapan tanggung jawab sosial diukur dengan proksi *Corporate Social Responsibility Indeks* (CSRI) berdasarkan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI). CSRI dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan dengan jumlah pengungkapan yang disyaratkan dalam GRI G3 yang meliputi 79 item pengungkapan. GRI terbagi dalam beberapa kategori pengungkapan yang meliputi ekonomi, lingkungan, praktik kerja, hak asasi manusia, sosial dan tanggung jawab terhadap produk. Pengukuran CSRI menggunakan metode *content analysis*, yaitu sebuah metode pengkodifikasian sebuah teks (isi) dari sebagian tulisan ke dalam berbagai kelompok atau kategori berdasarkan pada kriteria tertentu (Webber, 1998 dalam Ratnasari, 2011:77). Metode perhitungan CSRI menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan diberi nilai 0 jika tidak diungkapkan. Langkah selanjutnya setelah pemberian skor adalah menjumlahkan setiap item yang diungkapkan oleh perusahaan dan membaginya dengan jumlah pengungkapan menurut GRI. Perhitungan CSRI dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\text{Jumlah item yang diungkap}}{79}$$

Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data sehingga menjadikan sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah untuk dipahami, yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), median, modus, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum. Secara umum bidang studi statistik deskriptif adalah: pertama, menyajikan data dalam bentuk tabel dan grafik; kedua, meringkas dan menjelaskan distribusi data dalam bentuk tendensi sentral, variasi dan bentuk (Kuncoro, 2008:30). Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel. Uji Statistik deskriptif tersebut dilakukan dengan program SPSS 20.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas menggunakan uji statistik, yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan uji *1-sample*. Jika didapatkan angka signifikan jauh diatas 0,05 yang berarti nilai residual terdistribusi secara normal atau memenuhi asumsi klasik, yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Dimana uji ini dihitung dengan menggunakan alat bantu komputer dengan menggunakan program SPSS 20.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Deteksi multikolinearitas dapat di deteksi dari output SPSS pada tabel *Coefficients* dengan suatu model (Ghozali, 2011:106). Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* (TOL) tidak kurang dari 0,1, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinearitas $VIF = 1/Tolerance$, jika $VIF = 10$ maka $Tolerance = 1/10 = 0,1$. Semakin tinggi VIF maka semakin rendah *Tolerance*.

Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya).

Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Menurut Ghozali (2011:110) model regresi yang baik adalah regresi bebas dari autokorelasi. Salah satu metode yang digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah menggunakan uji Durbin-Waston. Dimana uji ini dihitung dengan menggunakan alat bantu SPSS.

Uji Heterokedastisitas

Deteksi adanya heteroskedastisitas yaitu: Deteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik; dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual dari (Y prediksi-Y sebelumnya) yang telah di *studentized*. Dasar dalam pengambilan keputusan: 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas, 2) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis regresi linier berganda

Bentuk persamaan regresi linier berganda (*multiple regression analysis*):

$$Q = \alpha + \beta_1 \text{CSR} + \beta_2 \text{CSR} * \text{ROE} + e$$

Uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali, 2011). Variabel perkalian antara CSR dan Profitabilitas merupakan variabel moderating oleh karena menggambarkan pengaruh moderating variabel Profitabilitas (ROA) terhadap hubungan CSR dan Nilai Perusahaan (Q).

Uji Kelayakan Model

Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Interpretasi: 1) Jika R^2 mendekati 1 (semakin besar nilai R^2), menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin kuat, maka model dikatakan layak, 2) Jika R^2 mendekati 0 (semakin kecil nilai R^2), menunjukkan bahwa sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan semakin lemah, maka model dikatakan kurang layak.

Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98). Kriteria pengujian: 1) P-value < 0.05 menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian, 2) P-value > 0.05 menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian.

Pengujian Hipotesis

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011:98), Kriteria pengujian: 1). Jika t-hitung < t-tabel, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak), 2) Jika t-hitung > t-tabel, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

PEMBAHASAN

Deskripsi Statistik

Berikut ini disajikan statistik deskriptif hasil perhitungan SPSS yang tersaji dalam Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Tobin's Q	108	.07	15.79	1.7107	3.19810
ROE	108	.01	.55	.1333	.10889
CSR	108	.04	.54	.2330	.13317

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Nilai perusahaan (Tobin's Q) berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pada 108 data observasi yang digunakan adalah rata-rata sebesar 1,7107 dan mempunyai deviasi standar atau tingkat penyimpangan sebesar 3,19810. Tobin's Q yang bernilai lebih dari 1 mempunyai arti bahwa perusahaan menghasilkan *earning* dengan tingkat *return* yang sesuai dengan harga perolehan aset-asetnya.

Return on equity (ROE) berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pada 108 data observasi yang digunakan adalah rata-rata sebesar 0,1333 dan mempunyai deviasi standar atau tingkat penyimpangan sebesar 0,10889. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menjadi sampel memiliki rasio profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan besarnya laba yang diperoleh oleh perusahaan. Dengan demikian tingkat profitabilitas perusahaan dapat dikatakan efisien karena diukur dengan *return on equity* dikatakan baik apabila *return on equity* di atas 10%.

CSR (*Corporate Social Responsibility*) berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pada 108 data observasi yang digunakan adalah rata-rata sebesar sebesar 0,2330 dan mempunyai deviasi standar atau tingkat penyimpangan sebesar 0,13317. Semakin banyak butir yang diungkap oleh perusahaan. Perusahaan dengan angka indeks yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut melakukan praktek pengungkapan secara lebih komprehensif relatif dibandingkan perusahaan lain.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berdasar hasil uji normalitas dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	1.7107
	Std. Deviation	3.19810
Most Extreme Differences	Absolute	.363
	Positive	.363
	Negative	-.314
Kolmogorov-Smirnov Z		3.767
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasar pada tabel 2 nilai K-S sebesar 3,775 dan sig 0,000 hal ini menunjukkan data tersebut terdistribusi tidak normal. Untuk menormalkan data yang berdistribusi tidak normal, maka dilakukan tranformasi data menjadi bentuk logaritma natural (Ln) (Ghozali, 2011). Hasil transformasi data didapatkan data yang normal sebanyak 87, dimana sebanyak 21 data observasi terjadi *oulier* (data kurang layak) akibat pengubahan data yang ter transformasi ke bentuk logaritma natural (Ln).

Tabel 3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
Setelah Transformasi Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0930
	Std. Deviation	.91721
	Absolute	.177
Most Extreme Differences	Positive	.177
	Negative	-.170
Kolmogorov-Smirnov Z		1.838
Asymp. Sig. (2-tailed)		.102

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasar pada table 3 dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,102 > 0,050, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut telah berdistribusi normal sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasar hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil yang tersaji pada tabel 4.

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.424	.628		.675	.501
1 CSR	.636	.523	.110	1.215	.227
CSR*ROE	.244	.239	.104	1.021	.246

a. Dependent Variable: Abs-Res

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Dari hasil Uji Glejser sebagaimana yang tersaji pada Tabel 4 dapat dikatakan tidak mengandung heteroskedastisitas, jadi dapat disimpulkan bahwa data residual tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Nilai Durbin-Watson (DW) dari hasil perhitungan regresi disajikan dalam tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.253 ^a	17.750	2	108	.000	1.875

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

b. Dependent Variable: Tobin's Q

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Pengujian menggunakan uji Durbin Watson yang hasilnya ditunjukkan pada tabel 6 sebagai berikut. Nilai DW sebesar 1,875, nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan signifikansi 5%. Untuk jumlah sampel $n = 108$, nilai $dl = 1,634$ dan $du = 1,715$. Oleh karena nilai DW $1,875 > 1,634$ (dl) dan $< 2,285$ ($4 - 1,715$) (du), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Hasil perhitungan statistik nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance* tersaji pada Tabel 6.

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	.972	1.028
	CSR*ROE	.972	1.028

a. Dependent Variable: Tobin's Q

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasar Tabel 6 menunjukkan tidak adanya problem multiko dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut disajikan dalam Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1.558	.301			5.170	.000
1 lnCSR	.621	.157	.380		3.961	.000
lnCSR*ROE	.286	.095	.288		3.003	.004

a. Dependent Variable: lnTobin's Q

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin'Q} = 1,558 + 0,621\text{CSR} + 0,286\text{CSR*ROE}$$

Pengujian Goodness of Fit

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Hasil perhitungan koefisien determinasi untuk CSR. CSR*ROE terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q) dapat dilihat pada tabel 8 berikut:

Tabel 8
Nilai Adjusted R-Square
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 ^a	.289	.272	.81849

a. Predictors: (Constant), LnCSR, LnCSR*ROE

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Tampilan output SPSS pada Tabel 8 menunjukkan besarnya adjusted R² sebesar 0,289, hal ini berarti 28,9% variasi Tobin's Q yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel CSR, dan Moderasi ROE. Sedang sisanya 71,1% dijelaskan oleh variable lain diluar model penelitian yang digunakan.

Uji Statistik F

Hasil perhitungan uji statistik F dapat dilihat pada tabel 9 berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22.908	2	11.454	17.097	.000 ^b
Residual	56.273	84	.670		
Total	79.181	86			

a. Dependent Variable: LnTobin's Q

b. Predictors: (Constant), LnCSR, LnCSR*ROE

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Hasil uji statistik F menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 17,097 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, karena probabilitas signifikansi jauh lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga simpulannya model regresi yang digunakan dalam penelitian layak untuk digunakan pada penelitian. Dengan demikian model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Tobin's Q. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Frihatni (2014), Saedah (2015), Rosiana, *et al.* (2013) dan Kusumadilaga (2010).

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Dari hasil pengujian uji t dengan menggunakan SPSS didapat hasil seperti yang tersaji pada Tabel 10 berikut ini:

Tabel 10
Hasil Perhitungan Uji t

Variabel	t _{hitung}	Sig	(α)	Keterangan
CSR	3.961	.000	0,05	Berpengaruh positif
CSR*ROE	3.003	.004	0,05	Berpengaruh positif

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2015

Berdasar Tabel 10 diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengujian pengaruh CSR menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,000, nilai signifikansi tersebut $< 0,05$ maka H_1 diterima. Ini berarti menandakan bahwa ada pengaruh parsial dalam CSR. Semakin besar CSR, maka akan semakin besar meningkatkan nilai perusahaan. Dengan kata lain CSR mampu berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Artinya investor merespon atas pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Kusumadilaga (2010), Frihatni (2014), Utami (2011) dan Rosiana, *et al.* (2013) yang menyimpulkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Sedangkan hasil penelitian Saedah (2015) menyimpulkan pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

Hipotesis kedua penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA), diperoleh nilai t-hitung untuk variabel moderasi diketahui sebesar 3,003 dengan signifikansi sebesar 0,004 karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka variabel profitabilitas mampu mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan (Tobin's Q). Hasil ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* mampu meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dengan demikian H_2 diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Frihatni (2014), Saedah (2015), Utami (2011), dan Rosiana, *et al.* (2013) yang menyimpulkan profitabilitas sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian Kusumadilaga (2010) yang menyimpulkan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Hal ini dimungkinkan terdapat perbedaan luas pengungkapan CSR periode sebelum dan sesudah berlakunya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Interpretasi

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Sesuai dengan teori stakeholder perusahaan harus peduli terhadap lingkungan sekitarnya, karena dengan hal tersebut dapat menjaga eksistensi perusahaan dan keberlangsungan kegiatan perusahaan dimasa mendatang dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan CSR diatur dalam Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dimana, pengungkapan CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian ini maka kewajiban yang tertuang dalam undang-undang tersebut telah dipenuhi oleh perusahaan manufaktur di Indonesia. Dengan terpenuhinya kewajiban tersebut maka investor-investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan yang akan mengakibatkan harga pasar saham akan semakin membaik (Anggitasari dan Mutmainah, 2012)

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan di sekitar perusahaan, karena besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Teori ini juga berpendapat bahwa dengan menyesuaikan pada berbagai kepentingan *stakeholder*, maka akan menimbulkan kepuasan kepada mereka. Kepuasan *stakeholder* dapat dicapai dengan berbagai cara, salah satunya adalah peningkatan tanggungjawab sosial yang berkelanjutan.

Desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Strategi perusahaan seperti CSR dapat dilakukan untuk memberikan *image* perusahaan yang baik kepada pihak eksternal. Perusahaan dapat memaksimalkan modal pemegang saham, reputasi perusahaan, dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan dengan menerapkan CSR. Telah disebutkan dalam UU bahwa perusahaan yang aktivitasnya berhubungan dengan lingkungan alam wajib menerapkan CSR. Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Rahayu, 2010).

Menurut Haniffa *et al* (dalam Sayekti dan Wondabio, 2007), jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dapat dianggap sebagai menyamakan persepsi atau asumsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas adalah merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham (Almilia dan Wijayanto, 2007). Rustiarini (2010) menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR, mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya. Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun *image* yang baik di mata para stakeholder karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan (Rahayu, 2010).

Pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan CSR dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Dengan kata lain *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya CSR dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Berpengaruhnya profitabilitas di dalam hubungan antar CSR dengan nilai perusahaan disebabkan karena rata-rata perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012 tidak tergolong ekonomis/pelit yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi, dengan CSR yang tinggi pula. Hal ini sesuai dengan teori teori RBV (*resource based view of the firm*) adalah memaksimalkan profit. Russo dan Fouts (1997) menguji teori ini secara empiris menggunakan data tingkat perusahaan dalam profitabilitas akuntansi dan lingkungan dan menemukan bahwa perusahaan dengan tingkatan lebih tinggi dalam kinerja lingkungan memiliki kinerja finansial superior, dimana mereka menginterpretasikan konsistensi dengan teori RBV. Anggarini (2006) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar informasi sosial yang dilakukan perusahaan. sehingga dapat disimpulkan bahwa, *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan

pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Dahli dan Siregar (2008) mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif jangka panjang yang tercermin pada keuntungan perusahaan (*profit*) dan peningkatan kinerja keuangan. Berdasarkan teori legitimasi (*legitimacy theory*) mengharuskan perusahaan *bertindak responsive* terhadap lingkungan dimana mereka beroperasi. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumadilaga, (2010) Nurlela dan Islahuddin (2008), dan Corrina (2010) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR dan Nilai perusahaan. hal ini disebabkan oleh banyak perusahaan manufaktur di tahun 2008 yang tergolong perusahaan ekonomis/pelit, yaitu perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah (Suharto, 2007).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang berkaitan dengan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut: 1) Tujuan penelitian adalah untuk menguji profitabilitas memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, 2) Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah semua perusahaan perbankan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2011 sampai 2014, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga didapatkan sampel sebanyak sebanyak 27 perusahaan perbankan, 3) Dalam penelitian ini pengukuran variabel CSR menggunakan *Corporate Social Responsibility Indeks (CSRI)*, variabel profitabilitas menggunakan ROE serta nilai perusahaan menggunakan Tobin's Q, 4) CSR (*Corporate Social responsibility*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderasi dapat mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti berikutnya agar mendapatkan hasil yang lebih baik lagi. Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel bebas dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini hanya menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungannya terhadap CSR dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang menjadi sampel penelitian hanya dari perusahaan perbankan yang berjumlah 27 dengan tahun pengamatan 2011-2014. Data yang digunakan dalam informasi tanggung jawab sosial terbatas pada laporan tahunan saja. Data yang diolah terjadi outlier sebanyak 21 data.

Saran

Untuk para investor diharapkan juga mempertimbangkan analisis pada sektor makro ekonomi dan analisis teknikal selain analisis fundamental perusahaan, karena dimungkinkan terdapat andil pengaruh dalam penentuan kebijakan analisis perusahaan. Bagi Pemerintah, sehubungan dengan peraturan perundang - undangan No. No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mengenai pengaturan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) perusahaan, diharapkan bahwa kedepannya agar memberikan kriteria pengungkapan tanggung jawab sosial yang jelas dan sesuai dengan kondisi dan realita yang ada di lingkungan sosial masyarakat yang ada di Indonesia.

Bagi manajemen perusahaan diharapkan lebih terbuka mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunannya. Ada empat manfaat yang diperoleh bagi perusahaan dengan mengimplementasikan CSR. Pertama, keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan dan perusahaan mendapatkan citra (*image*) yang positif dari masyarakat luas. Kedua, perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap capital (modal). Ketiga, perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (*human resources*) yang berkualitas. Keempat, perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (*critical decision making*) dan mempermudah pengelolaan manajemen risiko (*risk management*).

Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang serta penambahan populasi sampel perusahaan sehingga akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh kondisi yang sebenarnya dan hasil yang diperoleh dapat merefleksikan kebijakan manajemen perusahaan secara historika. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan tidak menggunakan perusahaan perbankan sebagai obyek dalam penelitiannya, agar tidak terjadi data outlier yang menyebabkan hasil tidak normal.

DAFTAR PUSTAKA

- Almilia, L.S. dan D. Wijayanto. 2007. Pengaruh Environmental Performance dan Environmental Disclosure terhadap Economic Performance, The Accounting Conference, *Academy of Management Journal*. Vol. 23(1): 47-56
- Anggitasari, N. dan S. Mutmainah. 2012. Pengaruh kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Struktur Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 1(2): 41-59.
- Anggraini, R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Arikunto, S. 2012. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktis*, Edisi Revisi Rineka Cipta. Jakarta.
- Aristantia, D. dan I. M. P. D. Putra. 2015. Investment Opportunity Set dan Fee Cash Flow Pada Tingkat Pembayaran Dividen Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 11(1): 220-234.
- Bangun, N. dan S. Wati. 2007. Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Perdagangan, Jasa dan Investasi yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Akuntansi*. No 2: 107-120.
- Corrina, E. 2010. Tanggung Jawab Sosial dan Profitabilitas Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Dahli, L. dan V. S. Siregar. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006). *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Frihatni, A. A. 2014. Efek Moderasi Profitabilitas Terhadap Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Hasanuddin. Makassar.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Edisi Kelima. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____ dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Halim, J. J. 2013. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Dividen Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Sektor Industri Barang Konsumsi Periode 2008-2011. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*. Vol. 2(2): 1-19.

- Herawati, V. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
<http://www.csrindonesia.com> tentang CSR Dalam ISO 2600. diakses tanggal 7 Agustus 2015 jam 07.35 WIB.
<http://www.idx.co.id> tentang Perusahaan Food and Beverages diakses tanggal 7 Agustus 2015 jam 07.29 WIB.
- Jensen, M. dan W. Meckling. 1976. Theory of The firm: Managerial Bwhaviour, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. Vol 3: 305-306.
- Kuncoro, M. 2008. *Metode Kuantitatif*. Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN. Yogyakarta.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia) *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mardiyati, U., G. N. Ahmad, dan R. Putri. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2005-2010. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3(1): 1-17.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Purwokerto.
- Octavia, I. 2012. Pengaruh Pengungkapan Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Pamungkas, D. T. 2012. Pengaruh *Earnings Management* Terhadap nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi. *Tesis*. Program Pasca Sarjana. Universitas Diponegoro Semarang
- Purba. L. J. R. 2011. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Kebijakan Hutang (Studi Kasus Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2009). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rahayu, S. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan GCG sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Ratnasari, Y. 2011. Pengaruh Corporate Governance terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report. *Jurnal*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rosiana, G. A. M. E., G. Juliarsa., dan M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 5(3): 723-738.
- Russo, M. V. dan P. A. Fouts. 1997. A Resource-Based Perspective On Corporate Environmental Performance and Profitability. *Academy of Management Journal*. Vol. 40(3): 111-120
- Rustiarini, N.W. 2010. Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaanan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Palangkaraya.
- Saedah, Z. 2015. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013). *Skripsi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Solo.

- Sari, R. F. 2012. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Set Kesempatan Investasi terhadap Kebijakan Dividen. *Skripsi*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Sayekti, Y dan L. S. Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure Terhadap ERC. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makassar.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *SNA VIII*. Solo.
- Sugiarto. 2009. Hubungan antara Kepemilikan Manajerial, Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), dan Tobin's Q dengan Good Corporate Governance pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Tesis*. Program Studi Magister Manajemen. Universitas Indonesia. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. Metode Penelitian *Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta Bandung.
- Suharto, E. 2007. Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate. *Academy of Management Journal*. Vol. 11(3): 23-31
- Utami, A. S. 2011. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Jember. Jember.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. Tentang Perseroan Terbatas.
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif *Theory-Agency*. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 5 (1): 1-16.
- Waryanti, 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Yao, S., W. Jianling, dan L. Song. 2011. Determinants of Social Responsibility Disclosure by Chinese Firms. *Discussion Paper 72*. The University of Nottingham. England.