**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN SOSIAL PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

***VINA SILFYANNIE***

***MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS DIPONEGORO***

---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**ABSTRACT**

The main objective of the company is to survive in the stringent competitive business industry. All competing to attract investors by keeping the firm value. Earnings being one of the pull factors investors. Profitability ratio is an important role in relation to the firm value. The company also seeks to make social responsibility that would have a positive impact on the firm value.

The purpose of this study was to determine the effect of profitability on firm value with social responsibility disclosure as an intervening variable. The sample used in this study were 70 companies listed on the Indonesia Stock Exchange and disclose their social responsibility in the annual report 2012. This study uses regression analysis and path analysis also Sobel test to examine the effect of intervening.

The results of data processing show that the profitability have positive effect on the social responsibility disclosure. Similarly, the test of profitability and social responsibility disclosure has a positive effect on firm value. While the results of path analysis and Sobel test showed that the profitability can directly affect to the firm value and indirectly affect through social responsibility disclosure.

Keywords: Profitability, CSR, firm value, ROE, path analysis, Sobel test

**PENDAHULUAN**

* + 1. **Latar Belakang Masalah**

Perusahaan di saat ini berusaha untuk mempertahankan keungulan bisnisnya agar dapat bersaing di pasar global dengan meningkatkan nilai perusahaan. Mengoptimalkan nilai perusahaan dapat dicapai salah satunya dengan pelaksanaan fungsi manajemen keuangan. Dimana setiap keputusan keuangan yang diambil dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas dianggap sebagai rasio penting yang berperan bagi investor untuk memberikan penilaian keputusan untuk berinvestasi. Menuju pendewasaannya, perusahaan tidak hanya menganggap bahwa laporan yang bersifat keuangan saja yang penting, namun laporan non keuangan juga perlu untuk diperhatikan yaitu laporan pengungkapan sosial dan lingkungan.

 Lingkungan merupakan sumber daya yang penting dan tak tergantikan keberadaannya. Hal ini menjadikan kelestarian lingkungan sebagai fokus perhatian masyarakat. Lingkungan juga merupakan salah satu faktor penyokong aktivitas perusahaan. Dalam melakukan aktivitas operasional, interaksi langsung yang terjadi dapat saja menimbulkan permasalahan sosial dan lingkungan sehingga dapat mempengaruhi reputasi perusahan di mata masyarakat. Reputasi ini penting karena dengan reputasi baik akan menambah nilai perusahaan yang akan diikuti pula dengan semakin tinggi kemakmuran pemegang saham.

Orientasi perusahaan yang lebih fokus pada perolehan laba untuk kepentingan pemilik modal sehingga terkadang cenderung melakukan eksploitasi sumber daya alam dan manusia. Di Indonesia, beberapa perusahaan besar yang menimbulkan dampak sosial yang besar karena proses produksinya. Apabila perusahaan lebih memperhatikan dari segi tanggung jawab sosialnya, maka masalah tersebut diatas dapat dikurangi bahkan dicegah. Perusahaan juga akan mendapat poin tambahan dengan melakukan tanggung jawab sosial dengan baik yaitu meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini penelitian mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mampu menjadi variabel intervening kinerja keuangan yang diwakili oleh profitabilias terhadap nilai perusahaan. **TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL**

**2.1 Definisi Variabel**

**2.1.1 Definisi Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari sejumlah kebijakan dan keputusan perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham atau investor.

Husnan, 1998 menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio keuangan yang menghubungkan laba dengan penjualan investasi pada perusahaan. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini memberikan tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.

Adapun beberapa jenis rasio yang lazim digunakan adalah:

1. *Profit Margin on Sales*, perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.
2. *Return on Investment*, rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.
3. *Return on Equity* atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
4. *Return on Asets*, ukuran keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba dengan aktiva yang tersedia.
5. *Earning per Share of Common Stock*, rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencari keuntungan bagi pemegang saham meningkat.

**2.1.2 Definisi Corporate Social Responsibility (CSR)**

Ebert (2003) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmen-komitmennya terhadap kelompok-kelompok dan individual-individual dalam lingkungan perusahaan tersebut, termasuk didalamnya adalah pelanggan, perusahaan-perusahaan lain, para karyawan, dan investor. CSR memberikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab di bidang hukum (Darwin, 2004).

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya (Anggraini, 2006).

Inti konsep CSR ditemukan dalam konsep *triple bottom line* dari Elkington (1997) melalui istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice* atau yang dikenal dengan konsep 3P (*Profit, People, Planet*). Konsep *triple bottom line* menyatakan apabila perusahaan ingin berkelanjutan dalam usahanya maka tidak hanya mengutamakan *profit*, tetapi juga memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

**2.1.3 Definisi Nilai Perusahaan**

Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Menurut Husnan (1998) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli diartikan sebagai harga pasar atas perusahaan itu sendiri. Di bursa saham, harga pasar yang berarti harga yang bersedia dibayar oleh para investor untuk setiap lembar saham perusahaan. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan tinggi dan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham.

Nilai perusahaan atau *firm value* merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang juga merupakan salah satu tujuan perusahaan. Nilai perusahaan diyakini tidak hanya mencerminkan kinerja yang akan datang tetapi juga mengembangkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Hadi dan Sabeni, 2002).

**2.2 Landasan Teori**

**2.2.1 *Agency* *Theory* (Teori Agensi)**

Hubungan keagenan sebagai salah satu kontrak jasa antara satu atau lebih pihak (*principal*) memperkerjakan orang lain (*agent*) untuk melakukan suatu jasa bagi kepentingan mereka yang meliputi pendelegasian beberapa kekuasaan pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Yuliani (2003) menggunakan asumsi sifat dasar manusia untuk menjelaskan tentang teori agensi, yaitu: (1) manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa depan (*bounded rationality*), (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*).

Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut, manajer akan berkemungkinan bertindak *opportunistic*, oleh karena itu akan muncul konflik kepentingan dalam hubungan keagenan. Dan hal inilah yang berpengaruh terhadap karakteristik perusahaan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

Perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitas operasionalnya, memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. 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.

**2.2.2 *Signaling Theory* (Teori Sinyal)**

Berdasar teori sinyal manajer yang memiliki informasi bagus tentang perusahaan berusaha menyampaikan informasi tersebut kepada investor luar agar saham perusahaan meningkat (Sugiarto, 2009). Teori sinyal menjelaskan alasan perusahaan menyajikan informasi dan bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal-sinyal pada pengguna laporan keuangan.

*Signaling theory* dalam penelitian ini digunakan sebagai dasar pemikiran yang menjelaskan hubungan variabel profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan. Kebijakan manajemen yang menyampaikan informasi tentang kinerja perusahaan diharapkan dapat menjadi sinyal positif terhadap *return* dari suatu investasi yang ditangkap oleh investor. Hal tersebut akan mempengaruhi nilai perusahaan dan mendorong investor untuk melakukan investasi.

**2.3 Profitabilitas dan Nilai Perusahaan**

Sebagai investor bila akan melakukan *overview* suatu perusahaan akan melihat profitabilitas perusahaan. Dengan melihat profitabilitas dapat menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor. Perusahaan berupaya untuk mendapatkan laba semaksimal mungkin, karena laba merupakan salah satu indikator utama bagi keberhasilan perusahaan.

Bila harga saham dan jumlah saham beredar naik, maka nilai Tobin’s Q juga meningkat. Sejalan dengan teori sinyal bahwa semakin tinggi profitabilitas akan menjadi sinyal positif yang akan direspon calon investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan sehingga nilai perusahaan akan meningkat pula. Sejalan dengan hasil penelitian Ulupui (2007) dan Wirakusuma (2009) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Berdasar teori diatas maka diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

**2.4 Profitabilitas dan Pengungkapan tanggung jawab sosial**

Hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi postulat untuk mencerminkan gambaran bahwa reaksi sosial memerlukan gaya managerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Hackston & Milne, 1996).

 Anugerah, dkk (2010) dan Sari (2012) menemukan hubungan positif signifikan antara profitabilitas dengan pengungkapan sosial perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka akan mengungkapkan informasi sosial lebih banyak maka akan diajukan hipotesis sebagai berikut:

**H2 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan.**

**2.5 Pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan**

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sangat perlu dilakukan, karena bagaimanapun juga perusahaan memperoleh nilai tambah dari kontribusi masyarakat di sekitar perusahaan termasuk dari penggunaan sumber-sumber sosial (*social resources*). Kegiatan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat, sehingga pengungkapan CSR diharapkan akan mampu menaikkan nilai perusahaan. 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.

Kusumadilaga (2010) dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang nantinya juga menaikkan nilai perusahaan. Sehingga semakin tinggi CSR maka akan semakin tinggi nilai perusahaan. Dari pemaparan diatas maka diajukan hipotesis:

**H3: Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan**

**2.6 Profitabilitas, CSR dan Nilai Perusahaan**

Profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk dapat mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Hackston & Milne, 1996). Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Para investor melakukan pengamatan suatu perusahaan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi. Rasio ini dianggap dapat mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Rasio profitabilitas yang akan dilihat karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Penelitian ini akan menguji kembali pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening. Berdasar pemaparan sebelumnya maka akan diajukan hipotesis:

**H4 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel CSR sebagai pemoderasi.**

**METODE PENELITIAN**

**3.1 Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang telah terdaftar (listing) di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan yang tercatat di BEI digunakan sebagai populasi karena perusahaan tersebut mempunyai kewajiban untuk menyampaikan laporan tahunan kepada pihak luar perusahaan, sehingga memungkinkan laporan tersebut diperoleh dalam penelitian ini. Penelitian ini mengambil periode analisis tahun 2012 yaitu sebagai data tahun terbaru yang telah dilaporkan di BEI

**3.2 Definisi Operasional Variabel**

**3.2.1 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham atau investor.

$$ROE = \frac{EAT }{Total Equity}×100\%$$

**3.2.2 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial**

Pengungkapan Tanggung jawab sosial merupakan data yang diungkapkan oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tentang tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat dan umum.

Skala pengukuran yang digunakan adalah melakukan penjumlahan dari daftar kalimat pengungkapan tanggung jawab sosial (terlampir) yaitu dengan memberi skor 1 untuk setiap item kalimat pengungkapan dan skor 0 untuk kalimat yang tidak diungkapkan. *Content analysis* digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Content analysis* adalah suatu metoda pengkodifikasian teks dari ciri yang sama untuk ditulis ke dalam berbagai kelompok (atau kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan.

**3.2.3 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar (Keown et al., 2007). Proksi nilai perusahaan adalah Tobin’s Q merupakan model untuk menghitung nilai perusahaan. Tobin’s Q merupakan suatu kosep yang menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap investasi inkremental (Copeland, 2002).

$$q =\frac{\left(EMV+D\right)}{\left(EBV+D\right)}$$

Keterangan :

 Q : Nilai Tobin’s Q

 EMV : Nilai pasar ekuitas (*Equity Maket Value*)

 P (closing price) x Qshares (jumlah saham beredar)

 D : Nilai Buku dari total hutang (Debt)

 EBV : Nilai Buku dari total aktiva (*Equity Book Value*)

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Uji Normalitas Data**

Untuk memastikan apakah seluruh variabel dalam penelitian terdistribusi normal maka dilakukan uji normalitas data dengan menggunakan Uji One-Sample Kolmogorof-Smirnov Test.

Besarnya nilai Kolmogorov-Smirnov adalah signifikansi ROE 0,309, pengungkapan sosial 0,383 dan Tobins Q 0,347 semua nilainya diatas α=0,05 hal ini berarti data terdistribusi dengan normal.

**4.2 Pengujian Asumsi Klasik**

**4.2.1 Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dalam penelitian ini, nilai tolerance dan variance inflaction factor (VIF) digunakan untuk mendeteksi adanya Multikolinaritas. nilai tolerance kurang dari 1 yaitu 0,401 yang berarti tidak ada variabel bebas yang nilainya lebih dari 0,95 persen. Dari hasil perhitungan output spss untuk variabel ROE, pengungkapan sosial dan nilai perusahaan, pada kolom VIF juga menunjukkan hasil yang sama, yakni tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak mengandung multikolinearitas.

Sedangkan pengujian multikolinearitas untuk variabel dependen pengungkapan sosial perusahaan tampak bahwa nilai tolerance kurang dari 1 yaitu 0,605 yang berarti tidak ada variabel bebas yang nilainya lebih dari 0,95 persen. Hasil perhitungan pada kolom VIF juga menunjukkan hasil yang sama, yakni tidak ada satupun variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas tidak mengandung multikolinearitas.

**4.2.2 Uji Heteroskedastisitas**

Pengujian Heteroskedatisitas dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya. Dari hasil pengujian, dapat dilihat grafik scatterplot yang menunjukkan tidak ada pola tertentu dimana titik-titik menyebar di bawah dan diatas angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

**4.3 PERSAMAAN REGRESI**

Dari hasil pengolahan data regresi dapat disusun persamaan :

CSR = - 6,407 + 0,568 Profitabilitas

Nilai = - 0,112 + 0,017 Profitabilitas + 0,051 CSR

**4.4 Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)**

Hasil output spss memberikan nilai standardized beta Profitabilitas pada persamaan (1) sebesar 0,568 dan nilai signifikan 0,000 yang berarti Profitabilitas mempengaruhi pengungkapan sosial perusahaan (CSR). Dari hasil output spss memberikan nilai unstandardized beta Profitabilitas 0,17 dan CSR 0,051 dimana semuanya signifikan. Besar nilai e1= $\sqrt{\left(1-0,599\right)}$ = 0,633 dan besarnya nilai e2=$\sqrt{(1-0,639)}$ = 0,601

PROFITABILITAS

NILAI (Tobin’s Q)

CSR

0,633

 0,568 0,051

 0,17 0,601

**4.5 SOBEL TEST**

Untuk menghitung signifikan pengaruh mediasi yang ditunjukkan pengkalian koefisien. Hasil perhitungan didapat nilai t hitung = 4,544 lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,029 signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi variabel pengungkapan sosial perusahaan terhadap hubungan profitabilitas yang diwakili ROE terhadap nilai perusahaan (nilai Tobin’s Q).

Pada penelitian ini, sebagai alternatif dilakukan teknik *bootsrapping* yaitu pengujian dengan resampling hingga 1000 kali. Hasil bootsrapping memberikan nilai estimasi *indirect effect* ROE terhadap nilai perusahaan melalui CSR, standar error dan nilai confidence level 95% dan 99%. Terlihat bahwa nilai standar error *bootsrapping* 0,0054 lebih kecil dibandingkan dengan asumsi distribusi normal 0,0066, dengan demikian nilai t dari pengaruh tidak langsung akan dihitung menggunakan nilai standar error distribusi normal. Dengan hasil perhitungan bootsrapping t = 4,424 lebih besar dari t tabel sebesar 1,96 menunjukkan koefisien tidak langsung tetap signifikan. Hal ini memperkuat perhitungan manual bahwa ada pengaruh intervening CSR terhadap hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

**4.6 Analisa Hipotesis dan Pembahasan**

**4.6.1 Uji hipotesis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Dari hasil uji terlihat bahwa tingkat signifikan pengujian ROE terhadap nilai Tobin’s Q kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi kinerja keuangan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis pertama yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian ini selaras dengan Puspitasari (2010) dalam penelitiannya menunjukkan tingginya laba akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik. Hal ini dapat memicu investor ikut meningkatkan permintaan saham. Seiring dengan meningkatnya permintaan saham akan mendorong nilai perusahaan juga ikut meningkat.

**4.6.2 Uji hipotesis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan**

Dari hasil pengolahan data spss menunjukkan tingkat signifikan pengujian ROE terhadap CSR kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Semakin tinggi kinerja keuangan maka akan semakin banyak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis kedua yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Sari (2012) bahwa profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan dengan laba yang tinggi akan menjadi sorotan publik, untuk mengurangi tekanan tersebut maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosialnya. Profitabilitas secara teoritis mempunyai pengaruh positif terhadap pengungkapan sosial perusahaan. Profitabilitas mempunyai peranan penting dalam memberikan keyakinan perusahaan untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial guna memperoleh pengakuan dan nilai positif dari stakeholder.

**4.6.3 Uji hipotesis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan**

Hasil pengolahan data spss, tingkat signifikan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan <0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian penelitian ini menerima hipotesis ketiga yaitu Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitan ini mendukung penelitian yang dilakukan Gunawan dan Utami (2008) yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR menjadi salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan item pengungkapan sosialnya dan semakin bagus kualitas pengungkapannya, maka akan semakin tinggi nilai perusahaannya. Pengungkapan CSR mencerminkan usaha perusahaan untuk meningkatkan citra atau nama baik dimata masyarakat. Perilaku etis ini juga akan memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin dalam keuntungan perusahaan dan kinerja keuangannya.

**4.6.4 Uji Hipotesis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan sosial sebagai variabel pemoderasi**

Hasil output spss memberikan nilai standardized beta Profitabilitas pada persamaan (1) sebesar 0,568 dan nilai signifikan 0,000 yang berarti Profitabilitas mmpengaruhi pengungkapan sosial perusahaan (CSR). Dari hasil output spss memberikan nilai unstandardized beta Profitabilitas 0,17 dan CSR 0,051 dimana semunya signifikan.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa profitabilitas dapat berpengaruh langsung ke nilai perusahaan dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu profitabilitas melalui pengungkapan sosial perusahaan (sebagai intervening) dilanjutkan ke nilai perusahaan.

Oleh karena nilai t hitung = 4,544 lebih besar dari t tabel dengan tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,96, sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi 0,029 signifikan yang berarti ada pengaruh mediasi variabel pengungkapan sosial perusahaan terhadap hubungan profitabilitas yang diwakili ROE terhadap nilai perusahaan (nilai Tobin’s Q).

Dengan demikian maka penelitian ini menerima hipotesis keempat yaitu Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai variabel pemoderasi

**PENUTUP**

**5.1 Kesimpulan**

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan sosial sebagai variabel pemoderasi. Ada beberapa kesimpulan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel profitabilitas yang diproksi dengan Return On Equity berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.
3. Variabel pengungkapan tanggung jawab sosial juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4. Dari hasil analisis jalur path dan sobel test terlihat bahwa CSR merupakan variabel intervening dalam hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. Tema pengungkapan tanggung jawab sosial yang paling banyak dilaporkan adalah tema karyawan atau sumber daya manusia, hal ini serupa dengan apa yang dilakukan perusahaan di Amerika, Inggris dan Australia.

**5.2 Implikasi Manajerial**

Implikasi manajerial yang dapat direkomendasikan dari temuan hasil penelitian antara lain:

1. Manajemen harus menjaga rasio profitabilitasnya. Karena rasio dianggap penting karena memberikan gambaran tentang prospek perusahaan sehingga dapat memicu investor untuk meningkatkan investasi sahamnya. Dan dengan meningkatnya saham akan mendorong naiknya nilai perusahaan.
2. Perusahaan harus meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan. Hal ini akan mendorong naiknya kepercayaan dan dukungan dari stakeholder. Perhatian perusahaan terhadap kegiatan tanggung jawab sosial semakin meningkat sejalan dengan perubahan paradigma dimana perusahaan tidak lagi memandang pengungkapan sosial sebagai bagian dari laporan tahunan saja melainkan suatu nilai tambah yang akan meningkatkan image perusahaan dimata stakeholder.
3. Perusahaan harus senantiasa menjaga nilai perusahaan dengan memperhatikan faktor apa saja yang mampu mempengaruhinya diantaranya profitabilitas dan laporan CSR. Nilai perusahaan yang baik akan menarik minat investor untuk menanamkan modal sehingga perusahaan akan terus berkembang.

**5.3 Keterbatasan Penelitian**

1. Hasil koefisien determinasi (adjusted R2) pada persamaan regresi yang pertama (tabel 4.9) adalah sebesar 0,593 yang menunjukkan bahwa sebesar 59,3% variasi variabel pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan di BEI dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas. Sedangkan sisanya 40,7% dijelaskan variabel lain diluar model. Oleh karena itu diperlukan adanya penambahan variabel di penelitian mendatang.
2. Hasil koefisien determinasi (adjusted R2) pada persamaan regresi kedua yang terlihat dalam tabel 4.10 adalah sebesar 0,629 yang menunjukkan bahwa sebesar 62,9% variasi variabel nilai perusahaan (nilai Tobins Q) pada perusahaan yang terdaftar di BEI dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan sisanya 37,1% dijelaskan variabel lain diluar model. Oleh karena itu diperlukan adanya penambahan variabel di penelitian mendatang.
3. Subjektivitas peneliti dalam melakukan penilaian pengukuran pengungkapan sosial terutama penyimpulan dari kalimat item pengungkapan tanggung jawab sosial tidak dapat dihindari sehingga terdapat kemungkinan bias.

**5.4 Saran**

1. Perusahaan harus meningkatkan kegiatan sosial dan melakukan pengungkapan dalam laporan keuangan tahunannya. Karena hal ini terbukti efektif untuk menarik perhatian dan memberi dampak positif pada image perusahaan, yang akan mendorong nilai perusahaan untuk meningkat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mengklasifikasikan hasil penelitian sebelumnya dan untuk penelitian berikutnya dapat menggunakan proksi kinerja keuangan lain misal leverage, ROA, EPS atau kriteria lainnya. Begitu pula dengan variabel pemoderasi dapat menggunakan GCG, nilai tukar maupun kriteria lainnya.
3. Lingkup penelitian dapat diperluas dengan membandingkan data pengungkapan sosial negara lain dengan memasukkan variabel kultur didalamnya.

**Lampiran: Item-item Pengungkapan Sosial**

1. Lingkungan
2. Polusi Lingkungan
* Kontrol kondisi lingkungan pada pelaksana operasi perusahaan, pengeluaran modal, modal, operasi dan penelitan serta pengembangan untuk mengurangi polusi
* Pernyataan yang menunjukkan bahwa operasi perusahaan tidak menimbukan polusi atau memenuhi peraturan dan hokum tentang polusi
* Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan karena adanya pemrosesan atau SDA seperti reklamasi tanah atau penghijauan hutan kembali
* Perlindungan SDA seperti mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas
* Menggunakan bahan baku daur ulang
* Menerima suatu penghargaan yang berhubungan dengan kebijakan / program perusahaan mengenai lingkungan
* Polusi telah dikurangi
1. Estetika
* Merancang fasilitas yang selaras dengan lingkungan
* Memberikan kontribusi dalam bentuk uang / patung / seni untuk memperindah lingkungan
* Memelihara bangunan atau bentuk bersejarah
1. Lain
* Melakukan studi dampak lingkungan untuk memonitor pengaruh perusahaan terhadap lingkungan
* Pengolahan limbah
* Memproteksi lingkungan seperti kontrol terhadap hama atau pengganggu
1. Energi
* Menggunakan energi dengan lebih efisien sepanjang proses manufaktur
* Menggunakan bahan sisa untuk menghasilkan energi
* Mengungkapkan penghematan energi dari daur ulang produk
* Membicarakan tentang usaha perusahaan untuk mengurangi konsumsi energi
* Mengungkapkan peningkatan efisiensi energi produk
* Melakukan penelitian untuk meningkatkan efisiensi energi produk
* Mengungkapkan kebijakan perusahaan tentang energi
1. Kesehatan dan Keselamatan Karyawan
* Mengurangi atau menghilangkan bahan pengotor (pollutant), pengganggu (irritant) dan berbahaya (hazard) dalam lingkungan kerja
* Meningkatkan keselamatan karyawan dan kesehatan fisik dan mental
* Mengungkapkan statistik kecelakaan
* Memenuhi standar peraturan kesehatan
* Menerima penghargaan keselamatan kerja
* Membentuk suatu departemen / panitia / kebijakan keselamatan
* Melakukan penelitian untuk meningkatkan keselamatan kerja
* Menyediakan perawatan kesehatan yang murah bagi karyawan
1. Karyawan (lain)
2. Memperkerjakan kelompok minoritas / wanita
* Merekrut dan memperkerjakan ras minoritas / wanita
* Mengungkapkan presentase dan jumlah karyawan minoritas / wanita dalam tenaga kerja dan atau dalam berbagai level manajerial
* Menetapkan tujuan untuk keterwakilan minoritas dalam tenaga kerja
* Membuat program peningkatan minoritas dalam tempat kerja
1. Pelatihan Karyawan
* Memberi pelatihan karyawan melalui in house program
* Memberi bantuan keuangan untuk karyawan dan institusi pendidikan atau yang sedang melanjutkan pendidikan
* Mendirikan suatu pusat pelatihan
1. Bantuan terhadap karyawan
* Memberikan bantuan atau petunjuk bagi karyawan yang sedang dalam proses pension
* Menyediakan akomodasi bagi para staf atau skema kepemilikan rumah bagi staf
* Menyediakan fasilitas atau aktivitas rekreasi
1. Pemberian gaji karyawan
* Menyediakan jumlah dan atau persentase angka untuk gaji, upah, pajak gaji dan pension
* Kebijakan / tujuan / alasan bagi skema / paket pemberian gaji
1. Profil Karyawan
* Menyediakan sejumlah karyawan dalam perusahaan dan ditiap cabang / anak perusahaan
* Menyediakan jabatan / level manajerial yang terlibat
* Menyediakan disposisi staf dimana staf ditempatkan dan jumlah yang terlibat
* Mengungkapkan statistik tenaga kerja (misalkan penjualan perusahaan tenaga kerja)
* Menyediakan statistik jumlah karyawan, masa kerja di perusahaan dan usia mereka
* Menyediakan informasi dan kualifikasi karyawan yang direkrut
1. Skema pembelian saham oleh karyawan
* Menyediakan informasi tentang keberadaan atau jumlah dan nilai dari saham yang ditawarkan pada karyawan dalam suatu skema pembelian saham atau program pension
* Menyediakan skema pembagian laba yang lain.
1. Moral Karyawan
* Menyediakan informasi tentang hubungan perusahaan atau manusia atau karyawan dalam suatu usaha untuk meningkatkan kepuasan kerja dan motivasi karyawan
* Menyediakan informasi tentang stabilitas pekerjaan karyawan dan masa depan pekerjaan
* Menyediakan informasi tentang adanya laporan karyawan yang terpisah
1. Relasi industrial
* Melaporkan hubungan perusahaan dengan serikat perdagangan / pekerja
* Melaporkan pemogokan, aksi industrial dan kerugian yang diakibatkan dalam bentuk waktu dan produktifitas
* Menyediakan informasi tentang bagaimana aksi industrial dikuragi / negosiasikan
1. Lainnya
* Peningkatan terhadap kondisi kerja umum, baik dalam pabrik maupun staf kantor
* Informasi tentang reorganisasi perusahaan / diskusi / cabang yang mempengaruhi staf
* Informasi dan statistik tentang turn over karyawan
1. Produk
2. Pengembangan produk
* Informasi tentang perkembangan yang berkaitan dengan produk perusahaan termasuk pengemasannya sebagai misal membuat container bisa digunakan kembali
* Jumlah / persentase angka dari pengeluaran riset dan pengembangan
* Informasi tentang proyek penelitian yang dilakukan untuk meningkatkan produsennya
1. Keamanan produk
* Mengungkapkan bahwa produk memenuhi standar keamanan yang ditetapkan
* Membuat produk lebih aman untuk konsumen
* Mengadakan penelitian keamanan untuk produk perusahaan
* Mengungkapkan prosedur yang telah ditetapkan dan lebih bersih dalam pemrosesan dan penyiapan produk
* Informasi tentang keamanan produk perusahaan
1. Kualitas Produk
* Informasi tentang kualitas produk perusahaan yang tercermin pada hadiah atau penghargaan yang diterima
* Informasi yang bisa diverifikasi bahwa kualitas produk perusahaan telah meningkat (sebagai contoh ISO 9000)
1. Keterlibatan Dalam Masyarakat
* Sumbangan uang, produk, atau service karyawan untuk mendukung penyelenggaraan aktivitas, perlombaan, organisasi, pendidikan dan seni masyarakat
* Memperkerjakan mahasiswa paruh waktu
* Mensposori proyek kesehatan masyarakat
* Membiayai penelitian kesehatan
* Mensponsori konferensi pendidikan, seminar dan pameran
* Mendanai program atau aktivitas bea siswa
* Aktivitas sosial lain yang berhubungan dengan masyarakat seperti membuka fasilitas perusahaan untuk umum
* Mendukung kebanggaan nasional / pemerintah
* Mendukung pengembangan industri lokal atau aktivitas dan program masyarakat.
1. Lainnya
2. Tujuan atau kebijakan perusahaan : pengungkapan umum tentang tujuan / kebijakan perusahaan berkenaan dengan tanggung jawab sosial dari perusahaan terhadap beragam segmen masyarakat
3. Lain : mengungkapkan / melaporkan pada kelompok – kelompok dalam masyarakat selain dari pemegang saham dan karyawan seperti konsumen, berupa informasi yang berhubungan dengan tanggungjawab sosial perusahaan.