

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

(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI Periode 2012 - 2014)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

GHINA HAMILATUS SA'ADAH

NIM. 12030112120021

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2016**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama penyusun : Ghina Hamamilatus sa'adah
NIM : 12030112120021
Fakultas/ Jurusan : Ekonomika dan Bisnis /Akuntansi

Judul Usulan Penelitian skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL PEMODERASI**

Dosen Pembimbing : Wahyu Meiranto,S.E.,M.Si.,AKT

Semarang, 18 April 2016

Dosen Pembimbing,

Wahyu Meiranto, S.E.,M.Si.,Akt

NIP. 19760522 200312 1001

HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Ghina Hamilatus Sa'adah

Nomor Induk Mahasiswa : 12030112120021

Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI
(StudiPerusahaan Manufaktur Terdaftar
di BEI Periode 2012 - 2014)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 12 Mei 2016

Tim Penguji

1. Wahyu meiranto, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Dul Muid, S.E.,M.Si.,Akt (.....)
3. Moh Didik Ardiyanto, S.E.,M.Si.,Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya, Ghina Hamilatus Sa'adah menyatakan bahwa skripsi dengan judul: pengaruh pengungkapan *Corporate social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan kesungguhannya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari orang lain, yang saya akui seolah - olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 18 April 2016

Yang membuat pernyataan,

Ghina Hamilatus Sa'adah

NIM : 120330112120021

ABSTRACT

Disclosure of Corporate Social Responsibility has become one of the main things that must be done by the company caused indirectly may affect the high or low value of a company. In this study ROA (Return on Assets) be a proxy for measuring profitability as a moderating variable. This study aimed to examine the effect of disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) to corporate value and profitability Influence as the moderating variable relationship with the company's Corporate Social Responsibility.

The population of the research consisted of all manufactures company listing in Indonesia Stock Exchanges for period 2012 until with 2014.the sample there were 126 used. Data is collected by using purposive sampling with sampling technique based on certain criteria. By regression analysis tools and MRA (Moderated Regression Analysis) using SPSS V.16

The result of this research indicates that (1) the disclosure of Corporate Social Responsibility has signifikan and positive influence to company value. (2) Profitability as a moderating variable has a positive and significant impact has been able to strengthen the relationship disclosure of corporate social responsibility to corporate value.

Keyword : Corporate Social Responsibilit, The company value, and profitability.

ABSTRAK

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* telah menjadi salah satu hal pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan. Disebabkan secara tidak langsung dapat mempengaruhi tinggi atau rendahnya nilai perusahaan. Dalam penelitian ini ROA (*Return on Assets*) menjadi proksi untuk mengukur profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan pengaruh profitabilitas sebagai variabel yang moderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Populasi penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Sampel yang digunakan berjumlah 126 perusahaan. Data dikumpulkan menggunakan metode *purposive sampling* yakni mengambil sample berdasarkan kriteria tertentu. Alat analisis dengan regresi dan MRA (*Moderated Regression Analysis*) dengan menggunakan SPSS V.16

Hasil yang diperoleh dalam penelitian yang dilakukan ini adalah (1) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.(2) Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi memiliki pengaruh positif dan signifikan telah mampu memperkuat hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : *Corporate Social responsibility*, nilai perusahaan, profitabilitas

MOTTO

"..Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai dari sesuatu urusan, tetaplah bekerja keras untuk urusan yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."

(QS. Al-Insyirah,6-8)

"..Maka Niscaya Allah akan mengangkat derajat orang-orang yang beriman diantara kamu, dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah maha teliti apa yang kamu kerjakan"

(QS. Al-Mujadala,11)

"Man Jadda Wajada, Barang siapa yang bersungguh-sungguh, dia yang berhasil"

"Usaha Tidak Akan pernah Membohongi hasil"

Karya ini saya persembahkan untuk:

Bapak, Bunda, Kakak, Adik dan seluruh keluarga tercint

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan YME yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI Periode 2012 - 2014).”**

Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam proses penyusunannya segala hambatan yang ada dapat teratasi berkat bantuan, doa, bimbingan, dorongan dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Suharnomo, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
2. Fuad, S.E.T., M.Si., Akt., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Wahyu Meiranto, S.E., MSi., Akt selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan, nasehat, dukungan, motivasi, dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Anis Chairiri SE, Mcom, PhD.Ak.CA selaku dosen wali.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro. Terima kasih atas ilmu pengetahuan telah yang diberikan selama memberikan mata kuliah.
6. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomika dan Binsis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bantuan.
7. Ayah, Bunda, Umi, Abang, Uda, dan adik. Bapak Usman, Ibu Erniati (Alm), Nadiarlis, Abang Rian, Uda Afif, dan Adik Oji atas kasih sayang, doa, dan dukungan yang telah diberikan selama ini.
8. Irfan Marino yang telah memberikan dukungan, motivasi, kebaikan dan bantuan dalam menghadapi berbagai kesulitan dalam penulisan ini.
9. Kelompok Studi Ekonomi Islam UNDIP 2012 yang menjadi tempat pertama berorganisasi dan mendapatkan banyak pengalaman baru.
10. Laskar Ekonomi Rabbani : Ubay, Amri, Ana, Sarah, Mita, Kusti, Intan, Tika, Roma, Andi, Iqbal, Feisal, Ican, dan Salman. Terima kasih sudah menjadi partner yang mengajarkan banyak hal dan menjadi rekan dalam berorganisasi.
11. Teman satu kos : Mufidah, Yuyun, Taufika, Nanda, Windi, Ayu, Diko, Dije, Dias, Dilla, Arma, Tirsa, Zul, Kiki, Anis, dan Mitri yang menjadi tempat berbagi dan berkeluh kesah selama tinggal bersama.

12. Teman-teman terkasih : Aisyah, Mufi, Fitri, Laras, Ismi, Bella, Intan, Juwita, menjadi tempat bercanda tawa selama perkuliahan.
13. KKN Tim II Undip tahun 2015, Desa Samirono, Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang; Jumanto, Fachrizi, Koko, Ahmad, Vita, Melisa, Febriana, dan Sandra. Terima kasih atas kerjasama dan pengalaman selama 35 hari.
15. Teman- teman Akuntansi 2012 UNDIP, atas kebersamaan dari awal kuliah sampai sekarang.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan doa, bantuan dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kurang sempurna karena keterbatasan waktu, pengetahuan dan pengalaman yang ada. Oleh karena itu setiap kritik, saran, dan masukan sangat diharapkan penulis agar menjadi karya yang lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat. Akhir kata, terima kasih atas dukungan yang diberikan dari berbagai pihak.

Semarang, 18 April 2016

Penulis

Ghina Hamilatus Sa'adah

DAFTAR ISI

	hal
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Teori Stakeholder (<i>Stakeholder Theory</i>).....	14
2.1.2 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.....	16
2.1.3 Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial	17
2.1.4 Profitabilitas	19

2.1.5 Nilai Perusahaan.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3 Kerangka Pemikiran	28
2.4 Pengembangan Hipotesis	28
2.4.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	29
2.4.2 Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	32
3.1.1 Variabel Independen	32
3.1.2 Variabel Moderasi	36
3.1.3 Variabel Dependen.....	36
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.2.1 Populasi Penelitian	37
3.2.2 Sampel Penelitian.....	37
3.3 Jenis dan Sumber Data	37
3.4 Metode Pengumpulan Data	38
3.5 Metode Analisis.....	38
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	38
3.5.1.1 Heteroskedasitas	38
3.5.1.2 Multikolinieritas.....	40
3.5.1.3 Normalitas.....	41
3.5.2 Statistik Deskriptif.....	42
3.5.3 Analisis Regresi.....	43
3.5.4 Pengujian Hipotesis.....	44

3.5.4.1 Koefisien Determinasi	44
3.5.4.2 Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	45
3.5.4.3 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2 Analisis Data	49
4.2.1 Statistik Deskriptif	50
4.2.1.1 Nilai Perusahaan	50
4.2.1.2 Pengungkapan CSR	50
4.2.1.3 Profitabilitas	51
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	51
4.2.2.1 Uji Normalitas	52
4.2.2.2 Uji Heteroskedastisitas	55
4.2.2.3 Uji Multikolinieritas	58
4.3 Pengujian Hipotesis	60
4.3.1 Koefisien Determinasi	60
4.3.2 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	61
4.3.3 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	62
4.3.3.1 Hipotesis 1	62
4.3.3.2 Hipotesis 2	63
4.4 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	65
4.4.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	65
4.4.2 Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi	66

BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Keterbatasan Penelitian	69
5.3 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

	hal
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 4.1 Sampel Penelitian	48
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.3 <i>Casewise Diagnostic</i>	52
Tabel 4.4 <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sebelum <i>Outlier</i> Model 1	53
Tabel 4.5 <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sebelum <i>Outlier</i> Model 2.....	54
Tabel 4.6 <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sesudah <i>Outlier</i> Model 1	54
Tabel 4.7 <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Sesudah <i>Outlier</i> Model 2	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 1.....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Model 2.....	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas Model 2.....	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Determinasi Model 1	60
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi Model 2	61
Tabel 4.14 Hasil Uji F Model 1	61
Tabel 4.15 Hasil Uji F Model 2	62
Tabel 4.16 Hasil Uji t Model 1	63
Tabel 4.17 Hasil Uji t Model 2	64

DAFTAR GAMBAR

	hal
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas Model 1	56
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas Model 2	56

DAFTAR LAMPIRAN

	hal
Lampiran A Daftar Pengungkapan CSR.....	74
Lampiran B Hasil <i>Output</i> dengan SPSS.....	77
Lampiran C Daftar Perusahaan Sampel	84

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peningkatan perekonomian di suatu negara dapat ditentukan dalam salah satu faktor yakni kemajuan bisnis atas perusahaan-perusahaannya. Apabila dipandang dalam sudut ilmu ekonomi, suatu bisnis dapat diartikan sebagai suatu organisasi yang menawarkan barang atau jasa kepada konsumen untuk memperoleh laba atau manfaat dimasa depan (Sumarni dan Soeprihanto, 2003). Besar kecilnya laba yang diperoleh suatu organisasi tidak terlepas dari peran *Stakeholder* yang menjadi acuan bagi organisasi dalam mencapai tujuan usahanya.

Investor merupakan orang perorangan atau lembaga baik domestik atau non domestik yang berperan melakukan suatu investasi baik dalam jangka pendek atau jangka panjang (Sumarni dan Soeprihanto, 2003 h. 6). Dalam hal ini Investasi sendiri diartikan sebagai suatu komitmen atas uang saat ini atau sumber daya lain dengan pengharapan akan memperoleh kemanfaatan di masa yang akan datang (Bodie *et al* 2014, h.1). Kreditur juga merupakan pihak dari perorangan, organisasi, perusahaan atau pemerintah yang berperan sebagai pemberi pinjaman atas barang atau jasa dengan memiliki hak untuk menagih dikemudian hari (Sigalingging, 2010). Sedangkan masyarakat berperan sebagai konsumen atau pemakai produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Menurut Bodie (2014) menjelaskan bahwa masyarakat memiliki kekayaan materi yang pada akhirnya

ditentukan oleh kapasitas produksi ekonomi yakni produksi barang dan jasa yang dibuat oleh perusahaan semata - mata untuk masyarakat tersebut. Dalam kata lain bahwa masyarakat juga merupakan sebagai target utama dari perusahaan untuk terus mengembangkan produk dan jasa yang diinginkan dari para pelanggan atau masyarakat.

Dikarena alasan tersebut maka, berdirinya suatu perusahaan adalah untuk tujuan yang jelas. Menurut Silvia Agustina (2012) mengemukakan beberapa hal mengenai alasan didirikannya sebuah perusahaan yakni (1) Untuk mencapai laba yang maksimal. (2) Dengan laba yang maksimal tersebut dapat memenuhi kemakmuran pemegang saham, disebabkan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi yang ditanamkan. (3) Untuk mengoptimalkan nilai perusahaan yang dapat diukur dari besar kecilnya harga saham yang diedarkan oleh perusahaan.

Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan berdasarkan harga sahamnya, disebabkan hal tersebut juga menjadi acuan bagi *stakeholder* dalam menganalisis pergerakan harga pada saham perusahaan yang beredar di bursa efek atau untuk perusahaan yang telah *go public* (Kusumadilaga, 2010). Disisi lain, Anofrida Yenti (2012) menjelaskan bahwa nilai perusahaan dapat diartikan sebagai *corporate image* yang merupakan seperangkat keyakinan dan ide serta kesan yang ditampilkan oleh perusahaan terhadap publik, sehingga dapat menjadi suatu penilaian, tanggapan, opini dan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Nilai perusahaan diartikan sama dengan kesan - kesan yang dimiliki oleh publik terhadap perusahaan. Maka dari itu nilai perusahaan haruslah secara

keseluruhan artinya, bukan hanya citra perusahaan atas produk dan jasa yang ditawarkan saja, tapi juga pelayanan yang diberikan terhadap publik (Anoftrida Yenti, 2012). Menurut Silvia Agustina (2012) Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang. Suatu perusahaan yang dikatakan baik jika perusahaan tersebut memiliki kontrol terhadap potensi finansial dan non finansial, dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka kemakmuran pemegang saham juga terpenuhi. Sehingga, berdampak pada pencapaian tujuan utama dari perusahaan terhadap pemangku kepentingan.

Menurut Brigham (dikutip dari Silvia Agustina, 2012) Nilai perusahaan diartikan sebagai harga yang bersedia dikorbankan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Lily Surya Ningrum (2012) menyebutkan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar dari obligasi dan ekuitas oleh pemegang saham yang diedarkan. Sehingga dengan demikian meningkatnya harga saham akan dapat membuat nilai perusahaan juga lebih tinggi.

Menurut Samuel (dalam Agustina, 2012) nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya bahwa *performance* dari perusahaan yang bersangkutan sangat baik dan dapat menjamin keberlangsungan kepentingan pemegang saham pada masa yang akan datang. Dalam arti kata bahwa nilai perusahaan merupakan asumsi-asumsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang seringkali dihubungkan dengan harga saham dan profitabilitas perusahaan.

Nilai perusahaan dapat berarti suatu konsep dasar yang diperlukan bagi investor, karena merupakan indikator bagi para investor dalam menilai perusahaan secara keseluruhan (Arrendt dan Bettel, 2010). Nilai perusahaan dibentuk melalui nilai pasar saham yang sangat dipengaruhi oleh peluang - peluang investasi (Rimba, 2010). Adanya sebuah peluang investasi akan memberikan respon secara positif terhadap pertumbuhan perusahaan dimasa mendatang (Retno, 2012). Untuk mencapai nilai perusahaan pada umumnya para pemegang saham menyerahkan kuasa kepada profesional dalam pengelolaannya. Para profesional ini dapat diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Handoko, 2009).

Menejer didefinisikan sebagai seorang yang memiliki tanggung jawab terhadap kinerja perusahaan, bertanggung jawab atas pencapaian keuntungan perusahaan, pertumbuhan perusahaan, serta tanggung jawab sosial (Sumarni dan Soeprihanto 2003, h. 5). Sedangkan komisaris didefinisikan sebagai orang-orang yang ditunjuk dengan wewenang mengawasi kegiatan suatu perusahaan (Handoko, 2009). Para profesional tersebut dituntut untuk berupaya memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham melalui peningkatan harga saham. Dalam hal ini perusahaan harus mencapai profitabilitas yang tinggi agar kemakmuran dari pemegang saham tersebut terpenuhi.

Dewasa ini, paham yang dianut oleh sebagian besar perusahaan adalah *profit oriented*. Dalam hal lain, diinterpretasikan bahwa apabila suatu perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi maka dapat dikatakan bahwa perusahaan yang bersangkutan telah sukses, serta diasumsikan kinerja keuangan yang dimiliki

perusahaan juga baik. Sedangkan profitabilitas perusahaan yang rendah maka akan dianggap sebagai perusahaan yang berkinerja keuangan buruk dan menjadikan perusahaan tersebut gagal (Silvia, 2010). Hal ini secara tidak langsung telah dijadikan ukuran dalam penilaian sukses atau gagalnya suatu perusahaan yakni dilihat dari profitabilitasnya, yang merupakan hasil akhir atas sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Profitabilitas merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi yang dilakukan pada periode akuntansi yang dinyatakan dalam istilah keuangan (Sumbramanyam dan Wild 2010, h. 109). Profitabilitas juga merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan pada periode tertentu (Handriyani, 2013)

Para investor menanamkan modal mereka berupa saham pada suatu perusahaan, dengan tujuan untuk mendapatkan manfaat ekonomi dimasa yang akan datang. Sehingga semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh profitnya, maka semakin tinggi pula manfaat ekonomi yang diinginkan bagi para investor yang berdampak terhadap meningkatnya nilai perusahaan (Bodie 2014, h.1).

Namun dalam hal ini, untuk menghasilkan *profit* yang tinggi tersebut, perusahaan cenderung memaksimalkan kegiatan operasinya dengan mencapai target penjualan dan mencapai manfaat finansial. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan cenderung melupakan dampak aktivitas operasinya terhadap sosial dan lingkungan sekitar. Pernyataan ini juga didukung oleh Kusumadilaga (2010) yang menyebutkan tentang keberpihakan perusahaan kepada pemegang saham yang menyebabkan perusahaan cenderung melakukan eksploitasi terhadap

Sumber-sumber alam serta masyarakat sekitar. Sehingga, menimbulkan kerusakan lingkungan alam yang pada akhirnya mengganggu kehidupan manusia. Selain itu, menurut Angraini (2006) juga menjelaskan banyak dari perusahaan telah merusak keseimbangan kehidupan dengan cara menstimulasi pengembangan potensi ekonomi yang dimiliki manusia secara berlebihan yang tidak akan memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan mereka, akan tetapi menjadikan mereka mengalami penurunan kondisi sosial. Kesenjangan sosial yang disebabkan oleh aktivitas operasional perusahaan tersebut dapat ditanggulangi dengan kesadaran perusahaan untuk mengurangi dampak negatif yang ditimbulkan. Kesadaran tersebut dapat di implementasikan dalam pengungkapan laporan aktivitas sosial perusahaan.

Pengungkapan (*disclosure*) didefinisikan sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan. Pengungkapan didefinisikan oleh Januarti (dalam Ira Agustine, 2012) merupakan suatu alat yang diperuntukan mengurangi asimetris informasi antara menejer dan pemilik perusahaan. Objek pengungkapan disini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, yang merupakan mekanisme bagi organisasi untuk mengintegrasikan perhatiannya terhadap lingkungan dan sosial (Astiari, 2014).

Laporan pengungkapan tanggung jawab sosial atau sering di kenal dengan CSR bukan lagi dianggap sebagai laporan yang bersifat suka rela akan tetapi telah bersifat *mandatory* semenjak diberlakukannya Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT) yang disahkan pada 20 juli 2007. Dalam pasal 74 Undang - undang Perseroan Terbatas menyebutkan bahwa : (1)

perseroan yang melakukan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (2) tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan kewajiban perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang - undangan. Sanksi pidana yang berkenaan dengan pelanggaran CSR termuat dalam Undang-undang No 23 tahun 1997, mengenai pengelolaan lingkungan hidup pasal 41 ayat (1) yang berbunyi :

“Barang siapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah.”

Pengungkapan CSR ini telah menjadi salah satu dasar pemikiran yang melandasi suatu etika bisnis sebuah perusahaan. Dalam hal ini diartikan Ira Agustine (2012) bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditur, ataupun masyarakat.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dikarenakan telah banyak perusahaan yang meyakini bahwa pengungkapan CSR tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan dan menjamin keberlangsungan umur perusahaan. Dalam hal ini penerapan CSR tidak lagi di pandang sebagai *Cost* melainkan sebagai investasi dari perusahaan (Handriyani, 2013). Asumsi ini diperkuat dengan pernyataan oleh Kusumadilaga (2012) menyatakan bahwa nilai perusahaan akan dapat bertumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial,

dan lingkungan. Selain itu dimensi-dimensi tersebut merupakan indikator dalam pengungkapan pelaporan pertanggung jawab sosial perusahaan.

Sedangkan Handriyani (2013) mendefinisikan CSR sebagai sumber daya yang dimanfaatkan untuk mencapai laba maksimum namun sesuai dengan aturan. Dengan kata lain jika tanggung jawab sosial atau CSR dilakukan secara konsisten, maka perusahaan yang melakukannya akan dianggap sebagai perusahaan yang beroperasi untuk kesejahteraan masyarakat. Hal ini juga berarti bahwa perusahaan membutuhkan suatu respon yang baik dari masyarakat diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan terhadap para *stakeholder*, termasuk didalamnya masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

Pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah sosial dan lingkungan (Chairiri, 2007). Secara teoritis, semakin banyak aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka akan semakin meningkatkan harga saham suatu perusahaan. Karena perusahaan yang melakukan CSR akan memberikan apresiasi yang positif dan memberikan keyakinan yang lebih kepada *stakeholder* (Rosiana, 2013).

Verecchia (dalam Rosiana, 2013) menyebutkan bahwa dengan semakin antusiasnya perusahaan - perusahaan untuk menaikkan nilai perusahaan seiring juga dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan untuk berlomba melaporkan kegiatan sosialnya. Karena dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Edmawati, 2012).

Profitabilitas digunakan sebagai variabel pemoderasi disebabkan karena secara teoritis banyak penelitian yang menyebutkan bahwa jika semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan akan berbanding lurus dengan semakin kuat juga hubungan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan (Kusumadilaga 2010, h.6).

Beberapa penelitian terdahulu mengenai hubungan CSR dengan nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel yang memoderasinya menunjukkan ketidaksamaan hasil. Penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga (2010) memperoleh hasil bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak terbukti memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Salah satu hasil penelitian yang dilakukan oleh Sheikh dan Beise-Zee (2011) menyatakan bahwa CSR secara signifikan mampu meningkatkan sikap baik pemegang saham terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan *corporate image*. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Edmawati (2012) memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien parameter negatif. penelitian oleh Handriyani (2013) mendapati hasil bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun variabel profitabilitas tidak dapat memoderasi pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian dari Rosiana (2013) memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh terhadap pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian oleh Ira

Agustine (2014) mendapati hasil bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Rosiana (2013) yang berkenaan dengan CSR, nilai perusahaan dan profitabilitas yang mendapati hasil yang berbeda dengan penelitian lainnya. Sehingga, penelitian ini menarik untuk diteliti kembali dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2012 - 2014).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, adapun masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki hubungan simultan dengan nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin di capai dalam melakukan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis dan mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan.
2. Menganalisis dan mendapatkan bukti secara empiris mengenai pengaruh hubungan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dalam penelitian ini sangat diharapkan dapat memberi manfaat dalam berbagai aspek, baik aspek teoritis maupun aspek praktis. Adapun manfaat yang ingin diperoleh dengan adanya penelitian ini yakni sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis diharapkan berguna untuk mengembangkan keilmuan secara khusus dalam bidang akuntansi juga menambah referensi dan literatur khususnya dibidang akuntansi yang terkait dengan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan dan /atau profitabilitas jika dipandang dari sisi *stakeholder*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. penelitian ini sangat diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wacana yang baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek untuk memperhitungkan investasi terhadap suatu perusahaan.
2. penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan tambahan informasi tentang pentingnya pertanggung jawaban sosial perusahaan serta dalam

penerapannya dapat membantu keberlanjutan usaha perusahaan pada masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab I menjabarkan latar belakang masalah tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*), nilai perusahaan (*Corporate Image*), profitabilitas, dan segala kemungkinan yang mendukung hubungan antar variabel satu dengan variabel yang lain termasuk perumusan masalah penelitian. Selain itu, bab ini juga tersaji tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Bab II memberikan penjelasan tentang landasan teori yang dipergunakan dalam penelitian dan pembahasan yang terkait mengenai penelitian-penelitian terdahulu, yang dijadikan referensi, terkait dengan topik yang diangkat. Landasan teori serta penelitian terdahulu kemudian digunakan sebagai dasar dalam membentuk kerangka teoritis dan pengembangan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab III memaparkan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Termasuk didalamnya kriteria dalam pemilihan sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data yang digunakan dalam pengujian hipotesis.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab IV mendiskusikan deskripsi objek penelitian, analisis data yang diolah, dan interpretasi hasil yang didapatkan.

BAB V : PENUTUP

Bab V disajikan kesimpulan hasil dalam penelitian yang diperoleh, keterbatasan penelitian dan saran yang diperlukan untuk penelitian yang akan datang.