

## PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Wendy Salim Saputra  
Universitas Bunda Mulia  
[wsaputra@bundamulia.ac.id](mailto:wsaputra@bundamulia.ac.id)

**ABSTRACT** :The company's value serves as a measure of the success of the company's management in the prospect of future operations so as to realize the trust for the shareholders of the company, because if the welfare of the shareholders has been able to be met, then surely the circumstances reflect the high corporate value too. Company's value can be influenced by several factors, such as Corporate Social Responsibility and Profitability The purpose of this research is to analyze the factors that affect the company's value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2013-2015. The research method used in this research is hypothesis test that is to analyze the influence of corporate social responsibility toward company's value and influence profitability to company's value. The analytical method used in this research is to use multiple regression analysis with statistic package testing tool for statistical package for social science (SPSS 22) for window. The results of this study indicate that the significance level for corporate social responsibility variables is 0.012 is smaller than 0.05 so it can be concluded that corporate social responsibility variables affect the company's value, for the profitability variable the level of significance shows the value 0.000 smaller than 0.05 so it can be concluded Profitability variables affect the company's value.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Profitability, Company's Value

**ABSTRAK** :Nilai perusahaan dijadikan sebagai suatu ukuran keberhasilan manajemen perusahaan dalam prospek operasi di masa mendatang sehingga dapat mewujudkan kepercayaan bagi pemegang saham perusahaan, karena apabila kesejahteraan para pemegang saham sudah mampu terpenuhi, maka sudah pasti keadaan tersebut mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai Perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain yaitu *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2015. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji hipotesis yaitu untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis regresi berganda dengan alat bantu pengujian statistic program *statistical package for social science (SPSS 22) for window*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat signifikansi untuk variabel *corporate social responsibility* adalah 0,012 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk variabel profitabilitas tingkat signifikansi menunjukkan nilai 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah membantu investor dalam menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

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

### I. Pendahuluan

Pada dasarnya, tujuan utama perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal. Perolehan laba saja tidak cukup untuk menjaga keberlanjutan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan memiliki tujuan lain yaitu meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya. Secara

tidak langsung nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008).

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan pun merasakan dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *shareholder*, tetapi juga kepada pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti pelanggan, pemilik atau investor, *supplier*, komunitas dan juga pesaing (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Menurut Mulianti (2010) nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan dan kemakmuran para pemegang saham juga meningkat. Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak. Menurut Kasmir (2008) profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Susilawati (2012) juga menjelaskan bahwa profitabilitas menggambarkan kemampuan

perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lain sebagainya. Tingginya profitabilitas perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan itu tergantung dari bagaimana persepsi investor terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan

Pada umumnya, faktor keuangan merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan (Mulianti, 2010). Namun, faktor non keuangan juga sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu faktor non keuangan yang sekarang ini perlu dipertimbangkan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Melaksanakan CSR secara konsisten dalam jangka panjang akan meningkatkan legitimasi masyarakat terhadap kehadiran perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, image perusahaan menjadi meningkat.

*Corporate Social Responsibility* sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya berupa informasi keuangan perusahaan saja, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. *Corporate Social Responsibility* saat ini bukan lagi bersifat sukarela (*voluntary*) dimana suatu perusahaan membantu mengatasi problem sosial dan lingkungan, melainkan bersikap wajib (*obligation*) perusahaan untuk peduli terhadap dan mengentaskan krisis kemanusiaan dan

lingkungan yang terus meningkat. Hal ini terkait dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 ayat(1) tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan segala sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Untung, 2008).

## II. Kajian Pustaka

### Teori Legitimasi

Menurut Haniffa dan Cooke (2005), dalam *legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan perusahaan berusaha menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk mendapatkan legitimasi dari kelompok tersebut. Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

### Signalling Theory

*Signalling Theory* membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal. Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

### Teori Stakeholder

Menurut Hadi (2011) teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan

bukanlah suatu entitas yang hanyaberoperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagistakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi olehdukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. *Stakeholder* merupakan semuapihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi ataupun dipengaruhi olehperusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pada dasarnya teori *stakeholder* mendasarkan diri pada asumsi: (1) perusahaanmemiliki hubungan dengan banyak kelompok-kelompok konstituen (*stakeholder*) yangmempengaruhi dan dipengaruhi oleh keputusan perusahaan, (2) Teori ini ditekankan padasifat alami hubungan dalam proses dan keluaran bagi perusahaan dan *stakeholder*-nya, (3)Kepentingan semua legistimasi *stakeholder* memiliki nilai secara hakiki, dan tidakmembentuk kepentingan yang didominasi satu sama lain, (4) Teori ini memfokuskan padapengambilan keputusan manajerial.

Berdasarkan asumsi *stakeholder theory*, maka perusahaan tidak dapat terlepaskan diridari lingkungan sosial. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* sertamendudukannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapatmendukung pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*(Ardianto dan Machfudz, 2011).

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Nurlela dan Islahudin (2008) didefinisikan sebagai nilai pasar. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran kinerja perusahaan yang dapat diukur dalam rasio untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi juga, sehingga terlihat kinerja perusahaan yang baik pula.

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Riswari dan Cahyonowati (2012), konsep CSR sebagai salah satu tonggak penting dalam manajemen korporat. Pengertian dari CSR telah dikemukakan oleh banyak peneliti. Diantaranya adalah definisi yang dikemukakan oleh Boone dan Kurtz (2007) dalam Harmoni dan Andriyani (2008), pengertian tanggung jawab sosial (*social responsibility*) secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. CSR atau tanggung jawab sosial ini lebih ditegaskan lagi dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam pasal 15 huruf b Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal disebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, dalam penjelasan pasal tersebut disebutkan yang dimaksud dengan tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang

serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

### **Penelitian Terdahulu**

Welley dan Untu (2015) menguji hubungan antara struktur modal, profitabilitas dan risiko perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pengujian dilakukan terhadap 8 perusahaan pada sektor pertanian pada periode tahun 2010-2013. Hasil menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan struktur modal dan risiko perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Moniaga (2013) meneliti tentang struktur Modal, Profitabilitas Dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Porcelen Dan Kaca Periode 2007 – 2011. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas dan struktur biaya tidak berpengaruh signifikan.

Warouw *et.al*(2016)menguji hubungan antara perputaran modal kerja dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengujian dilakukan pada 9 perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2013. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perputaran modal kerja dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pertiwi *et.al* (2016) melakukan pengujian terhadap hubungan antara kebijakan hutang, keputusan investasi dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengujian dilakukan pada 6 perusahaan sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2014. Dari pengujian ini diperoleh hasil keputusan investai dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Saridewi *et.al* (2016) melakukan pengujian antara hubungan profitabilitas

dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Pengujian dilakukan terhadap 20 perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2012-2014. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Rustiarini (2010) melakukan penelitian antara hubungan *corporate governance* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Penelitian dilakukan pada 40 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2008. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate governance* dan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

### III. Metode Penelitian

Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penelitian kausal adalah desain penelitian yang bertujuan menentukan hubungan dan pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* ( $X_1$ ) dan profitabilitas ( $X_2$ ) sedangkan variabel terikatnya adalah nilai perusahaan ( $Y$ ). Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

Teknik pemilihan sampel yang akan digunakan yaitu dengan menggunakan metoda *purposive sampling*, yaitu metoda pemilihan sampel yang dilakukan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Kriteria-kriteria perusahaan yang dapat dijadikan sebagai sampel adalah sebagai berikut:

1. Seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

2. Perusahaan manufaktur yang periode fiskalnya berakhir per 31 Desember.
3. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang Rupiah selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.
4. Perusahaan manufaktur yang menyajikan *annual report* (laporan tahunan) secara lengkap selama tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.
5. Perusahaan manufaktur yang menghasilkan laba dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2015.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Salah satu alat ukur nilai perusahaan adalah menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. Variabel ini diberi simbol Q. Variabel ini telah digunakan oleh Nurlala dan Islahuddin (2008). Skala pengukuran yang digunakan adalah skala rasio. Penghitungan menggunakan rumus :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan:

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas (EMV = *closing price* x jumlah saham yang beredar)

EBV = Nilai buku dari total ekuitas

D = Nilai buku dari total hutang

Variabel independen yang pertama dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility*. Riswari dan Cahyonowati (2012), indikator yang digunakan dalam *checklist* mengacu pada indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, labour practices, humanrights, society, dan product*

responsibility sebagai dasar *sustainability reporting*.

Suripto (1999) dalam Riswari dan Cahyonowati (2012), pengukuran kemudian dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan, yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$CSD = n/K$$

Keterangan:

CSD = indeks pengungkapan CSR perusahaan

n = jumlah item pengungkapan CSR yang dipenuhi

k = jumlah semua item pengungkapan CSR (90 item)

Variabel independen kedua dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Dalam penelitian ini tingkat profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). Rasio ini menunjukkan seberapa besar efektivitas perusahaan dalam menggunakan asetnya (Agustine 2014). Semakin tinggi nilai ROA yang dimiliki oleh perusahaan, perbandingan laba yang diperoleh perusahaan pada tingkat aset tertentu akan semakin tinggi pula, sehingga profitabilitas perusahaan meningkat.

Rumus untuk melakukan perhitungan ROA adalah sebagai berikut:

$$Return\ on\ Asset = \frac{Laba\ setelah\ pajak}{Total\ Aset}$$

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Sebelum data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda, terlebih dahulu data tersebut

akan diolah dengan statistik deskriptif kemudian diuji dengan menggunakan uji asumsi klasik diantaranya (1) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual data terdistribusi secara normal atau tidak normal. (2) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. (3) Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah didalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pengganggu pada periode *t-1*. (4) Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Pada regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas. Regresi linier berganda ini digunakan untuk memproyeksikan dan mencari pengaruh dan hubungan terhadap variabel Y. Berdasarkan variabel X1 dan X2 pada objek penelitian, maka didapat persamaan regresi untuk dua prediktor sebagai berikut.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Y = nilai perusahaan

a = konstanta

b1 - b2 = koefisien regresi

X1 = variabel CSR

X2 = variabel profitabilitas

e = *error term* (tingkat kesalahan penduga)

IV. Hasil dan Pembahasan

Tabel 1  
Hasil Pengolahan Statistik Deskriptif

		Statistics		
		CSR	ROA	Firm Value
N	Valid	174	174	174
	Missing	0	0	0
Mean		,31685003	,07543454	1,75633582
Std. Deviation		,096562688	,059757047	1,255279046

Minimum	,142860	,000100	,338528
Maximum	,527473	,303000	7,201400

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 174 sampel data yang diolah melalui SPSS versi 22 seperti pada tabel 1. maka dapat diketahui bahwa :

Variabel *corporate social responsibility* yang semakin besar menunjukkan bahwa semakin banyak standar pengungkapan GRI 4 yang dipatuhi oleh perusahaan. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan yang digunakan sebagai observasi data dalam penelitian ini terdapat nilai minimum 0,142860 yang terjadi di perusahaan Tempo Scan Pasific (TSPC) pada tahun 2013 dan nilai maksimum 0,527473 yang terjadi di perusahaan Semen Baturaja (SMBR) pada tahun 2015, hal ini memiliki arti bahwa paling sedikit perusahaan yang mengungkapkan 14,2857% dari keseluruhan pengungkapan di GRI 4 dilakukan oleh Tempo Scan Pasific (TSPC) pada tahun 2013 dan paling banyak sebesar 52,7473% dari keseluruhan pengungkapan di GRI 4 dilakukan oleh Semen Baturaja (SMBR) pada tahun 2015. Nilai rata-rata 0,31685003 artinya secara rata-rata terdapat 31,685003% pengungkapan yang dilakukan dari keseluruhan pengungkapan di GRI 4. Nilai standar deviasi 0,096562688 yang artinya variasi data dari *corporate social*

*responsibility* adalah 9,65626% dari keseluruhan pengungkapan di GRI 4.

Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum 0,000100 yang terjadi di perusahaan Holcim Indonesia (SMCB) pada tahun 2015 dan nilai maksimum 0,3030 yang terjadi di perusahaan Delta Djakarta (DLTA) pada tahun 2013. Nilai rata-rata 0,07543454 yang artinya nilai profitabilitas yang digunakan sebagai observasi data dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata sebesar 0,07543454 dengan standar deviasi 0,059757047 yang artinya variasi data dari nilai profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang digunakan sebagai observasi data dalam penelitian ini adalah 0,059757047.

Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum 0,338528 yang terjadi di perusahaan Indospring (INDS) pada tahun 2015 dan maksimum 7,201400 yang terjadi di perusahaan Delta Djakarta (DLTA) pada tahun 2013, nilai rata-rata 1,75633582 dengan standar deviasi 1,255279046. Berdasarkan hasil pengujian statistik deskriptif dapat dilihat bahwa rata-rata tobin's q perusahaan manufaktur di Indonesia sudah baik, karena sudah di atas 1.

#### Uji Normalitas

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Normalitas Data Residual Setelah Outlier**

	Unstandardized Residual
N	174
Kolmogorov Smirnov Z	1.799

Hasil pengujian normalitas *residual* dengan *One Sampel Kolmogorov-Smirnov* yang dapat dilihat tabel 2. bahwa variabel *corporate social responsibility*, variabel moderasi

profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan mempunyai nilai Z hitung (Kolmogorov Smirnov) 1.799 lebih kecil Z tabel pada tingkat

keyakinan sebesar 5% yakni 1,96 Uji Multikolinieritas sehingga data berdistribusi normal.

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	,998	1,002
	ROA	,998	1,002

Pada tabel 3. menunjukkan bahwa variabel independen *corporate social responsibility*, variabel moderasi profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan memiliki nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* dibawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa di

dalam model regresi tidak terjadi korelasi antar variabel independen yang diuji dalam penelitian atau tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga model regresi tersebut baik digunakan dalam penelitian.

Uji Autokorelasi

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

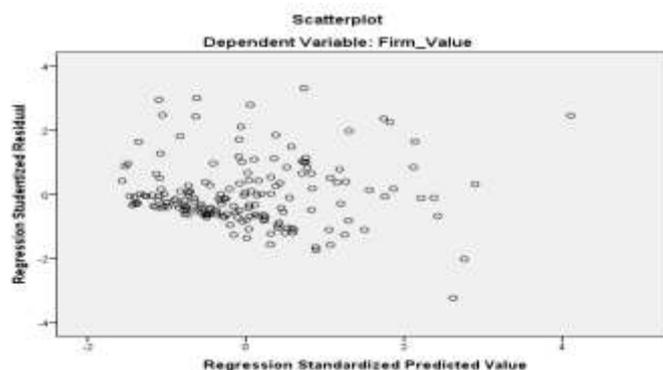
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		
					B	Std. Error
1	RES_2	-,056	,080	-,056	-,709	,479

Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4. yang menjelaskan nilai *lagresidual* (*res\_2*) nya sebesar 0,479 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi di dalam model regresi

yang digunakan oleh penelitian ini. Hal ini sebagai indikasi bahwa model regresi tersebut baik untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

**Gambar 1.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Berdasarkan gambar 1 terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedasitas pada model regresi,

sehingga model regresi layak dipakai untuk menilai Nilai Perusahaan berdasarkan masukan Variabel Independennya.

Uji Hipotesis  
Uji Regresi Berganda

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,463	,276		5,293	,000
	CSR	-2,017	,795	-,155	-2,536	,012
	ROA	12,358	1,285	,588	9,616	,000

Berdasarkan tabel 5 diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,463 - 2,017 X_1 + 12,358 X_2 + e$$

Persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta ( $\alpha$ )

Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 1,463. Hal ini berarti bahwa jika variabel independen (*corporate social responsibility* dan profitabilitas) adalah nol, maka besarnya nilai perusahaan adalah sebesar konstanta 1,463.

b. Koefisien Regresi ( $X_1$ )

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas ( $X_1$ ) sebesar -2,017. Hal

ini menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan profitabilitas akan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan sebesar 2,017.

c. Koefisien Regresi ( $X_2$ )

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas ( $X_1$ ) sebesar 12,358. Hal ini menandakan bahwa setiap peningkatan satu satuan profitabilitas akan mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan sebesar 12,358.

Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 6**  
**Hasil Analisis Adjusted R-square**

Model	Adjusted R-square
1	0,354

Seperti yang terlihat pada tabel 6 nilai *adjusted R-square* sebesar 0,354 yang berarti variasi variabel dependen nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen *corporate social responsibility* dan profitabilitas sebesar

35,4% sedangkan sisanya sebesar 64,6% dijelaskan variabel-variabel lain yang dianggap tetap dan tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini.

Uji F

**Tabel 7**  
**Hasil Uji F**

Model	F	Sig
1	48,388	0,000

Hasil pengujian uji F yang dapat dilihat pada tabel 7 menunjukkan nilai sig 0,000. Nilai sig nya lebih kecil dari 0,05 berarti model fit. Hal ini menunjukkan

data layak digunakan dalam model penelitian.  
Uji t

**Tabel 8**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,463	,276		5,293	,000
	CSR	-2,017	,795	-,155	-2,536	,012
	ROA	12,358	1,285	,588	9,616	,000

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5.10. maka dapat disimpulkan :

a. Hasil variabel *corporate social responsibility* dengan tingkat signifikansi senilai 0,012 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan Ha<sub>1</sub> diterima. Hal ini sejalan dengan paradigma *enlightened self-interest* yang menyatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial kepada masyarakat (Hartanti, 2006). Beberapa hal yang dapat menyebabkan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu:

- (1) manajemen menyadari arti penting CSR sebagai investasi sosial jangka panjang,
- (2) manajemen memahami bahwa tanggung jawab perusahaan tidak hanya untuk pemegang saham tetapi juga pihak-pihak lain yang berkepentingan,

(3) pengungkapan CSR merupakan sinyal positif bahwa perusahaan telah menerapkan *good corporate governance*,

(4) informasi tanggung jawab sosial perusahaan telah direspon baik oleh investor,

(5) perusahaan telah melakukan pengkomunikasian pesan CSR secara tepat sehingga makna CSR dapat diterima dengan baik oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan.

b. Hasil variabel profitabilitas dengan tingkat signifikansi senilai 0,000 yaitu lebih kecil dari 0,05 sehingga hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan atau Ha<sub>2</sub> diterima. Hasil penelitian ini didukung oleh teori yang menyatakan bahwa apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham suatu perusahaan juga akan meningkat (Husnan, 2001). Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi

pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan..

## V. Simpulan dan Saran

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan Rustiarini (2010) dan Saridewi *et.al* (2016) yang menyatakan bahwa variabel *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Welley dan Untu (2015), Pertiwi *et.al* (2016) serta Saridewi *et.al* (2016) bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Saran

Berdasarkan simpulan diatas maka saran bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Menambah periode penelitian menjadi 5 tahun atau lebih.
2. Menambah variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti manajemen laba, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, jenis industri dan leverage.
3. Memperluas sampel yang ada dengan memasukkan perusahaan yang bergerak di bidang non keuangan lainnya

### Daftar Pustaka

Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 2 No. 1. Hal. 42 – 47. Surabaya : Universitas Kristen Petra

Ardianto, E. dan D. M. Machfudz. 2011. *M. Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Kompas Gramedia.

Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Haniffa, R.M. and Cooke, T.E. 2005. The impact of culture and governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*; 24, 391-430

Harmoni, Ati dan Ade Andriyani. 2008. "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Official Website Perusahaan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk". *Proceeding* disajikan dalam Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008), Auditorium Universitas Gunadarma Depok, 20-21 Agustus.

Hartanti, Dwi 2006. Makna Corporate Social Responsibility: Sejarah dan Perkembangannya. *Economic Business Accounting Review*, Edisi III, September-Desember. hal 113-124.

Haruman, Tendi. 2008. "Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan". Pontianak: Simposium Nasional.

Husnan, Suad. 2001. *Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.

Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Moniaga, Fernandes. 2013. "Struktur Modal, Profitabilitas dan Struktur Biaya Terhadap Nilai Perusahaan Industri Keramik, Porselen dan Kaca Periode 2007-2011". *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 4. Hal 433-442. Manado : Universitas Sam Ratulangi
- Mulianti, F. (2010). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan. Unpublished Tesis S2, Magister Sains Akuntansi UNDIP.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)". *Jurnal. Pontianak : Universitas Syiah Kuala*.
- Pertiwi, Putri Juwita, Parengkuan Tommy dan Johan R. Tumiwa. 2016. "Pengaruh Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage* Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal EMBA*, Vol. 4 No. 1. Hal 1369-1380. Manado : Universitas Sam Ratulangi.
- Riswari, Dyah Ardana dan Nur Cahyonowati. 2012. "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-12. Semarang : UNDIP.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. "Pengaruh Corporate Governance pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*. Denpasar : Universitas Mahasaraswati Denpasar
- Saridewi, Sisca Pradnyamita, Gede P. A. J. Susila dan Fridayana Yudiaatmaja. 2016. "Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Manajemen*, Vol. 4. Bali : Universitas Pendidikan Ganesha.
- Susilawati, Christie Dwi Karya. 2012. Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45. *Jurnal Akuntansi*. 4 (2), h: 1-11.
- Untung, B. H. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Warouw, Christiana, Sintje Nangoy dan Ivonne S. Saerang. 2016. "Pengaruh Perputaran Modal Kerja dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. 16 No. 2. Manado : Universitas Sam Ratulangi.
- Welly, Morenly dan Victoria Untu. 2015. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan di Sektor Pertanian pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013". *Jurnal EMBA*, Vol. 3 No. 1. Hal 972-983. Manado : Universitas Sam Ratulangi