

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(kajian empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia periode 2014 – 2016)**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Progam Studi Strata II

Pada Progam Studi Magister Akuntansi

Sekolah Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

FITRI HANDAYANI

W100170007

PROGRAM PASCASARJANA

MAGISTER SAINTAKUNTANSI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(kajian empiris pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia periode 2014 – 2016)**

PUBLIKASI ILMIAH

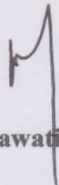
Oleh:

FITRI HANDAYANI

NIM.W100170007

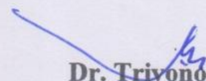
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Rina Trisnawati, M.Si, Ak CA, Ph.D

Dosen pembimbing II



Dr. Triyono, MSi

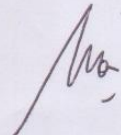
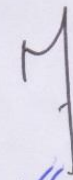
HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH PROFITABILITAS TERADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

OLEH
FITRI HANDAYANI
W100170007

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Program Studi Magister Akuntansi
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 28 November 2019

Dewan Penguji :

- | | | | |
|---|---|---|---|
| 1. Dr. Noer Sasongko, M.Si., Ak.CA
(Ketua Dewan Penguji) | (|  |) |
| 2. Rina Trisnawati, M.Si., Ak.CA., Ph.D.
(Anggota I Dewan Penguji) | (|  |) |
| 3. Dr. Triyono, M.Si.
(Anggota II Dewan Penguji) | (|  |) |



Mengetahui
Direktur


Prof. Dr. Bambang Sumarjoko., M.Pd.

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya akan bertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 28 November 2019

Penulis



FITRI HANDAYANI
W100170007

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variable moderating. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016. Ada 20 perusahaan yang terdaftar dengan 60 sampel yang memenuhi criteria sebagai penelitian yang dipilih dengan menggunakan purposive sampling. Data yang digunakan adalah data sekunder yang berasal dari annual report dan sustainability report. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dan analisis regresi moderasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa (1) profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (2) Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh sebagai variable moderasi.

Kata Kunci :Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Corporate Social Responsibility (CSR), Price To Book Value(PBV), Return On Asset (ROA).

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of profitability to the firm value with Corporate Social Responsibility as the moderating variable. the population of this research is all companies which are listed in Indonesia Stock Exchange in 2014 – 2016. There are 20 listed companies with 60 samples which fulfilling criterion as this research sample by using purposive sampling method. The data used in this research is secondary data from the annual report and sustainability report that is downloaded from Bursa Efek Indonesia website. the analysis and moderated regression analysis. The result of this research shows that (1) profitability affected to the firm value (2) CSR not affected to moderated variable.

Keywords : Firm value, Profitability, Corporate Social Responsibility (CSR),
Price to book value (PBV), Return on Asset (ROA)

1. PENDAHULUAN

Suatu perusahaan didirikan dengan tujuan utama untuk mendapatkan keuntungan atau dikenal dengan profitabilitas. Sehingga dari adanya profitabilitas maka akan berpengaruh atau tidak terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar yaitu nilai perusahaan yang dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat, karyawan dan kepada pemegang saham secara maksimal apabila harga saham meningkat (Hasnawati 2005 dan Leli 2011). Nilai perusahaan sangatlah penting karena semakin tinggi nilai perusahaan akan semakin tinggi kesejahteraan para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat berubah dikarenakan oleh informasi lain seperti situasi politik dan social. Dari fenomena tersebut perusahaan harus bisa tanggap dan siap dalam menghadapinya. kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aktivitas operasional perusahaan yang dilakukan pada periode akuntansi. Laba adalah gambaran tentang kinerja yang dapat dicapai dari proses aktivitas umum yang dilakukan perusahaan untuk periode waktu tertentu. Laba dijadikan indicator *profitabilitas* dari suatu perusahaan.

Usaha meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan didirikan. Nilai perusahaan akan terjamin terus berkembang secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi social, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan – kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat umumnya. Menurut ahli pengertian nilai perusahaan berbeda – beda, Said(2006:5) bagi perusahaan yang belum *go public* nilai perusahaan merupakan jumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal.

Nilai perusahaan (*Firm Value*) adalah nilai yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang tercermin dari harga pasar perusahaan Husnan (2007:34). Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Sujoko dan Soebiantoro).Perusahaan mempunyai tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan

melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur dari beberapa aspek salah satunya harga saham perusahaan. Modigliani dan Miller dalam Kusumajaya (2011:36) mengungkapkan “bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh struktur modal perusahaan, melainkan dipengaruhi oleh investasi yang dilakukan perusahaan dan kemampuan perusahaan melainkan dipengaruhi oleh investasi untuk menghasilkan laba (*earning power*). Nilai perusahaan (*firm value*) merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar Fama (1978) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan itu adalah apabila harga saham perusahaan meningkat maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para stakeholder, jadi nilai perusahaan adalah sebagai indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan Nurlela dan Islahuddin (2008). Nilai dalam perusahaan juga sebagai tolok ukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Laba sendiri adalah gambaran mengenai kinerja yang dapat dicapai dari proses akuntansi dalam periode tertentu. Suatu Laba dijadikan indikator oleh stakeholder untuk mengevaluasi sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan.

Kemampuan suatu perusahaan dalam mengkomunikasikan kegiatan dan kinerjanya secara efektif melalui *Corporate Social Responsibility* dinilai sebagai akuntabilitas, transparansi kredibilitas dan responsibility perusahaan kepada stakeholdernya yang dipercaya mampu meningkatkan value perusahaan. Kepemilikan publik sebagai investor akan lebih memilih berinvestasi pada perusahaan yang transparan karena adanya kepercayaan yang tinggi kepada pihak manajemen untuk keakuratan dan prediksi analisa dan informasi yang lebih rendah asimetri. *Corporate Social Responsibility* juga dipercaya mampu meningkatkan reputasi dan kepercayaan terhadap konsumen atau investor. Kredibilitas perusahaan yang tinggi sehingga berdampak pada loyalitas dan mampu meningkatkan value perusahaan.

Profitabilitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dalam rangka meningkatkan nilai pemegang saham. karena ratio profitabilitas menjelaskan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu. Menurut Syamsudin (2007) Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa pengukuran, yaitu volume penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Profitabilitas itu menggambarkan tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Dan profitabilitas dipakai sebagai salah satu cara untuk menilai keberhasilan pertumbuhan dan kinerja perusahaan yang berkaitan dengan hasil akhir suatu kebijakan dan keputusan perusahaan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan dalam periode yang berjalan. Laba dijadikan indikator para stakeholder untuk menilai sejauh mana kinerja manajemen dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam mengelola suatu perusahaan. Tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dapat dilihat dan diukur dengan cara menganalisa laporan keuangan melalui ratio profitabilitas.

Dalam beberapa tahun terakhir ini telah muncul paradigma tentang bisnis dimana informasi non keuangan wajib dan perlu untuk diungkapkan. Pemikiran dahulu bahwa bisnis dibangun hanya untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) karena tujuan utama dari bisnis ekonomi adalah laba atau keuntungan. Laba yang diharapkan adalah laba yang sebanyak banyaknya tanpa melihat dampak yang muncul dari usaha bisnis tersebut. Untuk menghindari persepsi buruk dari masyarakat sekitarnya terhadap dampak usaha bisnis tersebut maka perusahaan menerapkan program *Corporate Social Responsibility (CSR)*. CSR adalah suatu program dari tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dimana perusahaan tersebut ada dan dapat mencakup lingkungan yang lebih luas lagi. CSR adalah salah satu bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan yang meliputi masyarakat dan sumber daya yang ada. Antara CSR dan perusahaan mempunyai hubungan yang sangat kuat kaitannya untuk menunjukkan minat investor atau pemilik saham dalam menilai perusahaan. Citra perusahaan akan meningkat dengan adanya program CSR sehingga masyarakat atau public tertarik untuk memiliki saham yang ada di perusahaan tersebut.

1.1.Kajian Teori

CSR dapat diartikan sebagai penyajian sejumlah informasi yang dibutuhkan untuk pengoperasian secara optimal dan efisien.CSR dapat dijelaskan sebagai program yang wajib(*mandatory*) oleh perusahaan berdasarkan aturan dan standar tertentu. CSR suatu program yang bersifat sukarela (*voluntary*) yaitu sebagai pengungkapan informasi yang tidak terikat oleh aturan atau standar yang berlaku. *Corporate Social Responsibility* di Indonesia dijelaskan dalam UU perseroan terbatas dan lingkungan.Melalui UU ini perusahaan dituntut untuk memenuhi tanggung jawab sosialperusahaan yang dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).Konsep CSR ini timbul dari karakter alami dari setiap perusahaan yang mencari keuntungan dengan melibatkan peran karyawan masyarakat disekitar perusahaan dan lingkungan. Definisi dari CSR memiliki banyak versi dan ICA 2011 menyepakati untuk merumuskan pengertian dari CSR yaitu suatu komitmen upaya perusahaan yang mengoperasikan perusahaan secara legal dan untuk meminimalkan resiko kehadiran perusahaan, berkontribusi terhadap pembangunan social, ekonomi dan lingkungan serta pembangunan yang terus berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup sebagai pemangku jabatan.

Menurut the world Bank Group *Bussiness Council for Sustainable Development* dalam Lako (2011:25) CSR didefinisikan sebagai suatu komitmen berkelanjutan dari usaha untuk berperilaku secara etis dan membantu pembangunan (*sustainable development*) bekerja sama dengan karyawan serta perwakilannya, keluarganya, masyarakat dan komunitas local umumnya untuk memperbaharui kualitas hidup dalam cara – cara

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Adhitiya(2016), Septiana (2012), Erlinda (2013), Ibrahim et al (2014), Ervina et all (2013), menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukanIndraswari et al (2015). Hasil penelitian yang dilakukan Sari (2013), menunjukkan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan. Wien (2010) menyataka bahwa kepemilikan Institusional tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.Erlinda

(2013) menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Rachman dan Maghfiroh (2013) menunjukkan kepemilikan manajerial dan Institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dibuat untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut (1) Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia berturut – turut dari periode tahun 2014 – 2016. (2) Perusahaan Manufaktur yang menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2014 – 2016 secara berturut – turut, (3) Perusahaan Manufaktur yang menerbitkan laporan berkelanjutan (sustainability report) selama tahun 2014 – 2016 dan (4) Perusahaan yang menggunakan ukuran satuan mata uang rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sampel sebanyak 60 perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI periode 2014 – 2016.

2.1 Pengukuran Variabel Penelitian

2.1.1 Nilai Perusahaan.

Menurut Indrawati (2018) nilai perusahaan mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham dan menjadi indikator penting bagi investor. Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya harga pasar saham perusahaan. Nilai perusahaan akan diukur dengan price to book value (PBV). Rasio price to book value merupakan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas. Formulasinya dapat dirumuskan sebagai berikut ;

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

2.1.2 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan dalam kegiatan operasinya. Keuntungan dari investasi yang dilakukan menjadi hal yang diinginkan oleh pemegang saham. Profitabilitas yang tinggi mengartikan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang besar untuk membayarkan deviden, sehingga para investor akan tertarik untuk berinvestasi. Profitabilitas diukur dengan proksi Return on Asset (ROA), formulasinya sebagai berikut ;

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate social responsibility merupakan bentuk pemahaman dari perusahaan akan pentingnya tanggung jawab perusahaan dalam meminimalisir efek negative yang timbul dari segala kebijakan dan aktifitas operasional perusahaan. Corporate social responsibility dapat diukur dengan menggunakan GRI 4. Penilaian yang dilakukan untuk mengukur pengungkapan corporate social responsibility dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan. Formulasi diruuskan sebagai berikut;

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

2.2 Analisis Regresi Linear

Tehnik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi berganda dengan persamaan berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 P + e$$

$$NP = \beta_2 + \beta_1 P - \beta_2 \text{ CSR} - \beta_2 P_2 \text{ CSR} + e$$

Keterangan :

NP : Nilai perusahaan

P1 : profitabilitas

CSR :Corporate Social Responsibility

α : Konstanta

β : Koevisien Regresi

e : error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengungkapan CSR merupakan salah satu cara untuk menunjukkan apresiasi perusahaan kepada investor dan public. CSR dapat digambarkan dengan teori stakeholder, para stakeholder pada dasarnya memiliki kekuatan untuk mempengaruhi pemakaian sumber daya ekonomi yang ada diperusahaan. Berdasarkan hasil beberapa penelitian terdahulu diatas menunjukkan bahwa penentuan variable – variable independen sebagai pengaruh terhadap nilai perusahaan, dan kelompok yang dijadikan obyek penelitian juga berbeda – beda. Hal tersebut mendasari untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai variable – variable Independen yang mempengaruhi nilai perusahaan. Sehubungan dengan hal tersebut dalam penelitian ini menggunakan variable independen yaitu perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2015 - 2017 dan variable dependen yaitu nilai perusahaan dan profitabilitas.

Data penelitian yang digunakan adalah seluruh perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2016, dengan tehnik pengambilan sample yang digunakan purposive sampling diperoleh 60 data perusahaan manufaktur 2014 – 2016. Data tersebut kemudian diolah menggunakan progam statistic SPSS dengan hasil sebagai berikut :

3.1. Hasil Pengujian Statistik Deskriptif

Statistic Deskriptif

	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
Prof	-1200	1826	053383	0645205
NP	0.500	4.2000	1.842407	1.1876152
CSR	25.0000	68.0000	42.222222	12.3068729
Prof CSR	-4.6785	11.0444	2.705341	3.4512759
Valid N(listwise)				

Dari hasil statistik dekriptif dapat dilihat profitabilitas paling maksimum yaitu 0.1826 yang dimiliki oleh PT SMCB yang diukur dengan ROA. Sementara untuk jumlah nilai profitabilitas paling kecil yaitu sebesar -0.12 dimiliki oleh PT GIAA, Rerata profitabilitas yaitu 0,053% dan standar deviasi 0,080 yang menunjukkan sebaran data profitabilitas.

Nilai perusahaan memiliki nilai tertinggi sebesar 4.2 yang dimiliki oleh PTMLBI yang diukur dengan nilai PBV, sedangkan nilai terkecil dari variabel nilai perusahaan yaitu sebesar 0.05 dimiliki oleh PT. INDY Rerata nilai perusahaan yaitu 2.25 dan standar deviasi 2.99 yang menunjukkan sebaran data nilai perusahaan.

CSR memiliki nilai tertinggi sebesar 68 yang dimiliki oleh PT TLKM yang diukur dengan nilai GRI 4, sedangkan nilai terkecil dari variabel CSR yaitu sebesar 25 dimiliki oleh PT. INDY. Rerata CSR yaitu 42.22 dan standar deviasi 12.35 yang menunjukkan sebaran data CSR

Dari tabel 6 dapat diperhatikan bahwa nilai *tolerance* variabel – variable independen yang digunakan dalam model regresi di penelitian ini memiliki nilai di atas 0,01 dan nilai VIF nya di atas 10. Sehingga hasil pengujian ini mengindikasikan bahwa antar variabel – variable dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami multikolonieritas atau bebas multikolonieritas.

3.2. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris terkait, *corporate social responsibility*, *profitabilitas* dan *nilai perusahaan*. Untuk memenuhi tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan analisa data atas model regresi berganda yaitu patch analisis. Hasil pengujian model regresi berganda dijelaskan dalam pemaparan berikut ini.

3.3. Uji Hipotesis

Pada pengujian hipotesis ini untuk membuktikan pengaruh dari variable independen yaitu profitabilitas terhadap variable dependen yaitu nilai perusahaan dengan variable moderating yaitu corporate social responsibility. Dengan uji

hipotesis menggunakan 2 persamaan. Persamaa 1 untuk analisis regresi berganda dan persamaan 2 untuk analisis regresi moderating. regresi linear berganda. Pada Tabel 7 berikut ini ditampilkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis regresi linear berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Persamaan 1			Persamaan 2		
	B	t	Sig	B	t	Sig
Constant	1.146	7.640	.000	1.268	1.858	.069
PROF	13.037	7.235	.000	16.308	2.176	.034
CSR				-.003	-.183	.855
PROF_CSR				-.057	-.334	.740
Fhitung	52.347			17.164		
Sig.F	0.000			0.000		
R2	502			507		

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda di atas, maka persamaan regresi

penelitian ini dapat disusun sebagai berikut:

Persamaan 1:

$$Y = 1.146 + 13.037 \text{ PROF} + e$$

Persamaan 2:

$$Y = 1.268 + 16.308 \text{ PROF} - 0.003 \text{ CSR} - 0.057 \text{ PROF_CSR} + e$$

Pada persamaan 1 hasil uji regresi linier berganda pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan menunjukkan nilai konstanta sebesar 1.146 yang berarti jika nilai variabel independen profitabilitas sama dengan 0 maka nilai variabel dependen nilai perusahaan sebesar 1.146

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas menunjukkan nilai positif sebesar 13.037 yang artinya setiap nilai profitabilitas naik 1 satuan, maka nilai perusahaan naik sebesar 13.037. variabel profitabilitas mempunyai nilai koefisien positif yang berarti semakin tinggi nilai profit maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Pada persamaan regresi yang kedua menggunakan variabel CSR sebagai variabel moderasi. Analisis yang digunakan yaitu regresi moderasi dimana dalam model regresi mengandung unsur interaksi dua atau lebih variabel independen. Hasil dari persamaan regresi 2 menunjukkan nilai konstanta 1.268 yang artinya jika nilai variabel profitabilitas, CSR dan interaksi profitabilitas dengan nol maka nilai variabel dependen yaitu nilai perusahaan adalah sebesar 1.268.

Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas dengan CSR menunjukkan nilai negatif sebesar -0.057 yang artinya setiap nilai profitabilitas naik 1 satuan, maka nilai perusahaan turun sebesar 0.057. Variabel CSR mempunyai nilai koefisien positif yang berarti CSR memperlemah hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai CSR maka hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan akan semakin turun.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Kartini dan Arionto, 2008), Kamil dan Herusetya 2012) berpendapat bahwa tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas dan tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan nya. Menurut Wulandari dan Wiksuana (2017) definisi umum menurut World Business Council on Sustainable Development Corporate Social Responsibility adalah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya.

H₁ : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh CSR Terhadap Hubungan Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan.

Dengan adanya pengungkapan CSR pada perusahaan diharapkan mampu meningkatkan daya tarik para investor untuk menanamkan saham pada perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR di perusahaan berperan penting dalam

meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan dan profitabilitas melalui loyalitas konsumen yang terbangun dengan cara pelaksanaan kegiatan social di lingkungannya (Putrid dan Raharja 2013). Nurlela dan Islahuddin 2008) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa corporate social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Luas pengungkapan Corporate Social Responsibility akan semakin tinggi pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas. Maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H2 : Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan

4. PENUTUP

Penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu Nilai perusahaan, variabel independen profitabilitas dan variabel CSR sebagai moderasi pada perusahaan yang menerbitkan *sustainability report* non keuangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Dari hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan CSR tidak berpengaruh sebagai variabel moderasi. Untuk lebih detailnya penjelasannya dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas pada diukur menggunakan ROA, dimana ROA menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dari sumber daya atau asset yang dimiliki perusahaan (Maryam, 2012). Dari hasil statistik menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dimana nilai signifikansi sebesar 0.034 lebih kecil dari 0,05. Dari hasil ini menyatakan bahwa hipotesis 1 diterima karena profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas (ROA) secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini dkk. (2014), Garmayuni (2015), Johan (2012), serta Dewi dan Wirajaya (2013).

b. Pengaruh CSR Terhadap Hubungan antara Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan.

CSR dapat menciptakan umpan balik positif, seperti meningkatkan transparansi dari dampak sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan dan struktur organisasi mereka, serta dapat mengubah sistem kontrol internal untuk lebih meningkatkan kepatuhan terhadap peraturan dan keandalan dari pelaporan (Cheng *et al*, 2014). Dari hasil statistik menunjukkan bahwa CSR tidak memoderasi profitabilitasterhadap nilaiperusahaan dimana nilai signifikansi sebesar 0.740 lebih besar dari 0,05. Dari hasil ini menyatakan bahwa hipotesis 2 ditolak karena CSR tidak memoderasi profitabilitasterhadap nilaiperusahaan.

Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deriyarso (2014), Rahayu (2010), dan Dwijayanti (2012) yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility*memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga diperoleh pada penelitian Caroline (2013), dan Zuhroh dkk.,(2003), Post *et al.*,(2002), *Corporate Social Responsibility*tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini menggunakan kurun waktu tiga tahun untuk perusahaan yang mengeluarkan Anual Report dan hanya perusahaan manufaktur hanya menggunakan dua variabel.

Saran

Untuk penelitian yang akan datang dapat menggunakan sampel perusaaan manufaktur dan tambang, perbankan dengan menambah beberapa variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, Suhadak, NuzulaNila, 2016 “*Pengaruh Pengungkapan CSR dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan* “ Brawijaya jurnal Administrasi Bisnis Vol 51 Nomor 1 tahun 2016 konomi Bisnis, universitas Brawijawa Malang.
- Ibrahim Melinda, Solikahan Eka Zahra, Widyatama Arif 2015, “*Karakteristik perusahaan, luas pengungkapan Corporate Social Responsibility, dan Nilai*

- Perusahaan*”, Jurnal Akuntansi universitas Ichsan Gorontalo, Volume 6 Nomor 1, ISSN 2089-5879.
- Indraswari, Astika Putra, “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Saham Public Terhadap Pengungkapan CSR 2015” E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Volume 11, Nomor 1, ISSN : 2302 – 8556.
- Isnaini, Hafidah dan Anang Subardjo 2017, “ *Pengaruh Profitabilitas Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility*” Journal Ilmu dan Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia Vol. 6 No. 6
- Khafa Lais, Laksito Herry, 2015 “*pengaruh CSR, ukuran perusahaan, leverage, dan keputusan investasi pada kinerja perusahaan*” Diponegoro journal of Accounting , Volume 4, Nomor 4, tahun 2015 ISSN (online) : 2337 – 3806.
- Masyitha Emi, 2016 “*Factor – Factor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Social Dalam Laporan keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek*”, jurnal Al Qash, Volume 1 Nomor 1 tahun 2016, halaman ISSN: 2528 - 5122
- Murpradana, dita 2015. “*Analisis pengaruh kinerja financial terhadap terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility (CSR) sebagai variable pemoderasi*. “ journal Akuntansi Bisnis Vol XIV No.27.
- Permatasari, efa 2016, “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variable Moderasi di Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*” Prosiding Akuntansi Vol.2 No. 2
- Pramana, Ngurah Agung Dwi Dan Mustanda, Ketut 2016, “*Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Pemoderasi*,” E- journal Manajemen Universitas Udayana 5(1) pp:561-594
- Rachmalia Harmdika, Zahroh ZA dan Maria Goretti Wi Endang NP 2016., “*Pengaruh Rasio Likuiditas dan Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*”, Journal Administrasi Bisnis, Vol 38 No 2.

- Rosiana Ervina , Juliarsa Gede, Sari Ratna Maria, 2013 “*Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai Variable Pemoderasi*”, E-Journal Akuntansi Universitas Udayana, ISSN : 2302 – 8556.
- Santoso, S 2008 *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik* PT Elex Media Komputindo Jakarta.
- Septiana Amelia rika, rika , Nur Emrinaldi 2012 “*pengaruh implementasi corporate social responsibility, terhadap profitabilitas perusahaan*” universitas Pekan Baru journal Volume 4, Nomor 2 Juli 2012.
- Setiaji Afuah Danang, 2014, “*Konsep Implementasi dan Pengaruh Akuntansi CSR (Corporate Social Responsibility) Terhadap Kinerja Perusahaan*”, Sekolah Tinggi Akuntansi Negara
- The Impact Of Board Diversity And Gender Composition On Corporate Social Responsibility And Firm Reputation*, journal of Business Ethics (2010)
- Trisnawati Rina, Khalifatun Ika, 2017 “*Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi*”, jurnal Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Trisnawati Rina, Pratiwi Ketut, Khalifatun Ika Pramudianti Audina Eva, 2014, “*Pengaruh Profitabilitas Kepemilikan Manajerial Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variable Moderasi*” jurnal Fakultas Ekonomi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Widyanti, Citra Febri 2016 “*Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variable Pemoderasi*” Pada Perusahaan Sektor Agrikultur, artikel ilmiah.
- Yuniasih, Ni Wayan Dan Made Wirakusuma 2007, “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variable Pemoderasi*”, Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis vol 4 no.1