

# PENGARUH PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Gusti Ayu Made Ervina Rosiana<sup>1</sup>

Gede Juliarsa<sup>2</sup>

Maria M. Ratna Sari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: [gusti18ervina@gmail.com](mailto:gusti18ervina@gmail.com) / telp: +62 813383098 98

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang dipakai dalam penelitian adalah 55 data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008 sampai 2012 yang mana data dalam penelitian berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui teknik dokumentasi. Data penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dan uji kesesuaian model dengan adjusted R<sup>2</sup> sebesar 37,6% yang diolah dengan menggunakan teknik regresi linier berganda dan sebesar 77,8% yang diolah dengan menggunakan teknik Moderated Regression Analysis. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci:** *pengungkapan csr, profitabilitas, nilai perusahaan*

## ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of to determine the effect of Corporate Social Responsibility disclosure to the value of the company on manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange to profitability as a moderating variable. The samples used in the study is 55 observations of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2008 to 2012 which is where the data in the study came from the secondary data obtained through technical documentation. The data of this study was to qualify the classical assumption and test the suitability of the model with an adjusted R<sup>2</sup> of 37.6% which is processed using multiple linear regression techniques and by 77.8% which is processed using techniques Moderated Regression Analysis. The analysis showed that CSR disclosure positive and significant effect on firm value and profitability to strengthen the influence of CSR disclosure on firm value.

**Keywords:** *corporate social responsibility disclosure, profitability, firm value*

## PENDAHULUAN

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 (Rika dan Islahuddin, 2008). Bowen (1943) menyatakan bahwa keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum, bukan hanya untuk warga bisnis itu sendiri. Suatu entitas dalam menjalankan usahanya tidak terlepas dari masyarakat dan lingkungan sekitarnya, sehingga menciptakan hubungan timbal balik antara masyarakat dan perusahaan. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012).

CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. Perkembangan CSR terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan yang aktivitasnya terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal itu termuat dalam UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Utama, 2007). Gossling dan Voucht (2007)

mengatakan bahwa CSR dapat dipandang sebagai kewajiban dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya terhadap salah satu *stakeholder* saja. Jika perusahaan tidak memberikan akuntabilitas kepada seluruh *stakeholder* yang meliputi karyawan, pelanggan, komunitas, lingkungan lokal/global, pada akhirnya perusahaan tersebut akan dinilai buruk dan tidak akan mendapatkan dukungan dari masyarakat.

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Heinkel *et al.* (2001) perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan. Selain itu, Chariri (2008) berpendapat bahwa pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai alat manajerial untuk menghindari masalah social dan lingkungan.

Sembiring (2003) mendapatkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan menurut Preston (1978) dalam Hackston dan Milne (1996), perusahaan akan semakin banyak mengungkapkan aktivitas CSR apabila tingkat profitabilitas perusahaan tersebut semakin tinggi. Secara teoritis, semakin banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat karena pasar akan memberikan apresiasi positif kepada perusahaan yang melakukan CSR yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Investor mengapresiasi praktik CSR dan melihat aktivitas CSR sebagai pedoman untuk menilai potensi keberlanjutan suatu perusahaan. Oleh sebab itu, dalam mengambil keputusan investasi, banyak investor yang cukup memperhatikan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan (Ghoul *et al.*, 2011).

### **Teori Stakeholder**

*Stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah

(Purwanto, 2011). Daud dan Abrar (2008) berpendapat bahwa kelompok tersebut menjadi pertimbangan paling penting untuk perusahaan mengungkapkan informasinya. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan merupakan entitas yang beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri tetapi juga harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Oleh sebab itu, dukungan dari *stakeholder* sangat mempengaruhi keberadaan suatu perusahaan. Jensen (2001) menyatakan bahwa keputusan manajemen harus memperhatikan *stakeholder*-nya untuk meningkatkan nilai perusahaan. *Stakeholder* juga mempunyai hak terhadap tindakan-tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, seperti halnya pemegang saham (Waryanti, 2009).

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan suatu gagasan tentang kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat. Menurut teori ini, untuk diterima oleh masyarakat, perusahaan harus mengungkapkan aktivitas sosial perusahaan sehingga akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Reverte, 2009). Teori legitimasi juga berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena pengungkapan CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan (Branco dan Rodrigues, 2008).

### **Teori Sinyal**

Teori sinyal 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 CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan

tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010).

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

CSR yaitu suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar. Menurut Cheng dan Yulius (2011), aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti: dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan *brand positioning*, dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*. Pengungkapan CSR merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampaknya terhadap sosial dan lingkungan (Mathews, 1995).

### **Profitabilitas**

Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba (Kartini dan Arianto, 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 tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini, seperti yang diungkapkan oleh Fama (1978), karena apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para *shareholder*. Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Nilai perusahaan dalam penelitian diukur menggunakan Tobin's Q karena informasi yang diberikan oleh Tobin's Q dinilai paling baik. Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan tidak terfokus pada investor dalam bentuk saham saja (Sukamulja, 2004 dalam Permasari, 2010). Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar aset yang lebih besar daripada nilai bukunya. Apabila nilai Q lebih kecil dari 1, berarti investasi dalam aktiva tidak menarik (Herawaty, 2008).

Berdasarkan teori dan hasil-hasil penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H<sub>1</sub> : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H<sub>2</sub> : Profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012 dengan mengakses website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penelitian menggunakan sumber data sekunder yang didapat dari laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012. Pengumpulan data dengan teknik dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan dan memanfaatkan data laporan tahunan perusahaan manufaktur tahun 2008-2012 yang telah tersedia sebagai informasi. Data tersebut didapat dari situs yang dimiliki oleh BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Populasi penelitian yaitu kumpulan dari seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2008-2012 dengan jumlah 119 perusahaan. Pengambilan sampel dengan metode *nonprobability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling* untuk memperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan, yaitu perusahaan manufaktur yang

terdaftar di BEI selama periode tahun 2008-2012 dan memiliki laporan tahunan lengkap selama periode tahun 2008-2012. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel tersebut, diperoleh 11 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel sehingga jumlah sampel selama lima tahun periode pengamatan adalah sebanyak 55 data.

Penelitian ini menggunakan teknik Analisis Regresi Linier Berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 15. Tahap yang dilakukan adalah uji asumsi klasik, perumusan model analisis regresi, koefisien determinasi, uji kesesuaian model dan uji statistik t.

Definisi operasional variabel yang dipakai yaitu:

1. Pengungkapan CSR diukur menggunakan daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu dengan memberi skor "0" untuk setiap item yang tidak diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan memberi skor "1" untuk setiap item yang diungkapkan (Sembiring, 2005).

$$CSRI_j = \frac{n}{k} \dots \dots \dots (1)$$

Dimana,

CSRI<sub>j</sub> : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

n : jumlah skor pengungkapan yang diperoleh untuk perusahaan j

k : jumlah skor maksimal (78)

2. Profitabilitas dalam penelitian diproksi menggunakan *Return On Assets* (ROA).

$$ROA = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Total Aktiva}} \dots \dots \dots (2)$$

3. Nilai Perusahaan diproksi dengan Tobin's Q.

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)} \dots \dots \dots (3)$$

Dimana :

Q : nilai perusahaan

EMV : nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham yang beredar)

D : nilai buku dari total hutang

EBV : nilai buku dari ekuitas

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Penelitian dilakukan padaseluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI menggunakan data *time series* dalam kurun waktu 2008 hingga 2012. Jumlah data dalam penelitian ini sebanyak 55 data. Berdasarkan 55 data penelitan, berikut adalah hasil dari uji asumsi klasik.

**Tabel 1.**  
**Hasil Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual</i>	
	Analisis Regresi Linear Berganda	MRA
N	55	55
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	1,013	0,564
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,256	0,909

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Tabel 1 menunjukkan Sig. (2 – tailed) dalam One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test pada analisis regresi linear berganda dan MRA masing-masing senilai 0,256 dan 0,909 yaitu di atas 0,05. Ini berarti bahwa data yang diuji terdistribusi normal.

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

	Analisis Regresi Linear Berganda	MRA
Durbin - Watson	1,852	1,772

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Tabel 2 menunjukkan nilai Dw pada analisis regresi linear berganda dan MRA masing-masing sebesar 1,852 dan 1,772, sementara dengan jumlah  $n = 55$  diperoleh nilai  $d_U = 1,64$  dan  $4 - d_U = 2,36$ . Nilai Dw sebesar 1,852 dan 1,772 terletak diantara nilai  $d_U$  dan  $4 - d_U$  yang



merupakan daerah bebas autokorelasi. Ini berarti data penelitian tidak mengandung gejala autokorelasi.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR		
ROA	0,5631,777	
CSR*ROA	0,540 1,851	

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Tabel 3 menunjukkan seluruh variabel bebas dengan tolerance bernilai diatas 0,1 serta VIF dengan nilai dibawah 10. Ini berarti data pada penelitian tidak mengandung gejala multikolinearitas.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Sig.	
	Analisis Regresi Linear Berganda	MRA
1 (Constant)	0,019	0,715
CSR	0,738	0,441
ROA		0,265
CSR*ROA		0,454

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 4, nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolute residual pada analisis regresi linear berganda dan MRA berada di atas 0,05. Ini berarti bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada data penelitian.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam menguji hipotesis pertama dilakukan uji regresi linear berganda, dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 5.**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,156	0,301	0,623	0,518	0,606
CSR	5,378	0,928		5,794	0,000

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Persamaan regresi yang dihasilkan tabel 5, sebagai berikut.

$$Y = 0,156 + 5,378 X_1 + e$$

1. Nilai Konstanta 0,156 memiliki arti apabila pengungkapan CSR konstan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,156 persen.
2. Nilai koefisien regresi pengungkapan CSR ( $X_1$ ) sebesar 5,378 memiliki arti apabila pengungkapan CSR meningkat sebesar 1 persen, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 5,378 persen.

**Tabel 6.**  
**Hasil MRA**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,720	0,340		2,120	0,039
CSR	0,206	1,134	0,024	0,181	0,857
ROA	-0,561	3,170	-0,039	-0,177	0,860
CSR*ROA	30,886	9,385	0,907	3,291	0,002

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Persamaan regresi yang dihasilkan tabel 6, sebagai berikut.

$$Y = 0,720 + 0,206 X_1 - 0,561 X_2 + 30,886 X_1X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut memiliki makna sebagai berikut.

1. Nilai Konstanta 0,720 memiliki arti apabila pengungkapan CSR, profitabilitas, hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan profitabilitas konstan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,720 persen.
2. Nilai koefisien regresi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ( $X_1$ ) sebesar 0,206 memiliki arti apabila pengungkapan *Corporate Social Responsibility* meningkat sebesar 1 persen dengan anggapan variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,206persen.

3. Nilai koefisien regresi profitabilitas ( $X_2$ ) sebesar  $-0,561$  memiliki arti apabila profitabilitas meningkat sebesar 1 persen dengan anggapan variabel lainnya konstan, maka nilai perusahaan menurun sebesar  $0,561$  persen.

### Hasil Uji Kesesuaian Model dan Koefisien Determinasi

Uji Kesesuaian Model bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat layak digunakan sebagai alat analisis untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Hasil pengujian disajikan dalam tabel berikut.

**Tabel 7.**  
**Hasil Uji Kesesuaian Model**

Model		Analisis Regresi Linear Berganda		MRA	
		F	Sig.	F	Sig.
1	Regression Residual Total	33,566	0,000 <sup>a</sup>	64,128	0,000 <sup>a</sup>

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Tabel 7 menunjukkan *p-value* pada analisis regresi linear berganda dan MRA masing-masing sebesar  $0,000$  yaitu di bawah  $0,05$ , berarti model regresi layak digunakan dalam penelitian ini.

Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* pada regresi linear bertujuan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen memengaruhi variabel dependennya. Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* dapat dilihat pada tabel 8.

**Tabel 8.**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model		Analisis Regresi Linear Berganda	MRA
1	R Square	0,388	0,790
	Adjusted R Square	0,376	0,778

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 8, nilai *adjusted R<sup>2</sup>* pada analisis regresi linear berganda dan MRA masing-masing sebesar  $0,376$  dan  $0,778$ . Nilai *adjusted R<sup>2</sup>* pada analisis regresi linear

berganda sebesar 0,376 memiliki arti bahwa 37,6% perubahan nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan 62,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Sedangkan, nilai *adjusted R<sup>2</sup>* pada MRA sebesar 0,778 memiliki arti bahwa 77,8% perubahan nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel pengungkapan CSR serta profitabilitas sebagai variabel moderasi, sedangkan 22,2% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model.

### Hasil Uji Statistik t

**Tabel 9.**  
**Hasil Uji Statistik t Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		B	T	Sig
1	(Constant)	0,156	0,518	0,606
	CSR	5,378	5,794	0,000

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Berdasarkan tabel 9, diperoleh bahwa variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mempunyai koefisien dengan arah positif. Hal itu menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR akan cenderung memiliki nilai perusahaan yang tinggi.

#### a. Pengujian Hipotesis 1

Berdasarkan tabel 9 didapatkan hasil estimasi variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai t sebesar 5,794 dengan signifikansi nilai 0,000 yaitu di bawah 0,05 memiliki arti bahwa variabel pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga **Hipotesis 1 diterima**. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan dan apresiasi bagi *stakeholder* dan akan meningkatkan nilai perusahaan (Freeman *et al.*, 2006). Penelitian dengan hasil yang sama dilakukan Luo dan Bhattacharya (2006) serta Nurlela dan Islahuddin (2008).

**Tabel 10.**  
**Hasil Uji Statistik t MRA**

Model		B	T	Sig
1	(Constant)	0,720	2,120	0,039
	CSR	0,206	0,181	0,857
	ROA	-0,561	-0,177	0,860
	CSR*ROA	30,886	3,291	0,002

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2013.

Berdasarkan tabel 10 diperoleh bahwa koefisien variabel moderasi profitabilitas memiliki arah positif. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan profitabilitas akan cenderung memperkuat pengaruh antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

#### **b. Pengujian Hipotesis 2**

Berdasarkan tabel 10 diperoleh hasil estimasi variabel moderasi profitabilitas dengan nilai t sebesar 3,291 dan signifikansi nilai 0,002 yaitu dibawah 0,05. Berarti variabel profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, sehingga **H<sub>2</sub> diterima**. Seperti pendapat yang diungkapkan Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) bahwa profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada *shareholder* dan *stakeholder*. Profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat manajemen dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2012 dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan sampel

yang berbeda atau dapat menambah sampel, tidak hanya menggunakan perusahaan manufaktur saja serta memperluas rentang waktu penelitian sehingga diharapkan lebih mampu melakukan generalisasi pada hasil penelitian. Selain itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *Good Corporate Governance* (GCG).

## REFERENSI

- Bowen, Howard R. 1943. *The Interpretation of Voting in the Allocation of Economic Resources. The Quarterly Journal of Economics*, 58 (1), pp: 27-48.
- Branco, Manuel Castelo and Rodrigues Lucia Lima. 2008. *Faktors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. Journal of Business Ethics*, 83, pp: 685-701.
- Chariri, Anis. 2008. Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi*, 8(2), h: 151-169.
- Cheng, Megawati dan Yulius Logi Christiawan. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Abnormal Return*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 13(3), Mei 2011, h: 24-36.
- Daud, Rulfah M. dan Abrar Amri. 2008. Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di BEI). *Jurnal Telaah & Riset Akuntansi*, 1(2), Juli 2008, h: 213-231.
- Ghoul, Sadok El, Omrane Guedhami, Chuck C. Y. Kwok and Dev R. Mishra. 2011. *Does Corporate Social Responsibility affect the cost of capital?. Journal of Banking & Finance*, 35 (9), pp: 2388-2406.
- Gossling, Tobias dan Chris Vocht. 2007. *Social Role Conceptions and Corporate Social Responsibility Policy Success. Journal of Business Ethics*, 74, pp: 363-372.
- Hackston, David dan Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9 (1), pp: 77-100.
- Heinkel, Robert, Alan Kraus and Josef Zechner. 2001. *The effect of green investment on corporate behavior. Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 36 (4), pp: 431.
- Herawaty, Vinola. 2008. Peran Praktek *Corporate Governance* sebagai *Moderating Variable* dari Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10 (2), h: 97-108.
- Jensen, Michael C. 2001. *Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function. European Financial Management*, 7(3), pp: 297-317.

- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan *Corporate Social Responsibility*. *Media Riset Akuntansi*, 2(1), h: 1-17.
- Kartini dan Tulus Arianto. 2008. Struktur Kepemilikan, Profitabilitas, Pertumbuhan Aktiva Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 12(1), h: 11 – 21.
- Mathews, M.R. 1995. *Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern*. *Journal of Business Ethics*, 14(8), pp: 663-671.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Nuzula, Nila Firdausi and masanori Kato. 2011. *Do Japanese Capital Markets Respond to the Publication of Corporate Social Responsibility Reports?*. *Journal of Accounting, Finance and Economics*, 1(1), pp: 48-60.
- Purwanto, Agus. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1), November 2011, h: 1-94.
- Reverte, C. 2009. Determinants of *Corporate Social Responsibility* Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88, pp: 351-366.
- Rika, Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Rustiarini, Ni Wayan. 2010. Pengaruh *Corporate Governance* pada Hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto 2010*.
- Sari, Rizkia Anggita. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, 1(1), h: 124-140.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2003. Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. Makalah disampaikan pada *Simposium Nasional Akuntansi VI Surabaya*, 16 – 17 Oktober 2003.
- \_\_\_\_\_, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *SNA VIII Solo*, 15-16 September 2005.
- Undang-Undang No.40 tahun 2007.
- Utama, Sidharta. 2007. *Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia*. [www.ui.edu](http://www.ui.edu). Diakses tanggal 18 Mei 2013.

Waryanti, 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi* S1 Akuntansi UNDIP.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)