

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

Meri Susanti¹

Universitas Kristen Duta Wacana

Eko Budi Santoso²

Universitas Kristen Duta Wacana;

E-mail: ekobs3508@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of firm size and profitabilities to firm value in manufacture companies listed in Indonesia Stock Exchange. The variables used in this research are profitability as an independent variable, firm size as a control variables, the value of the company as a dependent variable and the disclosure of CSR as a moderator. This study used secondary data in the form of annual financial statements published on the Stock Exchange 2007-2009. The data used in this study were obtained from 87 companies that have published annual reports and CSR reports revealed for 2007-2009. The sample using purposive sampling method. The collected data will be analyzed by first using classical assumption test before using hypothetic test. Hypotetic testing using in this study using multiple linear regression with F test and t test. The results showed that partially, CSR as a moderation able to strengthen profitability on relationship firm value. The higher number of CSR disclosure will strengthen the relationship of the company profitabilities in increasing the company value in the eye of the market.

Keywords: CSR, Profitability, Size and Value of the Company.

1. LATAR BELAKANG

Pada umumnya, alasan utama dari dibentuknya atau didirikannya sebuah perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Adapun cara mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham adalah melalui nilai perusahaan. Samuel (2000) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan memiliki tanggungjawab dalam menyusun perencanaan mengenai bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham.

Salah satu cara untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah melalui profitabilitas perusahaan. Semakin bagus angka yang tercantum pada laporan laba/rugi perusahaan maka semakin bagus pula nilai perusahaan tersebut karena kemakmuran pemegang saham terletak pada harga saham perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan Nurlala dan Islahuddin (2008) dan Rimba (2010) bahwa nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat.

Adapun pengertian dari profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba/profit dari kegiatan operasi perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2006) menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Dengan demikian analisa profitabilitas ini memiliki pengaruh yang

sangat besar bagi para investor dan karena alasan inilah maka perusahaan berupaya keras dalam memaksimalkan sumber daya yang ada untuk mencapai *profit* yang ditargetkan oleh perusahaan guna memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

Adapun sumber daya yang dapat dimanfaatkan perusahaan dimulai dari intern perusahaan misalnya mengoptimalkan waktu, tenaga kerja, bahan baku yang dimiliki perusahaan dalam menghasilkan produk kemudian melakukan promosi atau pemasaran melalui iklan-iklan yang memasarkan produk dari perusahaan. Saat ini pemasaran produk saja dianggap kurang maksimal dalam memicu ketertarikan masyarakat apalagi dalam hal menumbuhkan loyalitas masyarakat terhadap produk perusahaan. Kegiatan pemasaran yang dilakukan secara besar-besaran oleh perusahaan mulai dari iklan produk hingga pemberitaan mengenai keterkaitan perusahaan dalam aksi sosial seperti pemberian bantuan berupa beasiswa, bantuan kepada yang korban bencana yang disiarkan melalui stasiun televisi hingga surat kabar, merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menarik perhatian dan simpatik dari masyarakat luas.

Upaya yang dilakukan perusahaan tersebut merupakan salah satu dari upaya pengungkapan sosial. Saat ini banyak perusahaan baru yang mengalami perkembangan, namun seiring dengan perkembangan tersebut ekosistem lingkungan mulai mengalami ketidakstabilan, seperti yang sering terdengar belakangan ini, salah satu bukti nyatanya adalah kondisi *global warming*. Pada dasarnya, sekarang ini tanggung jawab perusahaan (CSR) bukan lagi merupakan pilihan namun lebih dapat dikatakan sebagai sebuah kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan alam. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007.

Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan bahwa: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial

dan Lingkungan. (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sebagian perusahaan yang berpartisipasi aktif dalam melakukan CSR memiliki pola pikir bahwa biaya yang telah dikeluarkan tidak dianggap sebagai biaya namun, CSR lebih dianggap sebagai sebuah nilai investasi yang akan meningkatkan *profit* di masa yang akan datang.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Orlitzky et al (2003) dan Mc Williams dan Siegel (2001) mengenai reaksi konsumen dalam Udayasankar (2007) menyatakan bahwa dengan adanya partisipasi perusahaan dalam kegiatan CSR tampaknya menjadi suatu nilai tambah bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang menyadari pentingnya nilai tersebut kemudian mulai gencar berpartisipasi dalam kegiatan CSR (Porter and Kramer,2002; Saiia,2002) dan kemudian melakukan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan (*annual report*) perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa ukuran dari sebuah perusahaan juga memiliki pengaruh terhadap praktik CSR yang akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Secara teori semakin besar ukuran perusahaan maka kewajiban perusahaan melakukan CSR juga akan semakin besar, seperti yang dikatakan oleh Adam and Hardwick (1998); McElroy and Siegfred (1985) yang mengatakan bahwa, "*firm size can affect strategic motivation, thereby having a positive effect on CSR participation*". Oleh karena ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang besar (Cowen et al.,1987), maka tanggung jawab yang dimiliki dalam partisipasi CSR juga akan lebih besar.

Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan bahwa profitabilitas, CSR, dan ukuran perusahaan pada dasarnya mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Namun, berdasarkan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan tidaklah

konsisten. Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Suranata dan Pranata (2004) dan Kaaro (2002) dalam Yuniasih dan Wirakusuma bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dari penemuan tersebut diasumsikan bahwa ada faktor lain yang ikut menginteraksi. Oleh karena itu, peneliti berinisiatif menggunakan CSR sebagai variabel moderasi dalam menguji pengaruh nilai profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian prestasi perusahaan (analisis fundamental perusahaan). Laba perusahaan selain merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dana juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Menurut Sudarmarji (2007), profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian dalam mengukur kinerja manajemen dalam menjalankan perusahaan melalui laba yang dihasilkan oleh perusahaan yang berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan. Profitabilitas adalah ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan yang dapat mempengaruhi investor dalam pembuatan keputusan (Suwito dan Herawaty, 2005:139).

Rappaport (1986) meyakini probabilitas sebagai nilai pengendali yang sangat penting yang berasal dari pencapaian skala ekonomi yang relevan seperti berusaha mencari potongan harga dari *supplier*, mengeliminasi biaya *overhead* yang tidak memberikan nilai tambah pada produk dan biaya-biaya lain yang tidak memberikan kontribusi terhadap kebutuhan pembeli.

Tingkat profitabilitas perusahaan dapat diukur dari beberapa aspek, yaitu berdasarkan ROS (*Return on Sales*), EPS (*Earning Per Share*), ROA (*Return on Asset*), ROE (*Return on Equity*). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rasio ROA. Rasio ini menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk

menghasilkan keuntungan bagi semua investor (Brigham dan Houston, 2006:109).

CSR (Corporate Social Responsibility)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksi terhadap masyarakat, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Darwin, 2004 dalam Anggraini, 2006). Kotler dan Lee (2005) dalam Solihin (2009:5) menyatakan bahwa :

Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources.

Sukada, dkk (2007:40) mengartikan CSR sebagai segala upaya manajemen yang dijalankan entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasarkan keseimbangan pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan meminimumkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di setiap pilar. CSR pada dasarnya dapat diartikan dengan banyak cara (Wood 1991, Garriga/Mele 2004). Walau demikian, hampir semua definisi tersebut mengatakan bahwa CSR ditemukan dalam kegiatan bisnis yang melakukan beberapa hal positif. Baik kegiatan yang ditujukan untuk kepentingan sosial maupun masyarakat.

Pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan umumnya bersifat *voluntary* sukarela), *unaudit* (belum diaudit), dan *unregulated* (tidak dipengaruhi oleh peraturan tertentu). Darwin dalam Rimba (2010) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbagi menjadi tiga kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Sedangkan dalam penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk

terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI yang digunakan pada penelitian Dahli dan Siregar, 2008 dalam Rimba (2010) yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Tenaga kerja
4. Indikator Kinerja Hak asasi manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk.

Namun dalam penelitian ini indikator yang digunakan hanya tiga yang mengacu pada instrument yang digunakan oleh Rimba (2010) yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup, indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi atau pandangan masyarakat/investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Oleh karena itu, tujuan perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

Rappaport (1986) berpendapat bahwa tingkat perkembangan penjualan, margin laba usaha, tarif pajak, pengelolaan modal kerja, manajemen modal tetap merupakan hipotesis teori dari nilai perusahaan. Secara umum banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, di antaranya adalah :

- a) pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *price earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba;
- b) pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas;
- c) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen;
- d) pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva;

- e) pendekatan harga saham;
- f) pendekatan EVA (*economic value added*). (Suharli, 2006 dalam Rimba, 2010)

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan harga saham, yaitu perhitungan Market to Book Value dengan membandingkan nilai saham yang beredar di pasar dengan nilai buku aktiva perusahaan (James Tobin, 1967 dalam Rimba, 2010). Dengan membandingkan nilai pasar dan nilai buku maka dapat diketahui seberapa besar pasar menilai harga saham jika dibandingkan dengan nilai buku saham.

Penelitian Terdahulu

Rimba (2010) meneliti tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ yang mengungkapkan pelaporan aktivitas CSR. Hasil penelitian tersebut menemukan bahwa: (1) Variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

Sujoko dan Ugy (2007) meneliti tentang pengaruh struktur kepemilikan saham, leverage, faktor intern dan faktor ekstern terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEJ. Dari penelitian yang tersebut diambil kesimpulan bahwa kepemilikan manajerial dan keadaan pasar modal tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan institusional, suku bunga, pertumbuhan pasar, profitabilitas, dividen, ukuran perusahaan, pangsa pasar relative dan leverage memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Udayasankar (2007) yang melakukan penelitian tentang *corporate social responsibility and firm size* menyimpulkan bahwa perusahaan yang kecil dan perusahaan besar memiliki pengaruh terhadap pelaksanaan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang ukurannya.

Samy dan Mohamed (2002) meneliti tentang *the relationship between dividend policy, financial structure, profitability and firm value* pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di

Tunisian stock exchange. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan untuk ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis.

Pengaruh Profitabilitas dengan nilai perusahaan

Profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Modigliani dan Miller (1958) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan hasil yang positif bahwa semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran aset atau semakin tinggi profit margin yang akan diperoleh perusahaan. Hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan. Penelitian Yuniasih dan Wirakusuma, juga menemukan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, Suranata dan Pranata (2004) dan Kaaro (2002) dalam Yuniasih dan Wirakusuma menemukan bahwa ROA berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H_1 : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR sebagai variable moderasi dalam hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan tidaklah konsisten yang menunjukkan bahwa ada faktor lain ikut menginteraksi. Oleh karena itu, peneliti memasukkan pengungkapan CSR sebagai variable pemoderasi. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan memberi sinyal-sinyal kepada pihak luar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Selain informasi keuangan yang diwajibkan, perusahaan juga melakukan pengungkapan yang sifatnya suka rela. Penelitian ini menggunakan pengungkapan CSR sebagai variable pemoderasi dengan pemikiran bahwa pasar akan memberikan apresiasi

positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis alternatif yang diajukan adalah sebagai berikut.

H_2 : Pengungkapan CSR mempengaruhi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

2. METODA PENELITIAN

Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan di BEI periode 2007-2009. Data penelitian Pojok BEI UKDW dan situs Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria perusahaan yang bisa menjadi sampel penelitian adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) secara berturut-turut pada tahun 200-2009.
3. Melakukan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan secara berturut-turut selama tahun 2007-2009
4. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang dibutuhkan

Definisi Variabel dan Pengukuran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel independen

Profitabilitas yang merupakan variable independen penelitian disimbolkan dengan (X_1) didapatkan dari laporan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur selama periode penelitian. Profitabilitas dihitung dengan menggunakan *return on assets* (ROA) dengan rumus:

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Earning Before interest and Tax}}{\text{Total aktiva}}$$

2. Variable moderasi

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (X_2) yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan di dalam laporan tahunan perusahaan. Instrumen pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen yang digunakan oleh Rimba (2010) yang terdiri dari 79 item pengungkapan yang terdiri atas 3 indikator yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Perhitungan CSR dilakukan dengan menggunakan variabel *score* yaitu:

Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

3. Variable kontrol

Variabel kontrol adalah variabel di luar variabel independen (X) yang diasumsikan turut mempengaruhi variabel dependen (Y). Dalam hal ini, dibutuhkan dukungan teori untuk menjelaskan kaitan tersebut (Widhiarso, 2011). Ukuran perusahaan yang merupakan variabel kontrol disimbolkan dengan X_3 . Variabel kontrol digunakan untuk melihat pengaruh ukuran perusahaan dalam mengendalikan variabel dependen. Nilai variabel kontrol (X_3) didapatkan dari perhitungan:

Ukuran Perusahaan = $\ln(\ln)$ dari total aktiva (Sujoko dan Ugy, 2007)

4. Variabel dependen

Nilai Perusahaan disimbolkan dengan (Y). Salah satu alternative yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin (1967) dalam Rimba (2010). Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi incremental. Jika rasio Q di atas satu, ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan

nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi, hal ini akan merangsang investasi baru (Rimba, 2010). Jika rasio Q dibawah satu, investasi dalam aktiva tidaklah menarik (Herawaty, 2008) dan Rimba (2010).

Rasio Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber daya ekonomi dalam kekuasaannya. Penelitian yang dilakukan Herawaty (2008) dalam Rimba (2010), menunjukkan bagaimana rasio Q dapat diterapkan pada masing-masing perusahaan. Mereka menemukan bahwa beberapa perusahaan dapat mempertahankan rasio Q yang lebih besar dari satu. Teori ekonomi mengatakan bahwa rasio Q yang lebih besar dari satu akan menarik arus sumber daya dan kompetisi baru sampai rasio Q mendekati satu.

Variabel ini diberi simbol Q. Variable ini telah digunakan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008) dalam Rimba (2010).

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

Dimana:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas

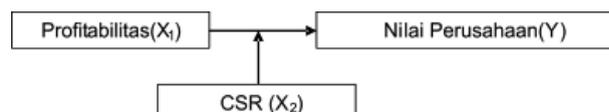
(EMV = *closing price* x jumlah saham yang beredar)

D = Nilai Buku dari Total Hutang

EBV = Nilai Buku dari total ekuitas

Desain Penelitian

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah dibuat, maka berikut merupakan desain penelitiannya:



Penelitian ini dimaksudkan untuk menguji apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi.

Model Statistis

Dalam penelitian ini, persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y = variabel *dependent*.
- X₁ = variabel *independent* pertama.
- X₂ = *independent* kedua.
- X₃ = Variabel Kontrol
- α = Konstanta
- β₁, β₂, β₃, β₄ = Koefisien regresi
- ε = *error* term perusahaan i tahun t.

Berdasar keterangan tersebut, maka didapat persamaan regresi dalam penelitian ini, yaitu:

$$NP = \alpha + \beta_1 \text{ Profit} + \beta_2 \text{ CSR} + \beta_3 \text{ Size} + \beta_4 \text{ IRC} + \epsilon$$

Keterangan:

- NP = Nilai Perusahaan.
- Profit = Profitabilitas.
- CSR = *Corporate Social Responsibility*
- Size = Ukuran Perusahaan
- IRC = Interaksi profitabilitas dan CSR (moderasi)
- α = Konstanta
- β₁, β₂, β₃, β₄ = Koefisien regresi
- ε = *error* term

3. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskripsi objek penelitian

Sampel pada penelitian ini (n) sebanyak 78, data didapatkan dari laporan tahunan/*annual report* pada perusahaan manufaktur selama tahun 2007-2009, yang seluruhnya terdaftar pada Bursa Efek Indonesia 3 tahun berturut.

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Memiliki laporan tahunan lengkap 3 tahun berturut 2007-2009	81
Melaporkan CSR	81
Nilai ROA negatif	3
Sampel Penelitian	78

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2011

Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif merupakan proses analisis yang merupakan proses menyeleksi

data (*screening data*) sehingga data yang akan dianalisis memiliki distribusi normal. Deskripsi dari masing-masing variabel ini dapat dilihat pada :

Nama variabel	N	Minimum	Maximum	Mean
ROA	78	0,020	0,560	0,17321
SIZE	78	11	14	12,91
VALUE	78	0,470	11,780	2,04974
CSR	78	0,03	0,35	0,1737
IRC	78	0,000	0,130	0,3321

Hasil Uji Hipotesis

Uji Asumsi Klasik dilakukan sebelum dilakukan uji regresi dan hasilnya menunjukkan data lolos uji asumsi klasik sehingga dapat dilanjutkan

dengan analisis regresi. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui pada tabel berikut:

Variabel	t-hitung	Signifikansi	Keterangan
Persamaan 1			
ROA	10,667	0,000	Signifikan
SIZE	-1,798	0,076	Tidak signifikan
Persamaan 2			
ROA	2,778	0,007	Signifikan
SIZE	-1,584	0,118	Tidak signifikan
CSR	-3,046	0,003	Signifikan
IRC	2,339	0,022	Signifikan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2011

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian pada persamaan 1 dan 2 menunjukkan bahwa variabel ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa nilai perusahaan tergantung pada kinerja perusahaan yang biasanya diukur melalui tingkat profitabilitas perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Sujoko dan Ugy (2007) dan penelitian Samy dan Mohamed (2007) yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan *signaling theory*, yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai *earning* yang semakin meningkat memiliki *signal* bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek bagus di masa yang akan datang. Itulah alasan kenapa profitabilitas dapat menjadi salah satu dasar penilaian dalam mengukur kinerja manajemen dalam menjalankan perusahaan perusahaan. Baik buruknya kinerja manajemen akan tercermin dalam laba operasi perusahaan dimana laba operasi inilah yang akan mempengaruhi nilai perusahaan di mata investor. Penelitian ini yang menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tidak seperti yang diungkapkan dalam penelitian Sujoko dan Ugy (2007) bahwa ukuran perusahaan dapat dijadikan sebagai alat indikasi dalam menilai kinerja perusahaan.

Pengaruh CSR sebagai variabel moderating dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel CSR sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan. Dengan kata lain pengungkapan sosial (CSR) yang tinggi akan memperkuat pengaruh nilai profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Aktivitas pengungkapan CSR wajib ditingkatkan karena CSR merupakan hal yang benar untuk dilaksanakan. Sedangkan dari teori ekonomi mengindikasikan bahwa aktivitas pengungkapan CSR wajib di tingkatkan, karena aktivitas pengungkapan ini dapat memberikan kesejahteraan kepada para pemegang saham melalui peningkatan laba/*profit*. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa selain profitabilitas, investor atau pasar juga memberikan respons atau reaksi atas pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan masyarakat cenderung memilih perusahaan yang bertanggung jawab dan peduli terhadap lingkungan sekitar karena dengan mendukung perusahaan tersebut secara tidak langsung masyarakat pun ikut berpartisipasi dalam memelihara lingkungan sekitar.

4. SIMPULAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis mengambil kesimpulan bahwa:

- 1) Tingkat profitabilitas perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

- 2) Variabel CSR sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, M. and P. Hardwick. 1998. *An analysis of Corporate Donations*. 35, 641-654.
- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang. 23-26 Agustus.
- Bringham dan Houston. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Cowen, S.S., L. B. Ferreri and L. D. Parker. 1987. The Impact of Corporate Characteristics on Social Responsibility Disclosure: A Typology and Frequency Based Analysis. *Accounting, Organizations and Society* 12, 111-122.
- Garriga, E and Mele, D. Corporate Social Responsibility Theories: Mapping The Territory. *Journal of Business Ethics*, 53, 1/2, 2004, pp. 51-71.
- McElroy, K. M. and J.J. Siegfried. 1985. The effect of firm size on corporate philanthropy. *Quarterly Review of Economics and Business* 25,18-26.
- Modigliani, F.and Miller, M. (1958). "The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment". *American Economic Review* 48 (3): 261–297.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Orlitzky, M., F. L. Schmdit and S. L. Rynes. 2003. Corporate Social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies* 24, 403-441.
- Porter, M. E. and M. R. Kramer. 2002. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. *Harvard Business Review*, 80 12, 56-68.
- Rappaport, A. 1986. Linking Competitive Strategy and Shareholder Value Analysis. *The Journal of Business Strategy*, 3, 58-67.
- Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi Sarjana*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Saiia, D. H.: 2002. Philanthropy and Corporate Citizenship: Strategic Philanthropy is Good Corporate Citizenship. *Journal of Corporate Citizenship* 1, 57-74.
- Samy and Mohamed. 2002. The Relation between Dividend Policy, Financial Structure, Profitability and Firm Value. *Applied Financial Economics*, 2002, 12, 843-849.
- Solihin, Ismail. 2009. *CSR for Charity to Sustainability*. Bandung: Salemba 4.
- Sudarmaji, Ardi Murdoko dan Sularto, Lana. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT*, Vol 2, ISSN:1858-2559.
- Sujoko dan Ugy. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 9, No. 1, Maret 2007:41-48.
- Sukada, Sonny., Wibowo Pamadi., Ginano Katamsi ,Jalal, Kadir Irgan, dan Rahman Taufik. 2007. CSR for Better Life: Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. _____:Indonesia Business links.
- Suwito, Edy dan Herawaty, Arleen. 2005. Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang Dilakukan oleh

- Perusahaan yang Terdaftar di BEJ. *Makalah Symposium Nasional Akuntansi VIII*. Solo.
- Tandelilin, Eduardus. 2001. Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio. Yogyakarta: Lembaga Penerbitan BPFE.
- Udayasankar, Krishna. 2007. Corporate Social Responsibility and Firm Size. *Journal of Business Ethics*. DOI 10.1007/s10551-007-9609-8.
- Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. *JRAI*, Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-16.
- Widhiarso, Wahyu. 2011. Analisis Data Penelitian dengan Variabel Kontrol,(Online), ([http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Analisis Data dengan Menggunakan Variabel Kontrol.pdf](http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/files/Analisis%20Data%20dengan%20Menggunakan%20Variabel%20Kontrol.pdf), diakses 5 Mei 2011).
- Wood, D. J. 1991. Social Issues in Management : Theory and Research in Corporate Social Performance. *Journal of Management*, Vol 17, No. 2:383-406.
- Yuniarsih, Ni Wayan dan Wirakusuma,Made Gede._____. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai variabel pemoderasi. *Skripsi Sarjana*. Universitas Udayana.