PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2019

RINGKASAN SKRIPSI

Noven Sandhea Gita Yudha
3119 30986

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA
2021

SKRIPSI

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2019

Dipersiapkan dan disusun oleh:

NOVEN SANDHEA GITA YUDHA

No Induk Mahasiswa: 311930986

telah dipresentasikan di depan Tim Penguji pada tanggal 8 September 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.)

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing 1

Nurofik, Dr.,M.Si., Ak., CA.

Pembimbing 2

Manggar Wulan Kusuma, SE., M.Si., Ak.

Penguji

Efraim Ferdinan Giri, Dr., M.Si., Ak., CA.

Yogyakarta, 8 september 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN Yogyakarta
Ketua

Wisnu Prajogo, Dr., M.B.A.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel independen yang dipakai dalam penelitian ini adalah CSR. Sedangkan variabel dependen yang dipakai dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, serta variabel moderasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan ROA.

Jenis penelitian ini kausal komparatif dan data yang digunakan adalah data sekunder yaitu berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan manufaktur sub sektor industri kimia dan barang konsumsi. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh 76 sampel dari 19 perusahaan. Metode analisis yang dilakukan adalah analisis linier berganda. Data penelitian ini di hitung dengan *Microsoft* Excel 2019 yang kemudian diolah dengan bantuan program SPPS versi 24.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa secara simultan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan secara parsial CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, nilai perusahaan, Profitabilitas.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama hubungan dengan para *stakeholder*. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimumkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk memaksimumkan kepuasan para *stakeholder* yang merupakan salah satu tujuan perusahaan. Akan tetapi, suatu perusahaan yang baik harus mampu mengawasi atau mengendalikan potensi finansial maupun non finansial di dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk eksistensi perusahaan dalam jangka panjang (Munawaroh, 2014). Permasalahan mengenai lingkungan dan masyarakat sosial pada saat ini menjadi isu yang penting dan pembahasan yang baik oleh pemerintah, akademisi, pelaku usaha maupun oleh investor, khususnya untuk para investor pasar modal. Para *stakeholder* maupun investor pasar modal sangat menghargai praktik CSR suatu perusahaan sebagai informasi untuk menilai keberlangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Dengan demikian, praktik CSR dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dijadikan tolok ukur oleh para investor. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Ramona (2017) yang mengatakan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan diperlukan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Salah satu cara yang dapat dilakukan yaitu dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

lingkungan sekitar, karena lingkungan sekitar memberikan kontribusi bagi kelangsungan perusahaan dan juga kesejahteraan sosial. Pengelolaan sumber daya alam dapat dilihat dari kegiatan CSR suatu perusahaan dari aktivitas operasionalnya. Hal tersebut didukung oleh Surya (2018), CSR merupakan suatu gagasan yang menyebabkan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpihak pada *single bottom line* saja, melainkan sudah pada *triple bottom lines*, yaitu sosial dan lingkungan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara *sustainable* atau berkelanjutan.

Menurut Kusumadilaga (2010), saat ini masyarakat cenderung cerdas dalam memilih produk, mereka cenderung memilih produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dan melakukan CSR. Hal tersebut berarti bahwa, pengungkapan CSR dapat menjadi alat bagi perusahaan selain sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial juga dapat digunakan sebagai alat pemasaran produk perusahaan. Hal tersebut didukung oleh suatu penelitian, CSR dapat digunakan sebagai alat *marketing* apabila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan dan dilakukan secara berkelanjutan, maka citra perusahaan akan semakin membaik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi (Wijayanti, 2012). Semakin tinggi loyalitas konsumen, semakin mudah suatu perusahaan dapat melihat suatu nilai perusahaan yang dilihat dari harga saham suatu perusahaan. Perubahan harga saham suatu perusahaan yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal ini dapat menjadi acuan untuk melihat nilai suatu perusahaan yang sudah dibangun melalui kegiatan CSR.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Peneliti memilih untuk menggunakan rasio profitabilitas sebagai variabel moderasi, karena rasio ini dapat mengetahui keefektifan dan keefisienan kinerja suatu perusahaan dalam menghasilkan laba dari produksi maupun kegiatan yang telah dilakukan, salah satunya melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Dampak positif setelah kegiatan CSR yaitu menambah citra perusahaan di kalangan masyarakat yang kemudian akan berpengaruh pada penjualan, sehingga akan mempengaruhi laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kegiatan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh suatu perusahaan ini akan memberikan dampak pada nilai perusahaan. Maka dari itu, dengan menggunakan rasio profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam penelitian ini dapat memperkuat pengaruh hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin meneliti "PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI" dengan menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian tentang CSR ini memang telah banyak dilakukan oleh sebagian besar peneliti, akan tetapi penelitian tersebut banyak menggunakan perusahaan yang berada di sektor pertambangan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti memilih untuk meneliti pengaruh CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor industri kimia dan barang konsumsi, karena proses produksinya juga berkaitan langsung dengan sumber daya alam yang cenderung proses produksinya berdampak pada lingkungan sekitar, dan juga banyak para investor ingin berinvestasi di dalamnya.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah CSR (*Corporate Social* Responsibility) berpengaruh pada nilai perusahaan?
2. Apakah profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh hubungan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh hubungan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan Teori

Teori *Stakeholder*

Menurut Ghozali dan Chairiri (2007), teori *Stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*. Perusahaan perlu memberikan informasi yang relevan kepada *stakeholder* tentang posisi, upaya dan prestasi tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui pengungkapan CSR. Menurut Ghozali dan Chairiri (2007) keberadaan suatu

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh manajemen perusahaan yang berhasil membina hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Dengan demikian, suatu perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholders*, terutama kepada *stakeholders* yang mempunyai atau menguasai terhadap sumber daya yang akan digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain. *Stakeholder* tidak hanya terdiri dari investor dan kreditur, tetapi juga pemasok, konsumen, *supplier*, karyawan, pemerintah, masyarakat, analis, dan asosiasi perdagangan.

Teori Sinyal *(Signalling Theory)*

Teori sinyal pertama kali dikemukakan oleh Spence (1973) yang menjelaskan bahwa pihak pengirim atau pemilik informasi memberikan suatu sinyal berupa informasi yang bermanfaat bagi pihak penerima atau investor. Teori sinyal ini menjelaskan mengapa perusahaan memberikan informasi kepada pihak eksternal. Menurut Hartono (2010), informasi yang dipublikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada saat pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Pada saat informasi diumumkan dan pelaku pasar sudah menerima informasi, pelaku pasar terlebih dahulu menginterprestasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good signal*) atau sinyal buruk (*bad signal*).

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Daftar pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berdasarkan GRI juga pernah digunakan oleh Atika dan Caroline (2019). Penelitian tersebut menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*).
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator)*
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini, menurut Kusumadilaga (2016) pengungkapan informasi CSR berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) sesuai dengan *triple bottom lines* yang paling penting terdiri dari indikator kinerja ekonomi, indikator kinerja

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

lingkungan, dan indikator kinerja sosial. Indikator kinerja sosial mencakup tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial atau kemasyarakatan, dan produk.

Nilai Perusahaan

Menurut Harmono (2017), nilai perusahaan yakni performa suatu perusahaan yang tercerminkan pada harga saham yang diakibatkan oleh perubahan penawaran dan permintaan pasar modal. James Tobin (1969) berpendapat bahwa rasio *Tobin's q* dipakai untuk pengukuran kinerja perusahaan. *Tobin's q* merupakan pengukuran kinerja dengan membandingkan dua peniliaian dari aset yang sama (*market value* dan *replacement value*). *Tobin's q* mendefinisikan nilai perusahaan sebagai nilai kombinasi antara aktiva berwujud dan tidak berwujud. Menurut Tobin (1969), faktor yang mempengaruhi skor perusahaan yakni nilai saham dan juga ekuitas itu sendiri. Apabila dua hal tersebut berjalan dengan baik dan skor yang didapatkan itu tinggi, maka nilai suatu perusahaan juga tinggi. Dengan demikian, suatu perusahaan dibuktikan mempunyai nilai yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Ketika harga saham meningkat lalu nilai suatu perusahaan juga akan meningkat.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Kasmir, 2011). Menurut Sartono (2010), profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Menurut Irawati (2006), profitabilitas atau rasio keuntungan yang digunakan untuk melihat kemampuan perusahaan

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

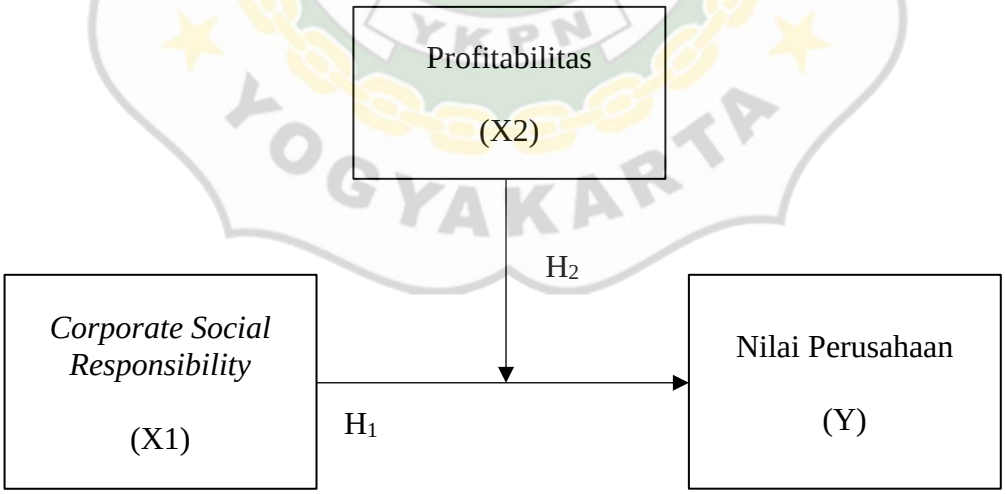
dalam penggunaan aktiva perusahaan secara efisien atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan suatu laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham, yang ada di laporan keuangan dan ditunjukkan dalam rasio.

Pengembangan Hipotesis

H_1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H_2: Profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kerangka Berpikir



Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah kegiatan yang dijalankan sebagai bentuk CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

sebagai variabel moderasi. Objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor manufaktur subsektor industri kimia dan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2019. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini yaitu laporan tahunan yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta web resmi masing-masing perusahaan.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistika Deskriptif

Berdasarkan tabel hasil uji statistika deskriptif dengan menggunakan spss, diperoleh informasi yaitu nilai minimum CSR yaitu 22,86 dan nilai maksimum sebesar 130,00. Nilai rata-rata atau mean sebesar 47,8946 dan standar deviasi sebesar 21,85884. Perusahaan yang memiliki nilai CSR terendah sebesar 22,86 yaitu perusahaan Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. terjadi pada tahun 2017. Perusahaan yang memiliki nilai CSR tertinggi sebesar 130,00 yaitu perusahaan Unilever Indonesia Tbk. terjadi pada tahun 2019. Nilai minimum Tobin's Q yaitu 37,77 dan nilai maksimum sebesar 2328,58. Nilai rata-rata atau mean sebesar 279,0797 dan standar deviasi sebesar 407,43139. Perusahaan yang memiliki nilai Q terendah sebesar 37,77 yaitu perusahaan Duta Pertiwi Nusantara Tbk. terjadi pada tahun 2019. Perusahaan yang memiliki nilai Q tertinggi sebesar 2328,58 yaitu perusahaan Unilever Indonesia Tbk. terjadi pada tahun 2017. Nilai minimum ROA yaitu 1,24 dan nilai maksimum sebesar 44,68. Nilai rata-rata atau mean sebesar 11,2291 dan standar deviasi sebesar 8,67212. Perusahaan yang memiliki nilai ROA terendah sebesar 1,24 yaitu perusahaan Duta Pertiwi Nusantara

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Tbk. terjadi pada tahun 2019. Perusahaan yang memiliki nilai ROA tertinggi sebesar 44,68 yaitu perusahaan Unilever Indonesia Tbk. terjadi pada tahun 2018.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji non parametrik *Kolmogrov-Smirnov Test* diperoleh nilai Sig. sebesar 0,502 lebih besar dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal karena nilai Sig lebih besar dari 0,05.

Hasil Multikolinearitas

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh hasil yang sama pada variabel CSR dan ROA yaitu sebesar 0,729 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,371 kurang dari 10. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada data yang diuji dalam penelitian ini.

Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan gambar hasil pengujian pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa terdapat pola yang tidak teratur dan titik-titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedasitas pada data yang diuji untuk kedua variabel dalam penelitian ini.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Uji Autokorelasi

Berdasarkan uji output SPSS diperoleh nilai DW sebesar 1,900 dengan jumlah n=76 dan jumlah variabel bebas k=2, maka nilai (du) 1,6819 dan nilai (4-du) yaitu 4-1,6819=2,3181, maka diperoleh hasil dU < DW < 4-dU yaitu 1,6819 < 1,900 < 2,3181. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi.

Hasil pengujian Hipotesis

Hasil Uji Regresi Linier Model I

Berdasarkan uji output SPSS menghasilkan sebuah persamaan regresi model I sebagai berikut:

Nilai Perusahaan = -396,348 + 6,799 CSR + 31,149 ROA + e

1. Berdasarkan persamaan tersebut diperoleh konstanta sebesar 396,348 bernilai negatif. Hal tersebut berarti apabila tidak ada kebijakan CSR maka nilai perusahaan akan turun sebesar 396,348.
2. Berdasarkan persamaan tersebut diperoleh nilai koefisien CSR sebesar 6,799 bernilai positif. Hal tersebut berarti bahwa jika ada peningkatan nilai CSR sebesar 1% maka dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 6,799% dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Berdasarkan persamaan tersebut diperoleh nilai koefisien ROA sebesar 31,149 bernilai positif. Hal tersebut berarti bahwa jika ada peningkatan nilai CSR sebesar 1% maka dapat meningkatkan nilai perusahaan sebesar 31,149% dengan asumsi variabel lain konstan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Regresi Linier Model II

Berdasarkan uji output SPSS menghasilkan sebuah persamaan regresi model II sebagai berikut:

Nilai Perusahaan = 134,710 – 2,604 CSR – 2,094 ROA + 0,461 Moderasi + e

1. Berdasarkan persamaan tersebut diperoleh konstanta sebesar 134,710. Hal tersebut berarti apabila semua variabel independen adalah nol, maka nilai perusahaan sebesar 134,710.
2. Nilai koefisien regresi CSR sebesar 2,604 bernilai negatif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai CSR akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 2,604 %.
3. Nilai koefisien regresi ROA sebesar 2,094 bernilai negatif. Hal ini berarti setiap kenaikan nilai CSR akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 2,094%.
4. Nilai koefisien regresi moderasi yang merupakan interaksi ROA dengan CSR sebesar 0,461 bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap ada kenaikan variabel moderasi sebesar 1%, maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,461 %.

Hasil Uji Statistik T

Berdasarkan uji output SPSS diperoleh informasi sebagai berikut:

1. Hasil uji statistik T untuk variabel CSR menununjukkan nilai koefisien regresi sebesar 13,227 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka suatu variabel dikatakan berpengaruh signifikan. Sehingga

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

keputusan yang diambil menerima hipotesis pertama (H_1) yaitu CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Hasil uji statistik T untuk variabel moderasi yang merupakan interaksi ROA dengan CSR menununjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,437 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa koefisien regresi bernilai positif dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka suatu variabel dikatakan berpengaruh signifikan. Sehingga keputusan yang diambil menerima hipotesis kedua (H_2) yaitu profitabilitas memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Hasil Uji Statistik F Hipotesis 1

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai F hitung sebesar 75,062. Dengan jumlah n=76 dan jumlah variabel bebas k=1, maka nilai F tabel adalah 3,97 lebih kecil dari nilai F hitung yaitu sebesar 75,062. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil Uji Statistik F Hipotesis 2

Berdasarkan hasil output SPSS diperoleh nilai F hitung sebesar 252,386. Dengan jumlah n=76 dan jumlah variabel bebas k=2, maka nilai F tabel adalah 3,12 lebih kecil dari nilai F hitung yaitu sebesar 252,386. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR dan variabel interaksi profitabilitas dengan CSR secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Hipotesis 1

Berdasarkan hasil output SPSS terdapat nilai Adjusted R Square sebesar 0,497 atau 49,7%. Hal ini menunjukkan variasi perubahan nilai perusahaan disebabkan oleh variabel independen yaitu CSR kuat, sedangkan sisanya sebesar 50,3% disebabkan oleh variabel lain yang ikut diteliti.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Hipotesis 2

Berdasarkan hasil output SPSS terdapat nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,910 atau 91,0%. Hal ini menunjukkan variasi perubahan nilai perusahaan disebabkan oleh variabel independen yaitu profitabilitas dengan proksi ROA dan CSR kuat, sedangkan sisanya sebesar 9,0% disebabkan oleh variabel lain yang tidak ikut diteliti.

Pembahasan

CSR Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji output SPSS berarti bahwa semakin banyak perusahaan melakukan CSR, maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal tersebut sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa informasi pengungkapan CSR merupakan tolok ukur bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi yang dilihat dari nilai suatu perusahaan. Apabila informasi tersebut diterima oleh pasar sebagai *good signal*, maka perusahaan tersebut layak untuk dijalankan dalam jangka panjang serta memberikan *good signal* bagi investor untuk berinvestasi melalui peningkatan transaksi permintaan saham yang tercermin dari kenaikan harga saham dan nilai suatu perusahaan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Profitabilitas Memperkuat Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa meningkatnya kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu melalui program CSR dapat meningkatkan pula sebuah nilai perusahaan. Sesuai dengan penelitian Fauzi et al. (2016) yang menyatakan semakin tinggi rasio ROA maka suatu perusahaan semakin efektif dalam memperoleh laba, kemudian hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya kepada perusahaan tersebut dan kemudian nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal tersebut sesuai dengan teori *stakeholder* yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder*.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, apabila semakin banyak perusahaan melakukan CSR, maka nilai perusahaan juga meningkat. Hal ini karena banyak investor yang berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga mengakibatkan harga saham naik dan nilai perusahaan juga naik. profitabilitas yang diproksikan dengan ROA sebagai variabel moderasi dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Artinya, meningkatnya kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu melalui

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

program CSR dapat meningkatkan pula sebuah nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan luasnya kegiatan CSR membangun citra yang baik suatu perusahaan di mata masyarakat, sehingga loyalitas masyarakat terhadap perusahaan tersebut meningkat. Meningkatnya loyalitas konsumen terhadap perusahaan tersebut mengakibatkan penjualan suatu perusahaan meningkat atau tingkat profitabilitas juga akan meningkat, kemudian akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya kepada perusahaan tersebut dan kemudian nilai perusahaan juga akan meningkat. Maka semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai suatu perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial perusahaan dengan nilai perusahaan.

Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya menggunakan satu variabel bebas, hanya menggunakan satu proksi yaitu ROA, hanya menggunakan satu sektor yaitu perusahaan manufaktur dengan jumlah 49 perusahaan, pengamatan dalam penelitian ini hanya selama 4 tahun. Berdasarkan hasil pembahasan serta kesimpulan dan keterbatasan diperoleh saran-saran agar mendapatkan hasil yang lebih baik yaitu bagi peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan jangkauan penelitian yang lebih luas seperti memperpanjang periode pengamatan dan menggunakan lebih dari satu variabel independen, bagi investor diharapkan lebih mencermati profitabilitas dan praktik CSR suatu perusahaan sebelum membuat keputusan.

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

DAFTAR PUSTAKA

Hestanto. (2021, July 28). *Hestanto Manajemen Bisnis*. Retrieved from Hestanto.web.id: https://www.hestanto.web.id/pengertian-csr/amp/

Munawaroh, A. (2014). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No 4. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*, 5-6.

Wijayanti, S. (2012). Pengaruh Penerapan Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2009-2011. *Skripsi*, 8.

Zarlia, J. (2014). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan:Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek indonesia Tahun 2013. *Jurnal Manajemen* , 53.

Harmanta, I. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Earnings Response Coefficient Perusahaan Publik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi* , 12.

Lutfiana, F. (2017). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Environmental Disclosure. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP*, 80.

Putra. (2020, February 6). *Salamadian*. Retrieved from Salamadian. All Rights Reserved: https://salamadian.com/pengertian-csr-corporate-social-responsibility/

Ramadhani, N. (2020, November 2). *PT Akselaran Keuangan Inklusif Indonesia*. Retrieved from akselaran.co.id: https://www.akselaran.co.id/blog/aset-adalah/

Husnan, S. (2011). *Dasar-Dasar teori Portofolio dan Analisis Sekuritas.* Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.

Global Reporting. (2021, June 25). *GRI*. Retrieved from Global Reporting Initiative: https://www.globalreporting.org

Edusaham, T. (2020, December 30). *2020 Edusaham.com*. Retrieved from Edusaham.com: https://www.edusaham.com/2019/03/pengertian-tobins-q-beserta-rumus-cara-mengukur-kekurangan-dan-kelebihan.html

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Edisi 8.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Raharjo, S. (2021, June 19). *Olah Data Statistik dengan SPSS*. Retrieved from SPSS Indonesia: https://www.spssindonesia.com

repository.stieykpn.ac.id

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

repository.stieykpn.ac.id