

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Tingkat Profitabilitas sebagai Variabel Moderating

Dewi Kartika Didik, Nurleli, Yuni Rosdiana

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung

Jl. Tamansari No 1 Bandung 40116

Dewikd97@gmail.com, lelinur@unisba.co.id, yuni_sjafar@yahoo.com

Abstract— This research was conducted to determine the effect of corporate social responsibility disclosure (CSR) on firm value with profitability as a moderating variable. The higher the CSR carried out the value of the company will increase and the higher the profitability, the better the CSR and the value of the company. The phenomenon that occurs at this time shows that the market capitalization value of companies in Indonesia is supported by shares that are incorporated in business collaboration, this requires that the market capitalization value increases from year to year. Disclosure of corporate social responsibility to corporate value with profitability as a moderating variable. This study uses a sample of 25 manufacturing companies in the industrial sector and consumer goods listed on the Indonesia stock exchange (IDX) with a range of observations 2017-2018 or 50 observations (company year). The method used in this study is the verification method using quantitative. Hypothesis testing is done by the method of multiple linear regression analysis and moderated regression analysis (MRA) to test the hypothesis. The result showed that the disclosure of corporate social responsibility (CSR) did not reflect the value of the company. The level of profitability that affects the relationship between disclosure of corporate social responsibility (CSR) to the value of the company.

Keywords— *Corporate social responsibility (CSR) disclosure, corporate value, level of profitability.*

Abstract— Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) corporate terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Semakin tinggi CSR, nilai perusahaan akan meningkat dan semakin tinggi profitabilitas, semakin baik CSR dan nilai perusahaan. Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan bahwa nilai kapitalisasi pasar perusahaan-perusahaan di Indonesia didukung oleh saham-saham yang tergabung dalam kolaborasi bisnis, ini mengharuskan nilai kapitalisasi pasar meningkat dari tahun ke tahun. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan sampel dari 25 perusahaan manufaktur di sektor industri dan barang-barang konsumen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan berbagai pengamatan 2017-2018 atau 50 pengamatan (tahun perusahaan). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode verifikasi menggunakan kuantitatif. Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode analisis regresi linier berganda dan moderated regression analysis (MRA) untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) tidak mencerminkan nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang mempengaruhi hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dengan nilai perusahaan.

Kata kunci— *Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), nilai perusahaan, tingkat profitabilitas.*

1. PENDAHULUAN

Saat ini dunia bisnis berkembang dengan pesat, sehingga perusahaan harus bekerja keras memperoleh laba yang tinggi dan memakmurkan para pemegang saham. Saham merupakan salah satu surat berharga yang diperdagangkan di pasar modal yang bersifat kepemilikan. Saham juga merupakan tanda penyertaan modal seseorang atau badan usaha dalam suatu perusahaan atau perseroan terbatas (Hermuningsih, 2012 : 78). Selain itu, apabila laba yang diperoleh perusahaan tinggi maka nilai perusahaan diharapkan akan meningkat. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, yang menunjukkan kemakmuran pemegang saham (Hermastuti, 2014 : 3). Tujuan perusahaan adalah untuk mencari keuntungan dan memperoleh laba yang maksimal. Kapitalisasi pasar di bursa efek Indonesia (BEI) banyak ditopang saham yang tergabung dalam konglomerasi bisnis. Kinerja konglomerasi bisnis yang membaik sepanjang tahun 2014 diharapkan bisa mengerek sejumlah saham yang berada di naungannya dalam jangka panjang. Dalam 2 (dua) tahun terakhir nilai kapitalisasi pasar PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) mengalami penurunan. Hal ini akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena nilai kapitalisasi pasar merupakan nilai modal yang dimiliki oleh perusahaan yang diakibatkan oleh kebijakan – kebijakan perusahaan yang membuat nilai citra perusahaan menurun dimata investor apabila perusahaan memiliki nilai kapitalisasi pasar yang rendah. Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu factor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin tinggi CSR yang dilaksanakan perusahaan maka akan menarik simpati masyarakat dan perusahaan. Sehingga dapat diterima oleh masyarakat dengan memberikan pandangan baik terhadap perusahaan yang akan berdampak pada citra perusahaan dan nilai perusahaan. Perusahaan harus memenuhi Corporate Social Responsibility (CSR) yang merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara

sebuah perusahaan dengan semua stakeholder. Salah satu factor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, asset dan modal tertentu.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, Apakah Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap nilai perusahaan?” pada perusahaan manufaktur sektor barang industri dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2018. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mampu menjelaskan pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor barang industri dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2018.
2. Untuk mengetahui apakah Profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2018.

II. LANDASAN TEORI

Menurut International Organization for Standardization (ISO) 26000 dalam [1] yang menjelaskan bahwa CSR sebagai tanggung jawab suatu organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para Stakeholder sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma – norma internasional, terintegrasi di seluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa. Corporate social responsibility merupakan proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan [2]. Menurut John Elkington (1997) mendefinisikan The Tripple Bottom Line ini sebagai pelaporan yang menyediakan informasi mengenai kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial perusahaan. Seperti dalam konsep berikut :



Gambar 1. The Tripple Bottom Line

Sumber: Recource Management Assosiates Environmental Services

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa *The tripple bottom line* terdiri dari 3, yaitu :

1. *Profit* merupakan perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang untuk perusahaan.
2. *People* merupakan Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia.
3. *Planet* Perusahaan peduli terhadap lingkungan hidup dan keberlanjutan keragaman hayati.

Dahli dan Siregar (2008) Mengungkapkan indikator-indikator yang terdapat di dalam GRI 4 yang digunakan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Sosial
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Masyarakat
6. Indikator Kinerja Tanggung Jawab Produk

Perhitungan index corporate social responsibility diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$CSRDIj = \frac{\sum Xij}{nj}$$

1. CSRDIj = Corporate Social Responsobility Disclosure Indeks perusahaan j.
2. Nj = Jumlah Kriteria pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk perusahaan
3. Xij = Jumlah skor maksimal

Nilai perusahaan adalah nilai *actual* per lembar saham yang akan diterima apabila *asset* perusahaan dijual sesuai harga saham [3]. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat [4]. Perusahaan pada pasar yang diukur dengan menggunakan *Tobin's Q* yang berkaitan dengan nilai pasar, karena dapat mencerminkan aset perusahaan secara keseluruhan, mencerminkan sentimen pasar misalnya analisis dilihat dari prospek perusahaan atau spekulasi, dan mencerminkan modal intelektual perusahaan [5].

Dalam penelitian ini penulis lebih menekankan

perusahaan pada pasar yang diukur dengan menggunakan *Tobin's Q* yang berkaitan dengan nilai pasar, karena dapat mencerminkan aset perusahaan secara keseluruhan, mencerminkan sentimen pasar misalnya analisis dilihat dari prospek perusahaan atau spekulasi, dan mencerminkan modal intelektual perusahaan. Perhitungan nilai perusahaan menggunakan *Tobin's Q* dengan rumus sebagai berikut :

TQ =	Nilai Pasar Ekuitas + Total Hutang
	Total Aktiva

Dimana :

Nilai Pasar Ekuitas = (Harga Perlebar Saham x Jumlah Beredar)

Tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah memperoleh laba (profit), maka wajar apabila profitabilitas menjadi perhatian utama para analis dan investor. Tingkat profitabilitas menurut Anthony dan Govindarajan (2008:60) dinyatakan dalam arti dan konsep yang paling luas melalui persamaan yang merupakan hasil dari dua rasio yaitu persentase margin laba dan *investment turnover*. Sedangkan, definisi profitabilitas menurut Brigham dan Houston (2006:107) adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Tingkat profitabilitas dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan, salah satu tolak ukur tersebut adalah dengan rasio keuangan sebagai salah satu analisa dalam menganalisis keuangan di perusahaan.

Dalam penelitian ini penulis lebih menekankan *Return On Assets* (ROA) sebagai pengukuran rasio tingkat profitabilitas karena rasio ini mengukur pengembalian atas aktiva setelah bunga dari pajak, hasil pengembalian total aktiva atau total investasi menunjukkan kinerja manajemen dalam menggunakan aktiva untuk meningkatkan laba. Karena ROA adalah rasio yang digunakan untuk melihat kemampuan yang dimiliki suatu perusahaan dalam mengelola *asset* yang mereka miliki untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak. Perhitungan tingkat profitabilitas menggunakan rumus sebagai berikut :

Return On Asset =	Net Profit After Tax
	Total Assets

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut adalah penelitian mengenai corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan yang diuji menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

TABEL 1. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.723	.581		2.968	.005
CSR	1.500	.2895	-.075	18.5	.607

a. Dependent Variable : NP

Sumber : data penelitian yang sudah diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh hubungan antara corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan adalah $-0,607 \geq 0,005$. Hal tersebut mengindikasikan penolakan H1 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin turun nilai corporate social responsibility (CSR) disclosure yang dilaksanakan perusahaan maka akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 0,006%. Hal ini memberikan pengertian bahwa corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan sebesar 0,006%, sedangkan sisanya 99,4% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak ditentukan dalam penelitian ini.

Corporate social responsibility (CSR) disclosure dalam penelitian ini meliputi ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk.

Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa nilai corporate social responsibility (CSR) disclosure menurun, hal ini dikarenakan perusahaan tidak sepenuhnya mengungkapkan corporate social responsibility (CSR) yang akan menurunkan nilai citra perusahaan dimata masyarakat dan investor.

A. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure terhadap Nilai Perusahaan

Berikut adalah penelitian mengenai corporate social responsibility (CSR) disclosure terhadap nilai perusahaan yang diuji menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 2.

TABEL 2. TABEL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1.297	.481		2.699	.010
CSR	-.168	.144	-.084	-.689	.494
Profitabilitas	7.311	2.848	.359	2.567	.014
Moderating	.311	.123	.351	2.460	.018

a. Dependent Variable: NP

Sumber : data yang sudah diolah, 2019.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara corporate social responsibility (CSR) disclosure dan nilai perusahaan adalah $0,018 \leq 0,005$. Hal tersebut mengindikasikan penerimaan H1 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara Corporate social responsibility (CSR) disclosure dan nilai perusahaan. Artinya semakin naik nilai profitabilitas maka nilai corporate social responsibility (CSR) disclosure yang dilaksanakan perusahaan akan berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 37,1%. Hal ini memberikan pengertian bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara corporate social responsibility (CSR) disclosure dan nilai perusahaan sebesar 37,1% sedangkan sisanya 6,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ditentukan dalam penelitian ini.

Profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara corporate social responsibility (CSR) disclosure dan nilai perusahaan naik, hal ini dikarenakan apabila perusahaan memiliki profit yang tinggi untuk mendukung hubungan antara corporate social responsibility (CSR) dan nilai perusahaan maka akan sepenuhnya menaikkan nilai perusahaan dan citra perusahaan akan baik di mata masyarakat dan investor.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut :

1. Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dilaksanakan tidak mampu mendongkrak perusahaan, hal ini penerapan GRI 4 mengenai ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggung jawab produk tidak dijalankan secara optimal.

2. Tingkat profitabilitas sebagai variabel moderating mampu mempengaruhi hubungan antara corporate social responsibility (CSR) Disclosure terhadap nilai perusahaan. Pandangan tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan didasarkan pada perolehan nilai profitabilitas atas performance kinerja yang dimiliki oleh perusahaan bukan seberapa besar kontribusi perusahaan terhadap pelaksanaan corporate social responsibility (CSR). Perusahaan hanya menjalankan corporate social responsibility (CSR) dalam anggaran sebagai bentuk pemenuhan terhadap regulasi.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Menggunakan atau menambahkannya rasio lain seperti Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Operating Profit Margin (OPM), atau Gross Profit Margin (GPM) dalam meneliti tingkat profitabilitas perusahaan sehingga hasil penelitian yang lebih baik.
2. Sampel penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur sektor barang industri dan konsumsi, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas jumlah sampel misalnya dengan menambahkan sektor lainnya dengan menggunakan variabel yang sama. Hal ini dimaksud agar kesimpulan yang dihasilkan tersebut memiliki cakupan yang luas.

B. Saran Praktis

1. Bagi perusahaan, disarankan untuk membuat pelaporan tanggung jawab sosialnya dengan mengacu pada GRI 4 secara menyeluruh, sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan investor dalam melakukan investasi didalam perusahaan.
2. Untuk pemerintah, seharusnya membuat peraturan yang tegas mengenai pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Bila perlu, membuat sanksi jika perusahaan tidak mengungkapkan semua item yang ada pada standar GRI G4.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rusdianto, U. (2013). CSR Communication a Framework for PR Practicioners. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [2] Sembiring. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Seminar Nasional Akuntansi, Solo*.
- [3] Gitman, & Lawrence J. (2006). *Principles of Managerial Finance*. USA: Pearson.

- [4] Ainurrofiq, M. (2018). PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *E-Journal Akuntansi Universitas Pasundan*.
- [5] Weston J.Fred, & Copeland E. Thomas. (2004). *Manajemen Keuangan. Edisi Sembilan* . Jakarta: Binarupa Aksara.
- [6] Anthony, & Govindarajan. (2008). *Management Control System* Terjemahan Kurniawan Tjakrawala dan Krista. Jakarta: Salemba Empat.
- [7] Dahli, & Siregar. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan (studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2005 dan 2006) . *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- [8] Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks, for the bottom line of 21st century business*. Oxford: Capstone.