

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan ROA sebagai Variabel Moderasi

Afrizal Angga Winata, Azib

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung
Bandung, Indonesia

afrizalangaw@gmail.com, azib_asroi@yahoo.co.id

Abstract—It is important for companies to always pay attention to the interests of investors (investors) so that they are still interested in investing in the company by maximizing the company's performance. The purpose of this study was to determine : 1) The influence of CSR on firm value, 2) The influence of CSR on firm value with ROA as a moderating variable. This research sample is the disclosure of social responsibility in the plastic and packaging sector manufacturing companies in 2015-2018 that meet the criteria as a research sample. The method of analysis in this research is multiple regression analysis. The result of this study show that CSR does not have a significant effect on firm value. ROA as a moderating variable can affect the relationship of CSR disclosure and firm value.

Keywords—*Corporate Social Responsibility, Firm Value, Return On Asset.*

Abstrak—Perusahaan penting untuk selalu memperhatikan kepentingan para pemodal (investor) agar mereka tetap tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yakni dengan jalan memaksimalkan kinerja perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : (1) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan ROA perusahaan sebagai variabel moderating. Sampel penelitian ini adalah pengungkapan pertanggungjawaban social pada perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan tahun 2015 hingga 2018 dengan menggunakan metode purposive sampling. Terdapat 11 perusahaan pada tahun 2015 – 2018 yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. ROA sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Kata kunci—*Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Return On Asset.*

I. PENDAHULUAN

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan yang terjadi pada lingkungan sekitar dapat begitu saja terjadi, oleh karena itu munculah pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif yang muncul. Banyak perusahaan swasta saat ini mengembangkan apa yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai cost/beban,

melainkan kini adalah sebagai investasi perusahaan (Erni, 2007 dalam Sutopoyudo, 2009).

Corporate Social Responsibility saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. 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 : (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban berkenaan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana perkembangan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perkembangan Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan periode 2015 – 2018
2. Perkembangan Nilai Perusahaan plastik dan kemasan yang tergabung dalam indeks Bursa Efek Indonesia (BEI)
3. Perkembangan Return On Asset pada perusahaan yang tergabung dalam indeks Bursa Efek Indonesia (BEI)
4. Pengaruh CSR pada perusahaan yang tergabung dalam indeks Bursa Efek Indonesia
5. Pengaruh CSR pada nilai perusahaan dengan ROA sebagai variabel moderasi

II. LANDASAN TEORI

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah dikenal

sejak awal tahun 1970an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al., 2002 dalam Waryanti 2009).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris (Nurlela dan Islahuddin, 2008).

Samuel (2000) dalam Nurlela 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. Sedangkan Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual.

Sebagai rasio profitabilitas, ROA digunakan untuk menilai kualitas dan kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari pemanfaatan aset yang dimilikinya.

ROA dapat pula dipahami sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan pendapatan atau keuntungan dari sumber daya ekonomi atau aset yang dimiliki dalam neracanya. Secara lebih sederhana, ROA dapat didefinisikan sebagai hasil perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total aset yang dimiliki suatu perusahaan.

Rasio ROA dinyatakan dalam persentase. Semakin tinggi atau baik rasio ROA yang dimiliki perusahaan, menandakan semakin baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba bersih. Demikian pula sebaliknya. Laba bersih yang dimaksudkan dalam rasio keuangan ini adalah laba setelah pajak atau didalam laporan keuangan sering juga disebut sebagai laba tahun berjalan. Sementara total aset yang dimaksudkan adalah seluruh harta kekayaan yang dimiliki perusahaan baik yang bersumber dari modal sendiri (*equity*) maupun utang (*debt*).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis dan pembahasan yang tersaji pada bab ini akan menunjukkan hasil dari analisis data berdasarkan pengamatan variabel bebas maupun variabel *moderating* yang digunakan dalam model analisis regresi dengan

menggunakan analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, dengan alasan :perusahaan-perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan lebih banyak mempunyai pengaruh/dampak terhadap lingkungan di sekitarnya sebagai akibat dari aktivitas yang dilakukan perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode penelitian tahun 2015 hingga 2018.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode *purposive sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Penentuan sampel dipilih dengan kriteria:

1. Perusahaan manufaktur sektor plastik dan kemasan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2015 dan 2018.
2. Menyediakan laporan tahunan lengkap selama tahun 2015 hingga 2018.
3. Memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Pembahasan hasil pengujian ini adalah untuk mengungkapkan pengujian pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan. Kinerja Perusahaan diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sedangkan Nilai Perusahaan diproksikan dengan Tobin's Q. Dengan demikian, pembahasan hasil pengujian ini merupakan pengungkapan hasil dari hipotesis 1.

Bahwa nilai *R Square* sebesar 0,175. Jika dilihat dengan menggunakan presentase maka menjadi 17,5%. Kontribusi atau pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X) dan *Return On Asset* (ROA) (Z) terhadap Nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q (Y), artinya adalah pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Return On Asset* (ROA) (Z) sebesar 17,5% terhadap Nilai perusahaan (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya dan dengan hasil tersebut bisa dikatakan variabel *Pemoderasi* memperkuat.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada rumusan masalah, hasil pembahasan, bertumpu pada teori yang dibahas, analisis data dan uji hipotesis yang telah dilakukan pada perusahaan yang menjadi sampel pada penelitian, makadapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2018 terdiri dari 11 perusahaan plastik dan kemasan. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) Pada tahun 2015-2016 rata-rata perusahaan mengalami konsisten. Pada tahun 2017-2018 perusahaan plastik dan kemasan mengalami peningkatan. Dengan sumberdaya yang dimiliki

(*asset total*), perusahaan mampu memaksimalkannya menjadi laba bersih. Hal ini berarti, dengan asset-asset yang dimiliki, perusahaan mampu memanfaatkan asset-asetnya dengan baik, sehingga bisa menghasilkan keuntungan.

2. Perkembangan Nilai Perusahaan yang diwakili oleh Tobins pada periode 2015-2018 dapat disimpulkan bahwa rata-rata Tobins mengalami penurunan di tahun 2016. Namun pada tahun 2017-2018 nilai tobins terus mengalami peningkatan dari tahun ke-tahun.
 3. Perkembangan profitabilitas yang ditandai dengan ROA pada perusahaan plastik dan kemasan dapat disimpulkan bahwa nilai rata-rata ROA dari tahun 2015-2018 dikatakan bersifat fluktuatif karena dari setiap tahunnya mengalami kenaikan dan juga penurunan.
 4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* yang diprosikan dengan CSR secara parsial mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Namun bukan berarti dengan nilai yang positif CSR sangat mempengaruhi nilai perusahaan sebab dalam penelitian kali ini nilai CSR yang mempengaruhi nilai perusahaan memiliki nilai yang cukup rendah.
 5. Variabel *Return On Asset* sebagai variabel moderasi cukup mempengaruhi nilai perusahaan dan juga CSR sebab disaat ROA yang dimiliki perusahaan mengalami peningkatan begitu juga akan membuat nilai perusahaan ikut meningkat apalagi jika ditambah dengan nilai CSR yang juga ikut meningkat maka akan menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan tersebut untuk menarik minat investor.
- Saran
1. Perusahaan manufaktur khususnya pada sektor plastik dan kemsan harus bisa menjaga konsistensi *Return On Asset* dan kalau bisa CSR / Tanggung jawab perusahaan juga harus dilaksanakan atau bahkan dikembangkan agar nilai perusahaan dapat terus meningkat.
 2. Untuk meningkatkan kepercayaan investor, selain meningkatkan ROA perusahaan juga harus dapat meningkatkan nilai CSR sebab tanggung jawab perusahaan akan memiliki nilai di mata para investor untuk menanamkan modalnya, dengan melakukan inovasi dan kreasi diluar peraturan yang berlaku perusahaan akan memiliki nilai lebih untuk menciptakan rasa kepercayaan pada calon investor.
 3. Data yang diambil hanya berkisar di satu sektor saja, sehingga hasil yang diperoleh tidak terlalu memberikan gambaran yang lengkap, merinci dan komprehensif.
 4. Selain itu indikator yang dipakai dalam profitabilitas dapat kita ubah atau tambahkan jadi menyeluruh. Seperti dalam profitabilitas indikator yang digunakan bukan hanya ROA tetapi juga dapat

menyertakan indikator yang lainnya seperti ROI, ROE, GPM, NPM, dan Rentabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] 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.
- [2] Dahli, L. dan Siregar, V. S. 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.
- [3] Devina, Florence., Suryanto, L dan Zulaikha. 2004. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Go Public di Bursa Efek Jakarta (BEJ). Jurnal Maksi. Volume 4. Agustus : 161-177.
- [4] Ghozali, Imam. 2006. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang. dan A. Chariri. 2007. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- [5] Herawati, Vinola. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- [6] Kurniawan, Reno. 2008. Analisis Good Corporate Governance, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP.
- [7] Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- [8] Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. ASET. Volume 9 Nomor 2. Agustus : 464-493.
- [9] Suharli, Michell. 2002. Studi Empiris terhadap Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public di Indonesia. Jurnal Maksi, Volume 6 Nomor 1. Januari : 23-41.
- [10] Suharto, Edi. 2007. Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate. <http://www.policy.hu/suharto>. Diakses tanggal 19 Oktober 2009.
- [11] Suranta, E. dan Merdistuti, P. P. 2004. Income Smoothing, Tobin's Q, Agency Problem dan Kinerja Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi VII. Denpasar Bali, 2-3 Desember.
- [12] Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 30 Oktober 2009 Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. JRAI, Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-16.