

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

**(Studi Empiris Pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI
Tahun 2013-2015)**

**Oleh :
Rokhmat Jaya Stiaji*)
Nur Diana**)
Afifudin***)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas (ROE), dan interaksi CSR dengan ROE terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari Laporan keuangan Publikasi tahun 2013-2015.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi hubungan CSR dengan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan, Profitabilitas

**THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)
TO THE COMPANY VALUE WITH PROFITABILITY AS THE
MODERATING VARIABLE**

*(Empirical Study On Food and Beverage company which listing in BEI Year
2013-2015)*

by:

Rokhmat Jaya Stiaji *)

Nur Diana **)

Afifudin ***)

ABSTRACT

This research has a purpose to determine the effect of Corporate Social responsibility (CSR), Profitability (ROE), and interaction CSR with ROE to the company value in Food and Beverage company which listing in BEI in 2013-2015. The sample selection using purposive sampling method. The data used in this research was obtained from the financial statements Publication Company 2013-2015.

The results showed that (1) The disclosure of CSR has negative significant influence to the company value. (2) The profitability (ROE) has not significant influence to the company value. (3) The profitability as the moderating variable can influence the relation CSR disclosure to the company value

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), firm value, profitability.*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Berpihaknya perusahaan kepada pemilik modal mengakibatkan eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial secara tidak terkendali yang berakibat rusaknya lingkungan alam dan social yang semata-mata hanya berorientasikan pada laba dan *image* perusahaan. Namun seiring berjalannya waktu, masyarakat semakin menyadari adanya dampak negatif yang ditimbulkan oleh kegiatan perusahaan, oleh sebab itu pelaku bisnis dituntut tidak hanya berorientasi memaksimalkan laba tetapi mampu memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sekitar (Sembiring, 2005).

Dewasa ini perusahaan berkembang semakin pesat untuk memperoleh akses modal, dan pangsa pasar dalam bursa efek. Menurut Undang-Undang Pasar Modal No. 8 tahun 1995 yaitu, Bursa Efek adalah pihak yang menyelenggarakan dan menyediakan sistem dan atau sarana untuk mempertemukan penawaran jual dan beli efek pihak-pihak lain dengan tujuan memperdagangkan efek diantara mereka. Bursa Efek Indonesia (BEI) atau *Indonesia Stock Exchange (IDX)*

merupakan pasar modal atau wadah perdagangan saham (*stock exchange*) paling besar di Indonesia.

Pada Bursa Efek salah satu faktor investor bersedia menanamkan modal atau investasi pada suatu perusahaan yaitu nilai perusahaan, merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya, tidak hanya pada kinerja perusahaan (kemampuan *financial* / profitabilitas) saat ini namun juga pada prospek perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. *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.

Dalam aktivitas perusahaan untuk mencapai profitabilitas semaksimal mungkin untuk mendongkrak nilai perusahaan memiliki sisi negatif terhadap lingkungan hidup maupun sosial, karena ada nya eksploitasi terhadap sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan tersebut. Oleh sebab itu, memicu kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini dengan bentuk kontribusi perusahaan berupa *Corporate Social Responsibility* (CSR), akan tetapi sekarang penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai beban/biaya (*cost*), melainkan investasi perusahaan (Emi, 2007).

Sejalan dengan *survey* yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009), menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Tidak hanya demikian, manfaat adanya *Corporate Social Responsibility* dapat di gunakan perusahaan sebagai sarana *marketing* walaupun dengan pengorbanan *financial* yang berdampak dengan berkurangnya *profit* perusahaan, akan tetapi hal tersebut akan memacu citra perusahaan semakin baik dan loyalitas konsumen semakin baik pula. Hal ini lah yang membuat asumsi CSR berperan dalam mempengaruhi nilai perusahaan di mata konsumen dan berakibat langsung terhadap pendapatan/penjualan perusahaan (profitabilitas).

Dalam Penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman (*food and beverage*), karena perusahaan makanan dan minuman tidak mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi sebab, perusahaan tersebut memproduksi barang konsumsi global, dan memiliki tingkat sensitivitas yang rendah terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan. Umumnya perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan-perusahaan besar. Perusahaan besar tentu menjanjikan laba yang lebih tinggi, oleh sebab itu banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: (1) Apakah banyaknya aktivitas CSR yang diungkapkan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? (2) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ? (3) Apakah Interaksi profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini yaitu: (1) Untuk mengetahui banyaknya aktivitas *corporate social responsibility* yang diungkapkan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) Untuk mengetahui profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3) Untuk mengetahui interaksi profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

MANFAT PENELITIAN

Bagi Perusahaan, dapat memberikan kontribusi pemikiran akan adanya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang di muat dalam laporan yang disebut laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) untuk sekedar pertimbangan pengambilan keputusan pihak perusahaan akan pentingnya kondisi lingkungan sekitar, serta dapat memberikan gambaran akan pentingnya UU PT bagi pemerintah untuk tindak lanjut perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI agar melaksanakan tanggung jawab sosial nya. Bagi investor, sebagai bahan pertimbangan yang dapat di perhitungkan untuk berinvestasi diluar ukuran-ukuran moneter perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI. Bagi masyarakat, dapat memberikan informasi kontribusi perusahaan akan tanggung jawab sosial (CSR) yang dapat menjadi bahan pengawasan akan aktivitas perusahaan, serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

TINJAUAN PUSTAKA

HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Rosiana, Maria, dan Sari (2013) meneliti tentang Pengaruh Pengungkapan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2013 dan profitabilitas yang diprosikan ROA mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Handriani (2013) meneliti tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating dengan mengambil sampel 30 perusahaan manufaktur 2009-2011. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Agustine (2014), dengan judul penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Dengan kesimpulan, CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Prosentase kepemilikan manajemen dan profitabilitas sebagai variabel *moderating* mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Secara serempak CSR, prosentase kepemilikan manajemen profitabilitas interaksi antara CSR dan prosentase kepemilikan manajemen.

Saedah (2015), dengan judul penelitian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* (Studi pada Perusahaan Manufaktur di BEI Periode Tahun 2011-2013). Memiliki kesimpulan, variabel CSR Tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORI

TEORI STAKEHOLDER

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, 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, 1984 dalam Waryanti, 2009). Jadi, definisi dari *stakeholder* sendiri adalah kelompok maupun individu yang dapat memengaruhi atau dipengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi (Freeman, 1984:25).

Ketika *stakeholder* mengendalikan sumber-sumber ekonomi yang penting bagi perusahaan, maka perusahaan akan bereaksi dengan cara-cara yang dapat memuaskan keinginan *stakeholder* (Ullman, 1985:552). oleh karena itu, eksis nya suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kontribusi yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Untung, 2008 dalam Setianingrum, 2015).

TEORI NILAI PERUSAHAAN

Dalam penelitian ini nilai perusahaan di cerminkan oleh harga saham. Dalam sudut pandang tradisional menyatakan sebuah perusahaan yang didirikan oleh pemiliknya (pemegang saham) hanya untuk mencapai tujuan *stakeholder*, yaitu mencapai laba semaksimal mungkin atau kembalian laba investasi maksimal.

Nilai perusahaan sangat penting, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset (Brigham dan Houston, 2006 dalam Setianingrum, 2015). Oleh karena itu, nilai perusahaan juga sering di sebut nilai pasar (*market value*).

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* yang selanjutnya disingkat menjadi CSR adalah kontribusi sebuah perusahaan yang terpusat pada aktivitas bisnis, investasi sosial dan program *philanthropy*, dan kewajiban dalam kebijakan publik (Wineberg 2004:72).

Pertanggung jawaban sosial sendiri dilaporkan dalam *sustainability reporting*. *sustainability reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial, kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), dan yang harus ditekankan *sustainability reporting* harus menjadi dokumen strategis yang mempunyai level tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sector industrinya.

Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI) Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, rigor, dan pemanfaatan *sustainability reporting*.

Pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan (Sembiring, 2005) juga dijelaskan sebagai proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tujuan pengungkapan tanggungjawab sosial adalah sebagai bentuk kepedulian perusahaan baik kepada *shareholder* maupun kepadastakeholder. Tingkat pengungkapan informasi tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) pada perusahaan-perusahaan yang diteliti dinilai melalui luas pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Untuk mengukur CSR disclosure digunakan indeks pengungkapan sosial atau CSR index yang merupakan luas pengungkapan relative setiap perusahaan sampel atas pengungkapan sosial yang dilakukannya.

PROFITABILITAS

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu (Husnan, 2001). Menurut Heinze (1976) dalam Florence, et al. (2004) dalam

Setianingrum (2015), profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Dalam dunia pasar modal sendiri profitabilitas merupakan hasil dasar kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen, dan profitabilitas merupakan salah satu faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi.

Menurut Heinze (1976) dalam Florence, et al. (2004) dalam Kusumadilaga (2010), profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. Menurut Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Milne (1996), hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan telah menjadi postulat (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Dalam penelitian ini profitabilitas diproksikan melalui *Return on Equity* (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Menurut Agustina (2013) dalam Setianingrum (2015), rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak. Semakin besar ROE, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan sehingga kemungkinan suatu perusahaan dalam kondisi bermasalah semakin kecil. Jadi fungsi dari rasio ini (ROE) adalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja untuk menghasilkan keuntungan.

METODE PENELITIAN

JENIS, LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasi, yaitu suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih.

LOKASI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini adalah Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) di Fakultas Ekonomi lantai dua Universitas Islam Malang (UNISMA). Selain itu juga melakukan penelitian melalui media internet dengan website seperti www.idx.co.id , www.sahamok.com , website perusahaan sampel dan lain-lain.

WAKTU PENELITIAN

waktu penelitian dimulai pada tanggal 30 Agustus 2016 hingga selesai penelitian pada 1 juni 2017.

DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Agar penelitian ini dapat dilaksanakan sesuai dengan yang diharapkan, maka perlu dipahami berbagai unsur-unsur yang menjadi dasar dari suatu

penelitian ilmiah yang termuat dalam operasionalisasi variabel penelitian. Secara lebih rinci, operasionalisasi variabel penelitian adalah sebagai berikut.

1. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar, menurut Martin, et al (2000), Nilai perusahaan merupakan nilai atau harga pasar yang berlaku atas saham umum perusahaan. 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.

Untuk menghitung nilai perusahaan menggunakan Tobins'Q dalam penelitian ini dengan cara melihat harga dan jumlah beredar saham hingga akhir tahun buku. Selanjutnya melihat jumlah hutang dan aktiva objek penelitian di dalam laporan keuangan, kemudian data yang di peroleh akan di olah dengan memakai formula Tobins'Q. Variabel ini menggunakan satuan persen (%).

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X1)

Variabel independen yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada laporan tahunan perusahaan yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan. Riswari dan Cahyonowati (2012) dalam Setianingrum (2015), indikator yang digunakan dalam penelitian mengacu pada indikator *Global Reporting Initiatives* (GRI) yang berfokus pada beberapa komponen pengungkapan, yaitu *economic, environment, dan society*, sebagai dasar *sustainability reporting*.

Perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel *dummy*, untuk mengetahui nilai indeks pengungkapan CSR dengan membandingkan jumlah item pengungkapan CSR sesuai indikator dengan jumlah semua item indikator pengungkapan CSR yang berjumlah 79 item. Variabel ini menggunakan satuan persen (%).

3. Profitabilitas (X2)

profitabilitas pada penelitian ini dicerminkan dengan Rasio *Retrun Of Equity* (ROE). Sri Rahayu (2010) dalam Setianingrum (2015) menyatakan, dari semua rasio fundamental yang dilihat oleh investor, salah satu rasio yang terpenting adalah ROE. ROE menunjukkan apakah manajemen meningkatkan nilai perusahaan pada tingkat yang dapat diterima. Dengan kata lain , rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja untuk

menghasilkan keuntungan Untuk memperoleh nilai ROE. ROE merupakan perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan rata-rata ekuitas tahun sekarang dan tahun sebelumnya, dalam penelitian ini informasi yang di dapatkan melalui laporan keuangan dari objek penelitian(perusahaan), variabel ini menggunakan satuan persen (%).

SUMBER DAN METODE PENELITIAN

SUMBER

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berupa data tahunan (*time series*) yaitu *Annual Report* Perusahaan. Data penelitian ini meliputi data nilai perusahaan (harga saham),pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ,dan profitabilitas.

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi dan metode studi pustaka. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan *food and beverage* yang terdapat dalam *IDX static* tahun 2013-2015.

Sumber pengumpulan data sendiri menggunakan penelusuran data sekunder, yaitu dengan kepustakaan dan manual. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari pojok Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia (BEI) Fakultas Ekonomi UNISMA,website dari perusahaan yang diteliti, dan informasi lain-lain,selama periode 2013-2015.

METODE ANALISIS DATA

Penelitian ini menggunakan model penelitian analisis regresi linear berganda dengan persamaan menggunakan *Moderated Analysis Regresion (MRA)*. Secara umum, analisis regresi MRA pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen/terikat dengan satu atau lebih variabel independen/bebas dan studi mengenai interaksi variabel moderat dengan variabel bebas terhadap variabel dependen. Setelah data diperoleh, selanjutnya data tersebut diolah dan dianalisis dengan menggunakan *software SPSS (Statistical and Service Solution) versi. 16.0 for windows*.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

DISKRIPSI SUBYEK PENELITIAN

Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya yang menjadi subyek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2015. Perusahaan *food and beverage* (FnB) adalah perusahaan manufaktur yang kegiatannya memproduksi bahan konsumsi masyarakat global. Selama periode tahun penelitian tercatat pada tahun 2013-2015 jumlah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI berjumlah sebanyak 16 perusahaan dan perusahaan yang

memenuhi kriteria penelitian ada sebanyak 14 perusahaan, sedangkan 2 perusahaan tidak memenuhi kriteria dikarenakan perpindahan sektor dan *delisting* pada bursa efek.

SAMPEL TERPILIH

Tabel Sampel yang terpilih

No	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	ICBP
2	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
3	PT Mayora Indah Tbk	MYOR
4	PT Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI
5	PT Ultra Jaya Milk Industry & Trading comp	ULTJ
6	PT Nippon Indosari Corporindo Tbk	ROTI
7	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk	AISA
8	PT Delta Djakarta Tbk	DLTA
9	PT Sekar Bumi Tbk	SKBM
10	PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
11	PT Tri Banyan Tirta Tbk	ALTO
12	PT Prasadha Aneka Niaga Tbk	PSDN
13	PT Sekar Laut Tbk	SKLT
14	PT Siantar Top Tbk	STTP

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

1 Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah dihitung menggunakan SPSS (*Statistical and Service Solution*) versi. 16.0 for windows, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1(Constant)	1.729	.717	2.412	.021
CSR	-8.912	4.061	-2.195	.034
Profitabilitas (ROE)	.015	.046	.333	.741
CSR*Profitabilitas	.790	.266	2.975	.005

$$R^2 = 0,809$$

$$F = 53,614$$

$$\text{Sig. } F = 0,000$$

Penelitian menggunakan variabel terikat adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel bebasnya adalah CSR dan dimoderasi oleh profitabilitas pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar diBEI periode 2013-2015. setelah di analisis dengan menggunakan teknik regresi linear berganda melalui program *SPSS 16.0 for windows* diperoleh hasil nilai a, X1, X2, dan X1*X2 adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,729 - 8,912\text{CSR} + 0,015\text{ROE} + 0,790\text{CSR*ROE} + e$$

Dari persamaan diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. CSR mempunyai koefisien regresi sebesar -8,912 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel interaksi CSR (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -8912.
2. Profitabilitas mempunyai koefisien regresi sebesar 0,015 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan variabel profitabilitas (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,015.
3. Interaksi CSR dan profitabilitas mempunyai koefisien regresi sebesar 0,790 menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan Interaksi CSR dan profitabilitas (dengan asumsi bahwa nilai koefisien variabel lain tetap atau tidak berubah) maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,790.

2 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel bebas dan terikat terdistribusi secara normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan statistik *Kolmogorov Smirnov* dengan tingkat signifikansi 5%.

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Nilai Perusahaan	CSR	Profitabilitas
N		42	42	42
Normal Parameters ^a	Mean	2.9934	.1744	18.0738
	Std. Deviation	2.97986	.11675	17.72825
Most Extreme Differences	Absolute	.223	.166	.193
	Positive	.223	.166	.193
	Negative	-.221	-.125	-.142
Kolmogorov-Smirnov Z		1.446	1.076	1.248
Asymp. Sig. (2-tailed)		.310	.197	.089

a. Test distribution is Normal.

Pengujian yang tertera pada tabel diatas diketahui bahwa statistik uji *kolmogrov smirnov* nilai perusahaan sebesar 0,310. Hal ini menunjukkan bahwa *Asymp.sig (2-tailed) > level of significant ($\alpha = 5\%$)*. Hal ini berarti variabel nilai perusahaan dinyatakan berdistribusi normal.

Statistik uji *kolmogrov smirnov* CSR sebesar 0,197. Hal ini menunjukkan bahwa *Asymp.sig (2-tailed) < level of significant ($\alpha = 5\%$)*, berarti variabel CSR tidak terdistribusi normal.

Statistik uji *kolmogrov smirnov* profitabilitas sebesar 0,89. Hal ini menunjukkan bahwa *Asymp.sig (2-tailed) > level of significant ($\alpha = 5\%$)*. Hal ini berarti variabel profitabilitas dinyatakan berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas.

Tabel Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1(Constant)	.023	.471		.049	.961		
CSR	1.902	1.985	.075	.958	.344	.999	1.001
Profitabilitas	.146	.013	.868	11.166	.000	.999	1.001

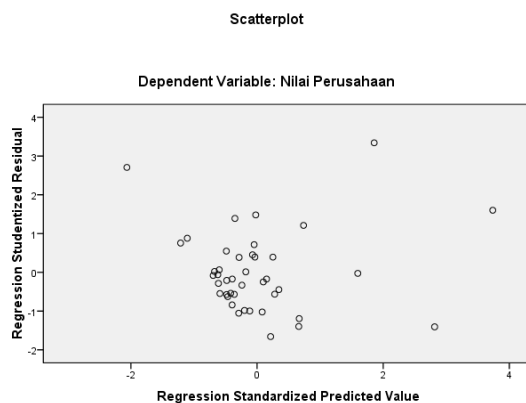
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel CSR memiliki nilai *tolerance* hasil uji sebesar $0,999 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1.001 < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas pada variabel CSR dalam model regresi.

Variabel profitabilitas memiliki nilai *tolerance* hasil uji sebesar $0,999 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1.001 < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas pada variabel profitabilitas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Glesjer



Berdasarkan grafik scatterplot tersebut terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Autokorelasi

Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Dl	4-dl	Du	4-du	Dw	Interprestasi
1,41	2,59	1,61	2,39	1,871	Tidak terjadi autokorelasi

Tabel Hasil Uji Autokorelasi (Durbin Watson)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.899 ^a	.809	.794	1.35312	1.871

a. Predictors: (Constant), CSR*Profitabilitas, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel diatas diketahui bahwa nilai Durbin Watson hasil pengujian berada diantara $du < dw < 4-du$ ($1,41 < 1,871 < 2,39$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang terbentuk.

4 Uji Hipotesis

a. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	294.487	3	98.162	53.614	.000 ^a
	Residual	69.575	38	1.831		
	Total	364.062	41			

a. Predictors: (Constant), CSR*Profitabilitas, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai F_{hitung} dengan nilai 53,614 dan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Nilai nilai sig. F (0,000) lebih kecil dari α (0,05) maka variabel CSR, profitabilitas dan interaksi CSR dengan profitabilitas (ROE) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Tobins'Q) pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI pada tahun 2013-2015.

b. Koefesien Determinasi

Tabel Hasil Model Summary

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.899 ^a	.809	.794	1.35312

a. Predictors: (Constant), CSR*Profitabilitas, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

diatas diperoleh nilai *R square* sebesar 0,809 yang mana hal ini berarti 80,9% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), variabel profitabilitas (ROE) dan interaksi CSR dengan profitabilitas (ROE). Sedangkan 19,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

c. Uji Parsial (Uji t)

Tabel uji t

Variabel	t _{hitung}	Sig.	Keterangan
CSR	-2,915	0,034	Signifikan
Profitabilitas(ROE)	0,333	0,741	Tidak Signifikan
CSR*ROE	2,975	0,005	Signifikan

Kriteria pengujian :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 di terima.

Berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada tabel dapat digambarkan sebagai berikut :

a. Pengujian Hipotesis 1

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi, pada variabel CSR diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,915 dengan signifikansi t sebesar 0,034. sig. $t < \alpha=5\%$ ($0,034 < 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan atau hipotesis (H_1) diterima.

b. Pengujian Hipotesis 2

Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis regresi, pada variabel Profitabilitas (ROE) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,333 dengan signifikansi t sebesar 0,741. $\text{sig. } t > \alpha=5\%$ ($0,741 > 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan atau hipotesis (H2) ditolak.

c. Pengujian Hipotesis 3

Interaksi profitabilitas dengan *Corporate social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

d. Berdasarkan hasil analisis regresi, pada interaksi variabel moderasi yaitu Profitabilitas (ROE) dalam pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,975 dengan signifikansi t sebesar 0,005. $\text{sig. } t < \alpha=5\%$ ($0,005 < 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial interaksi profitabilitas dengan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan atau hipotesis (H3) diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai perusahaan

Dari hasil penelitian, variabel CSR diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -2,915 dengan signifikansi t sebesar 0,034. $\text{sig. } t < \alpha=5\%$ ($0,034 < 0,050$), maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility adalah kontribusi sebuah perusahaan yang terpusat pada aktivitas bisnis, investasi sosial dan program *philanthropy*, dan kewajiban dalam kebijakan publik (Wineberg 2004:72). Setiap perusahaan wajib menungkapkan kontribusi mereka, dan memiliki pengungkapan CSR yang berbeda-beda dalam laporan tahunan perusahaan.

Luas nya pengungkapan kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan menurunkan Nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh harga saham di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hal ini disebabkan dalam pengungkapan CSR disetiap perusahaan memiliki perbedaan, karena dalam pelaporan pengungkapan CSR tidak memiliki standar yang baku dalam penyusunannya, sehingga terdapat banyak perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI memiliki pengungkapan CSR yang rendah atau tidak secara rinci dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan, serta faktor lain yaitu, kecendrungan investor dalam membeli saham lebih dominan melihat *profit* perusahaan dibandingkan citra perusahaan (*image* perusahaan) dan secara teknis variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung (*real*) pada perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silvia Agustina (2013), yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil penelitian, variabel profitabilitas (ROE) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,333 dengan signifikansi t sebesar 0,741. $\text{sig. } t > \alpha=5\%$ ($0,741 > 0,050$), maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Van Horne dan Wachowicz (2005:222) mengemukakan rasio profitabilitas Terdiri atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (*gross profit margin*) dan *margin* laba bersih (*net profit margin*). Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (*return on total assets*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (*return on equity*). Profitabilitas yang diproyeksikan ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Profitabilitas perusahaan yang diwakili oleh rasio-rasio ROA dan ROE, secara langsung dapat mempengaruhi return pemegang saham. Dengan asumsi bahwa jika ROA dan ROE besar hal ini menunjukkan kinerja perusahaan bagus sehingga perusahaan memiliki tingkat efisiensi yang baik pula, maka harga saham akan mengalami kenaikan pula, dan akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Hal ini bertolak belakang dengan teori yang digunakan, dikarenakan peningkatan jumlah modal sendiri tidak diikuti dengan peningkatan laba, melainkan banyaknya perusahaan sampel yang mengalami kerugian. Dengan kata lain perusahaan belum mampu mengoptimalkan penggunaan modal sendirinya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ain dan Setijaningsih (2013), yang menyatakan profitabilitas (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Interaksi Profitabilitas Dengan Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil penelitian tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu (Husnan, 2001). Menurut Heinze (1976) dalam Florence, et al. (2004) dalam Setianingrum (2015). profitabilitas adalah faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara lebih luas. ROE merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Luasnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dimoderasi oleh profitabilitas diproyeksikan dengan *Return of Equity* (ROE) mampu secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan yang diproyeksikan harga saham. Dengan demikian, luas nya pengungkapan CSR berbanding lurus dengan profitabilitas yang di hasilkan perusahaan, serta dapat mempengaruhi nilai

perusahaan atau nilai saham perusahaan itu sendiri. Hal ini disebabkan, semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Agustine (2014) , dan Setianingrum (2015) yang menyatakan interaksi profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Sampel yang digunakan adalah perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2015 sebanyak 14 perusahaan, dengan total data adalah 42. Analisis dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut : (1) *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan dalam pengungkapan CSR disetiap perusahaan memiliki perbedaan, karena dalam pelaporan pengungkapan CSR tidak memiliki standar yang baku dalam penyusunannya, sehingga terdapat banyak perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI memiliki pengungkapan CSR yang rendah atau tidak secara rinci dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan, serta faktor lain yaitu, kecenderungan investor dalam membeli saham lebih dominan melihat *profit* perusahaan dibandingkan citra perusahaan (*image* perusahaan) dan secara teknis variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung (*real*) pada perusahaan. (2) Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. dikarenakan peningkatan jumlah modal sendiri tidak diikuti dengan peningkatan laba, melainkan banyaknya perusahaan sampel yang mengalami kerugian. Dengan kata lain perusahaan belum mampu mengoptimalkan penggunaan modal sendirinya. (3) Profitabilitas sebagai variabel moderasi ternyata mampu memoderasi hubungan CSR dengan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan, semakin luas CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan dari *stakeholder* dan *shareholder* akan kontribusi yang diberikan perusahaan yang berdampak baik pada laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat untuk kedepannya. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

Peneliti selanjutnya diharapkan Sebaiknya dalam penelitian selanjutnya menambah variabel bebas selain *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Sebaiknya dalam penelitian selanjutnya menggunakan variabel *moderating* selain profitabilitas dalam hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Sebaiknya dalam penelitian selanjutnya menambah luas atau jumlah data dan periode penelitian yang lebih panjang/banyak dan terbaru. Dalam pengungkapan CSR sebaiknya melibatkan orang lain sebagai bahan pertimbangan menentukan luas pengungkapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamidah, ana tahun 2015 hubungan kinerja llingkungan berdasarkan ISO14001 pengungkapan CSr dan kinerja keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013
- Agustina, Silvia. 2013. “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. *Artikel Penelitian*. Padang : Fakultas Ekonomi UNP.
- Agustine, Ira. 2014. “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan”. *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 2 No. 1. Hal. 42 – 47. Surabaya : Universitas Kristen Petra.
- 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.
- Ghozali, Imam. 2006. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Ghozali, Imam, 2009, “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*”. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Handriyani, Arik Novia, 2013. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel *Moderating*”. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- kurniati, erni tahun 2008 pengaruh ukuran perusahaan pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan terhadap koefisien respon laba dan koefisien respon nilai buku ekuitas studi empiris perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel *Moderating* (Studi

Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.

Sholichah, Nianatus tahun 2015 pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi(studi empiris pada perusahaan manufaktur , trade service and investmen dan property and real estate yang terdaftar di Indeks saham Syariah di Indonesia tahun 2011-2013

Nurlela dan Islahudin. 2008. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating”. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.

Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Simposium Nasional Akuntansi VIII. Solo, 15-16 September. <http://digilib.umm.ac.id/files/disk1/342/jiptummpp-gdl-jou-2009-eddyrisman-17099-KARAKTER-G.pdf>. di akses pada 20 Januari 2017.

Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Di akses pada 22 Januari 2017

Untung, B. H. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.

Referensi Website :

www.hukumonline.com

www.globalreporting.org

www.idx.com

Tanudjaja, Bing Bedjo. 2006. *Perkembangan Corporate Social Responsibility di Indonesia*. Available, <http://www.petra.ac.id/journals>
<http://digilib.unila.ac.id/7280/17/BAB%20III.pdf>

*) Rokhmat Jaya Stiaji adalah Alumnus Fakultas Ekonomi Unisma

**) Nur Diana, Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma

***) Afifudin, Dosen tetap Fakultas Ekonomi Unisma