

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

(Studi Empiris Terhadap Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek
Indonesia Periode 2013-2015)

**Rio Muhammad Ariono,
Hj. Maslichah dan
Afifudin**

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang
Jl. Mayjend. Haryono 193 Malang 65144
Telp. (0341) 551932, 551822 Fax. (0341) 552249, HP. 085790962557
Email: rioariono6@gmail.com

Abstraksi

The purpose of this research is 1). to know the influence of corporate social responsibility toward company value, 2). to know the effect of profitability to company value, 3). to know the influence of corporate social responsibility interaction with profitability to company value.

The population used in this study are all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2013-2015. Sample selection using purposive sampling. Based on the criteria, obtained 50 companies that became the sample in this study. The method used in this study using multiple linear regression method.

Based on the results of the analysis can be put forward several conclusions as follows: 1). T test results show that for Corporate Social Responsibility variable has no significant effect on firm value, but profitability has positive significant effect on firm value and interaction between CSR and profitability (ROA) Significant to company value. 2). The result of f test shows that CSR, profitability (ROA) and interaction between CSR and profitability (ROA) simultaneously have significant influence to firm value

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Corporate Value

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dunia bisnis mengalami persaingan yang sangat ketat, sehingga perusahaan dituntut untuk mampu bersaing dengan

baik dengan perusahaan perusahaan lainnya agar tetap mampu menjalankan dan mempertahankan usahanya. Pada dasarnya perusahaan merupakan organisasi profit oriented yang dalam kegiatannya adalah untuk mencari laba sebanyak banyaknya. tetapi disamping itu ada Pemikiran yang melandasi Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) yang sering dianggap inti dari etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau customer, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor.

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan (Erni, 2007 dalam Sutopoyudo, 2009). CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *singlebottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja, tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. Di sini *bottom lines* lainnya selain finansial juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui rasio-rasio seperti ROA (Return on Assets), ROE (Return on Equity), dan NPM (Net Profit Margin) (Brigham and Houston, 2010). Pengungkapan CSR disinyalir dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah profitabilitas. Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2003)

menyatakan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating. Penelitian ini juga ingin melihat bagaimana pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating dalam menguatkan atau melemahkan hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan ?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?
3. Bagaimana pengaruh interaksi CSR dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh interaksi CSR dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat memberikan manfaat keilmuan mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.
- b. Dapat menjadi bahan pembanding penelitian terdahulu dan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya perusahaan untuk mengelola potensi sosial dan lingkungan sehingga bisa menciptakan kemajuan perusahaan.

2. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan berbagai macam aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter pada perusahaan yang akan dituju

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Stakeholder

Teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun juga harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007).

2.2. Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Anggraini, 2006).

2.3. Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan

Menurut Martin Freedman, dalam Henny dan Murtanto (2001) dalam Kuntari dan Sulistyani (2007), ada tiga pendekatan dalam pelaporan kinerja sosial, yaitu :1) Pemeriksaan Sosial; 2) Laporan Sosial; 3) Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan

2.4. Nilai Perusahaan

Menurut Fama (1978) dalam wahyudi dan Pawestri, (2006), nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.5. Profitabilitas

Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui rasio-rasio seperti ROA (*Return on Assets*), ROE (*Return on Equity*), dan NPM (*Net Profit Margin*) (Brigham and Houston, 2010).

2.6. Hipotesis

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

H₂: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

H₃: Interaksi antara CSR dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

3. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian empiris, yaitu penelitian yang menguji hipotesis dan menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indrianto dan supomo, 2002:12).

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam hal penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2015. Perusahaan manufaktur juga digunakan dalam penelitian yang terdahulu.
2. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI berturut-urut dari 2013-2015. Untuk keperluan pengambilan data.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian. Perusahaan yang mengalami kerugian akan memiliki rasio profitabilitas negatif.
4. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah dalam pembuatan laporannya. Penyajian laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah tidak akan berpengaruh oleh pergerakan *kurs*.
5. Perusahaan yang melaporkan *Annual Report* lengkap dari 2013-2015. Melaporkan data lengkap untuk kekonsistenan data.
6. Perusahaan yang melaporkan *Corporate Social Responsibility*. Pelaporan CSR digunakan sebagai penentu tingkat pengungkapan kepedulian sosial perusahaan.

3.3. Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* dan Variabel *Moderating* dalam penelitian ini adalah Profitabilitas.

3.4. Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility

Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Inisiatif* (GRI). Dalam *GRI Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standard *disclosures*. Tiga dimensi tersebut kemudian diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu ekonomi, social/masyarakat, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak asasi manusia, dan tanggungjawab produk.

pengungkapan CSR pada laporan tahunan yang terdiri atas 6 fokus pengungkapan dan diukur menggunakan indikator empirik CSDI.

$$CSDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Ke Keterangan :

CSDI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_j = jumlah item untuk perusahaan j

X_{ij} = item i diungkapkan

Nilai Perusahaan (Q)

Rasio Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomi dalam kekuasaannya. Variabel ini telah digunakan oleh Herawaty (2008), dan Nurlela dan Islahuddin (2008). Penghitungan menggunakan rumus:

$$TVA = Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan :

Q = Nilai perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas

D = Nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari total ekuitas

Return On Asset (ROA)

ROA sebagai salah satu ukuran profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan *income* dari pengelolaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA merupakan perbandingan antara laba bersih dengan jumlah aktiva perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aktiva}}$$

3.5. Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa *annual report* perusahaan manufaktur untuk periode 2013-2015. Data mengenai daftar perusahaan manufaktur diperoleh dari situs www.sahamok.com. Sedangkan *annual report* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *annual report* untuk periode 2013-2015 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan diakses melalui situs www.idx.co.id.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu metode dengan mengumpulkan dan mempelajari dasar teori, buku, jurnal, dokumen-dokumen atau data lain yang berhubungan dengan penelitian yang digunakan sebagai acuan penelitian. Dalam hal ini data yang dimaksud adalah data berupa *annual report* perusahaan.

3.6. Metode Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari rata-rata, deviasi standar, nilai minimum, dan nilai maksimum.

2. Uji Normalitas dan Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dilakukan pengujian normalitas data dan asumsi klasik. Hal ini dilakukan agar data sampel yang diolah dapat benar-benar mewakili populasi secara keseluruhan.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

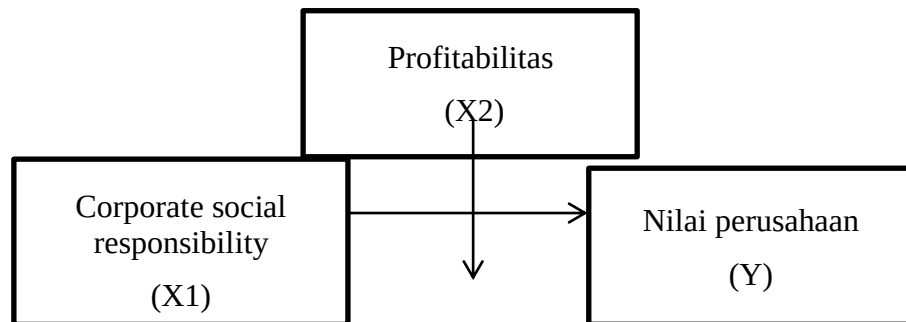
Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Regresi Linear Berganda. Dan persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y_1 &= a + \beta_1 X_1 + e & Y_2 &= a + \beta_2 X_2 + e \\ Y_3 &= a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + e \end{aligned}$$

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui signifikansi dari hipotesis dalam penelitian ini maka perlu dilakukan beberapa uji sebagai berikut : Uji F, Koefisien Determinasi (R^2), Uji t.

3.7. Model Penelitian



Gambar 3.1 Model Penelitian

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Gambaran Umum Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara *Purposive Sampling*, sehingga diperoleh sampel sebanyak 50 perusahaan manufaktur berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya. Pemilihan sampel dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut

**Tabel 4.1
Sampel Penelitian**

No.	Kriteria Pemilihan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2015.	143
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-urut tahun 2013-2015.	(11)
3.	Perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian.	(54)

4.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan nilai mata uang rupiah dalam laporan keuangan.	(14)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak melaporkan <i>annual report</i> lengkap di BEI dari tahun 2013-2015.	(5)
6.	Perusahaan Manufaktur yang tidak melaporkan CSR di <i>annual report</i> perusahaan.	(9)
	Jumlah	50

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif untuk variabel-variabel penelitian tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.2
Statistik Descriptive Variabel

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Q (Y)	50	,39	17,37	2,5738	3,01861
CSR (X ₁)	50	,17	1,00	,6833	,20483
ROA (X ₂)	50	,00	,39	,0994	,08067
CSR . ROA (X ₃)	50	,00	,27	,0684	,05826
Valid N (listwise)	50				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2017

4.2. Pembahasan Penelitian

Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu, atau *residual* memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Kolmogorof-Smirnov*. Jika data memiliki nilai distribusi lebih besar dari *probabilitas* yakni 5%, maka dapat disimpulkan berdistribusi normal.

Tabel 4.3
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

		Q	CSR	ROA	CSR.ROA
N		50	50	50	50
Normal Parameters(a,b)	Mean	,5442	,6833	,0994	,0684
	Std. Deviation	,83857	,20483	,08067	,05826
Most Extreme Differences	Absolute	,139	,128	,178	,140
	Positive	,139	,072	,178	,140
	Negative	-,074	-,128	-,112	-,123
Kolmogorov-Smirnov Z		,982	,907	1,259	,991
Asymp. Sig. (2-tailed)		,290	,384	,084	,279

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diperoleh informasi bahwa nilai perusahaan (Q) memiliki nilai *kolmogrov smirnov Z* sebesar 0,982 dengan *sign K-S*. 0,290. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *kolmogrov smirnov Z* sebesar 0,907 dengan *sign K-S*. 0,384, dan profitabilitas (ROA) memiliki nilai *kolmogrov smirnov Z* sebesar 1,259 dengan *sign K-S*. 0,084, Serta interaksi antara CSR dan ROA memiliki nilai *kolmogrov smirnov Z* sebesar 0,991 dengan *sign K-S*. 0,279. Hasil ini menunjukkan bahwa dari setiap variabel semua *Asymp. Sig. (2-tailed)* > *level of signifikan* ($\alpha = 5\%$), sehingga asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk melihat apakah asumsi-asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linier terpenuhi. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan uji autokorelasi, serta uji heteroskedastisitas.

1. Uji Autokorelasi

Pengujian asumsi autokorelasi dilakukan menggunakan uji *Durbin Watson*. Kriteria pengujian menyatakan apabila nilai uji *Durbin Watson* (dW) berada pada $dU < dW < (4-dU)$ maka persamaan regresi tidak mengandung masalah autokorelasi atau residual tidak saling berkorelasi atau berhubungan. Kriteria pengujian autokorelasi dapat dilihat melalui tabel berikut.

Tabel 4.4
Hasil Uji Durbin Watson Model 1

dL	4-dL	dU	4-dU	dW	Interprestasi
1,5035	2,4965	1,5849	2.4151	2,394	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil yang yang ditunjukkan pada tabel 4.4 diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* model pertama dengan variabel independen CSR dan variabel dependen nilai perusahaan dengan hasil pengujian $du < dw < 4 - du$ ($1,5849 < 2,394 < 2,4151$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang terbentuk.

Tabel 4.6
Hasil Uji Durbin Watson Model 2

dL	4-dL	dU	4-dU	dW	Interprestasi
1,5035	2,4965	1,5849	2.4151	2,342	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil yang yang ditunjukkan pada tabel 4.6 diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* model kedua dengan variabel independen profitabilitas (ROA) dan variabel dependen nilai perusahaan dengan hasil pengujian $du < dw < 4 - du$ ($1,5849 < 2,342 < 2,4151$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang terbentuk.

Tabel 4.7
Hasil Uji Durbin Watson Model 3

dL	4-dL	dU	4-dU	dW	Interprestasi
1,2852	2,7148	1,4457	2,5543	2,461	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil yang yang ditunjukkan pada tabel 4.7 diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* model ketiga dengan variabel independen CSR, profitabilitas (ROA) dan hasil interaksi dari CSR dan profitabilitas (ROA) serta variabel dependen nilai perusahaan dengan hasil pengujian $du < dw < 4 - du$ ($1,4457 < 2,461 < 2,5543$) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi yang terbentuk.

2. Uji Multikolinieritas

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka terdapat multikolonieritas untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas.

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Multikolinieritas Model 1

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant) CSR	1,000	1,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

.Berdasarkan output tabel 4.8 terlihat bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF yang tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih dari 0,1, sehingga model regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Multikolinieritas Model 2

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant) ROA	1,000	1,000

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

.Berdasarkan output tabel 4.9, terlihat bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF yang tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih dari 0,1, sehingga model regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas Model 3

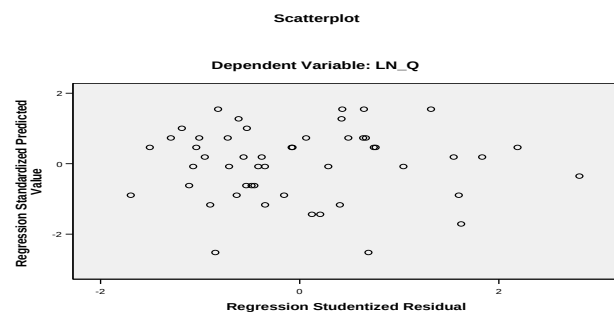
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	,818	1,223
	ROA	,413	2,422
	CSR.ROA	,374	2,677

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan output tabel 4.10, terlihat bahwa semua variabel bebas mempunyai nilai VIF yang tidak lebih dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih dari 0,1, sehingga model regresi yang terbentuk tidak mengandung gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

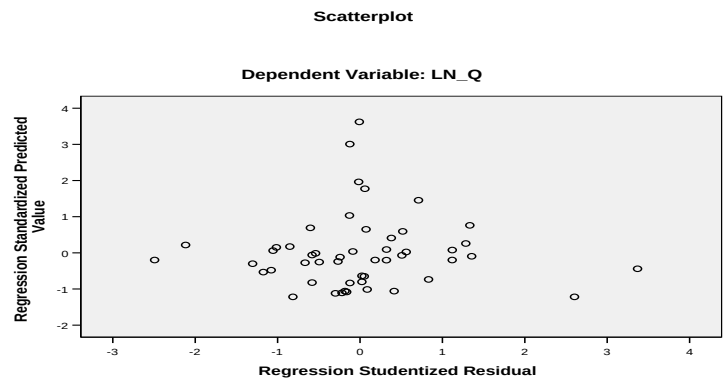
Asumsi heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah residual memiliki ragam yang homogen (konstan) atau tidak. Pengujian asumsi heteroskedastisitas diharapkan residual memiliki ragam yang homogen. Pengujian asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat melalui *scatterplot*. Residual dikatakan memiliki ragam yang homogen ketika titik-titik residual pada *scatterplot* menyebar secara acak. Berikut ini adalah hasil pengujian asumsi heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1. Scatterplot Model 1

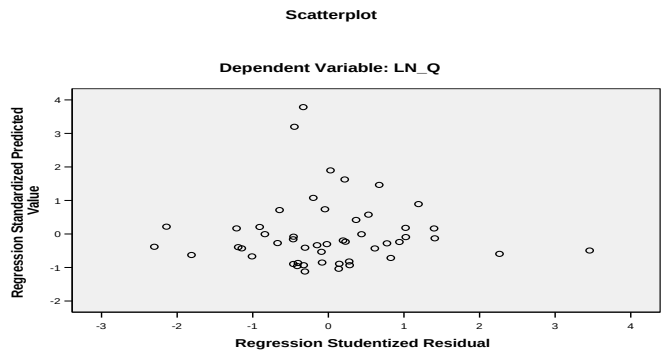
Hasil analisis pada gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan dalam penyebarannya tidak

membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada model yang diuji, sehingga asumsi ini terpenuhi.



Gambar 4.2 Grafik scatterplot Model ke 2

Hasil analisis pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan dalam penyebarannya tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada model yang diuji, sehingga asumsi ini terpenuhi.



Gambar 4.3 Grafik Scatterplot Model 3

Hasil analisis pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan dalam penyebarannya tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas pada model yang diuji, sehingga asumsi ini terpenuhi.

Uji Hipotesis

1. Uji F

Pengujian simultan digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya (Ghozali, 2009).

Tabel 4.11
Hasil Uji Statistik F Model 1

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,362	1	,362	,509	,479(a)
	Residual	34,095	48	,710		
	Total	34,457	49			

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.11, nilai F 0,509 dan Sig. f menunjukkan 0,479. Nilai Sig. $f > 0,05$. Maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, hasil ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.12
Hasil Uji Statistik F Model 2

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,001	1	20,001	66,417	,000(a)
	Residual	14,455	48	,301		
	Total	34,457	49			

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Dari uji F pada tabel 4.12, nilai F 66,417 dan Sig. F menunjukkan 0,000. nilai Sig. $F < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.13
Hasil Uji Statistik F Model 3

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20,623	3	6,874	22,860	,000(a)
	Residual	13,833	46	,301		
	Total	34,457	49			

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Dari uji F pada tabel 4.13, nilai F 22,860 dan Sig. F menunjukkan 0,000. nilai F Sig. yang $< 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa CSR, profitabilitas (ROA) dan interaksi antara CSR dengan profitabilitas (ROA) secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Besarnya interaksi antara CSR dan Profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan dapat diketahui melalui koefisien determinasinya (R^2) bisa dilihat pada tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 1

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,102(a)	,010	-,010	,84280

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Dari tabel 4.14 diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,010. Hal ini berarti bahwa 1% reaksi investor terhadap Nilai perusahaan dipengaruhi oleh Pengungkapan CSR. Sisanya 99% (100% - 1%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Model 2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762(a)	,580	,572	,54877

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Dari tabel 4.15 diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,580. Hal ini berarti bahwa 58% reaksi investor terhadap Nilai perusahaan dipengaruhi oleh Pengungkapan ROA. Sisanya 42% (100% - 58%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Model 3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,774(a)	,599	,572	,54838

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Dari tabel 4.16 diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,599. Hal ini berarti bahwa 59,9% reaksi investor terhadap Nilai perusahaan dipengaruhi oleh interaksi antara CSR dan ROA. Sisanya 40,1% (100% - 59,9%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

3. Uji Statistik t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dalam model regresi linier sederhana berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau tidak adalah dengan membandingkan t hitung dan nilai signifikansi t dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 4.17
Hasil Uji t Model 1

Model		t	Sig.
X ₁	CSR	0,714	0,479

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis regresi tabel 4.17 variabel CSR terhadap nilai perusahaan, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,714 dengan signifikansi sebesar 0,479. Karena sig. t > 5% (0,479 > 0,050), maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.18
Hasil Uji t Model 2

Model		T	Sig.
-------	--	---	------

X ₂	ROA	8,150	,000
----------------	-----	-------	------

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.18 hasil analisis regresi variabel profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan, diperoleh nilai t hitung sebesar 8,150 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena sig. $t < 5\%$ ($0,000 < 0,050$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 4.19
Hasil Uji t Model 3

Model		t	Sig.
X ₁	CSR	1,267	,212
X ₂	ROA	6,109	,000
X ₃	CSR.ROA	-1,156	,254

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil tabel 4.19 analisis regresi variabel CSR terhadap nilai perusahaan, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,267 dengan signifikansi sebesar 0,212. Karena sig. $t > 5\%$ ($0,212 > 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan, diperoleh nilai t hitung sebesar 1,267 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena sig. $t < 5\%$ ($0,000 < 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis regresi variabel interaksi antara CSR dan profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan, diperoleh nilai t hitung sebesar -1,156 dengan signifikansi sebesar 0,254. Karena sig. $t > 5\%$ ($0,254 > 0,050$), maka dapat disimpulkan bahwa interaksi antara CSR dan profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Variabel terikat pada regresi ini adalah Nilai Perusahaan sedangkan variabel bebasnya adalah CSR, Profitabilitas (ROA), dan Interaksi antara CSR dan Profitabilitas (ROA). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$NP = -1,110 + 0,536 \text{ CSR} + 9,234 \text{ ROA} + -0,116 \text{ CSR.ROA} + e$$

5. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

menunjukkan bahwa CSR, profitabilitas (ROA) dan interaksi antara CSR dengan profitabilitas (ROA) secara serentak (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil Uji secara Parsial CSR Tidak berpengaruh Signifikan terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan serta hasil interaksi antara CSR dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

5.2. Keterbatasan dan Saran Penelitian

5.2.1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian jauh dari kata sempurna dan memiliki beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Periode pengamatan yang terbatas selama tiga tahun pengamatan, yaitu tahun 2013 - 2015. Kurang mencerminkan keadaan jangka panjang yang mungkin hasilnya akan berbeda setiap kurun waktu tertentu.
2. Sampel yang digunakan pada penelitian ini terbatas pada perusahaan manufaktur sehingga tidak bisa dijadikan generalisasi untuk seluruh perusahaan. Masih banyak jenis perusahaan yang masih bisa digunakan dalam penelitian seperti perusahaan perbankan.
3. Nilai determinasi Adj R^2 bernilai kecil. Hal ini menandakan bahwa masih banyak variabel lain yang bisa diteliti dengan variabel nilai perusahaan. Contoh Jumlah Dewan Komisaris dan Umur Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik dan Kepemilikan Saham Asing serta Kepemilikan Manajemen.
4. Variabel *moderating* tidak berpengaruh signifikan kepada nilai perusahaan. Hal ini karena Profitabilitas (ROA) tidak dapat diinteraksikan dengan CSR sebab kedua variabel ini merupakan informasi yang berbeda.

4.2.2. Saran Penelitian

Dalam penelitian ini, tentunya penulis memiliki beberapa saran demi kebaikan dan kesempurnaan penelitian selanjutnya, adapun saran-saran tersebut antara lain :

1. Disarankan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan periode yang lebih lama, hal ini dilakukan agar memperkuat hasil penelitian.
2. Peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan untuk menambah sampel yang lebih luas. Hal ini bertujuan agar kesimpulan yang dihasilkan tersebut memiliki cakupan yang lebih luas. Peneliti berikutnya dapat melakukan penelitian pada sektor industri secara menyeluruh, agar hasil penelitian dapat di generalisasi.
3. Peneliti selanjutnya, diharapkan menambah beberapa variabel yang bisa dihubungkan dengan nilai perusahaan. Contoh Jumlah Dewan Komisaris dan Umur perusahaan, Kepemilikan Saham Publik dan Kepemilikan Saham Asing.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Retno., 2006, Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta), *Simposium Nasional Akuntansi 9*, Padang.
- Brigham dan Houston, 2010, *Dasar-dasar Manajemen keuangan*, Jakarta:Salemba Empat
- Ghozali, Imam dan A. Chariri, 2007, *Teori Akuntansi*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam., 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- , 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Herawaty, V., 2008, Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earn-ings Management dan Nilai Perusahaan, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(2): 97-108.

- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang, 2012, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta : BPFE.
- Kuntari, Y. dan A. Sulistyani, 2007, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Indeks Letter Quality (LQ 45) Tahun 2005, *ASET, Volume 9 Nomor 2*, Agustus : 494-515.
- Nurlela, Rika dan Ishlahuddin, 2008, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating, *Simposium Nasional Akuntansi XI*, Pontianak, 23-24 Juli.
- Sembiring, Eddy Rismanda, 2003, Kinerja Keuangan, *Political Visibility*, Ketergantungan pada Hutang dan Pengungkapan Tanggung Jawab Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi VI*.
- Sutopoyudo, 2009, Pengaruh Penerapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>, Diakses tanggal 1 Februari 2017.
- Wahyudi, U., dan H. P. Pawestri, 2006, Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Symposium Nasional Akuntansi 9*, Padang:1-25.