

PENGARUH *CSR* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(PERUSAHAAN ANEKA INDUSTRI SEKTOR TEKSTIL
DAN GARMENT TERDAFTAR DI BEI 2016-2018)

Eka Mayastika Sinaga

Manajemen, STIE Bina Karya Tebing Tinggi, mayastikasinaga@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how the influence of corporate social responsibility on firm value with profitability as a moderating variable (Case Study of Various Industries in the Textile and Garment Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2018 Period). The population in the study were various textile and garment industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in the 2016-2018 period. The sampling method used was the purposive sampling method with a sample of 15 companies during the observation period of 3 consecutive years so that the total sample was 45. The method of analysis of this study used multiple linear regression and moderating regression analysis. The results of this study indicate that CSR and profitability have a significant effect on firm value.

Keywords: CSR, Company VAL.

Pendahuluan

CSR menunjukkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan transparansi mengenai kinerja perusahaan jangka panjang dan manajemen resiko. Laporan keuangan dengan pengungkapan CSR dan daya informasi akuntansi yang baik dan memberi keyakinan investor dalam menilai resiko dan return yang diharapkan. Selanjutnya, 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. Dalam penelitian ini profitabilitas diprosikan melalui *Return On Asset (ROA)* sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. ROA adalah rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan asset perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA maka semakin efisien penggunaan asset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan akan dinilai semakin baik.

Hubungan antara profitabilitas sebagai pemoderasi antara CSR dengan nilai perusahaan secara teoritis dapat dijelaskan hubungannya. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka semakin kuat pula hubungan tanggung jawab sosial dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Dapat disimpulkan apabila profitabilitas perusahaan mengalami kenaikan maka hubungan anatar CSR dengan nilai perusahaan akan semakin baik, karena dengan naiknya profitabilitas akan berdampak pada semakin baiknya CSR yang dilakukan perusahaan, semakin baik CSR yang dilakukan maka akan berdampak pada naiknya nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (PERUSAHAAN ANEKA INDUSTRI SEKTOR TEKSTIL DAN GARMENT TERDAFTAR DI BEI 2016-2018). Maka rumusan masalahnya adalah : 1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan aneka industri sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018? 2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan aneka industri sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018? 3. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan aneka industri sektor Tekstil dan Garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018?

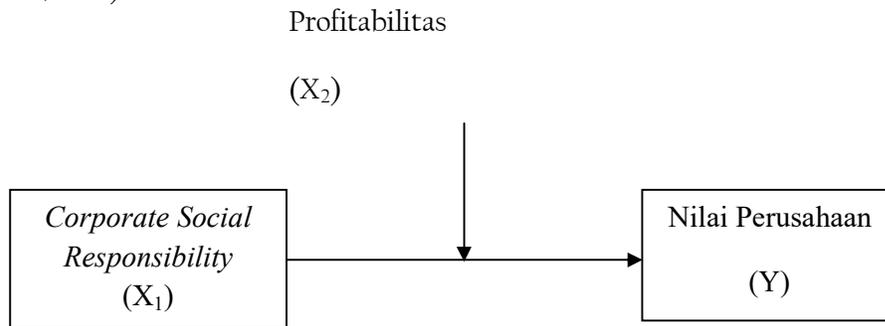
Kajian Pustaka

Menurut Hadi (2011), *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. Keterkaitan perusahaan dengan daerah lingkungan sosialnya menuntut dipenuhinya pertanggungjawaban sosial perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan (Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti 2012:6). Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan Kasmir 2014:196).

Kerangka Konseptual

Untuk mencapai tujuan suatu perusahaan diperlukan sinergi dan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat, investor, dan karyawan tentunya. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan interaksi antara perusahaan dan lingkungan. Dengan melakukan tanggung jawab sosial, perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya dimana biaya ini nantinya akan menjadi beban dan mengurangi pendapatan yang diperoleh perusahaan dan juga akan mengurangi tingkat keuntungan yang diperoleh perusahaan. Namun apabila perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya secara berkesinambungan dan konsisten, maka citra perusahaan di pihak eksternal perusahaan akan semakin baik. Hal ini akan berpengaruh terhadap semakin tingginya loyalitas konsumen kepada perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak hanya menambah biaya namun dapat berguna sebagai

alat marketing bagi perusahaan apabila CSR dilaksanakan berkesinambungan. (Amanda, 2016).



Gambar
Kerangka Konseptual

Metode Penelitian

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 18 perusahaan dan tidak semua perusahaan ini akan menjadi objek penelitian sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel. Metode yang digunakan untuk menghitung ukuran sampel yaitu dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Adapun pertimbangan pengambilan sampel tersebut adalah :

1. Perusahaan aneka industri sektor tekstil dan garment yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018.
2. Perusahaan aneka industri sektor tekstil dan garment yang melaporkan *annual report* secara lengkap pada tahun 2016-2018 secara berturut-turut.
3. Perusahaan aneka industri sektor tekstil dan garment yang secara lengkap mempublikasikan laporan pengungkapan CSR dalam laporan keuangan dan informasi-informasi terkait pada tahun 2016-2018 secara berturut-turut.

Dari 18 perusahaan aneka industri sektor tekstil dan garment yang menjadi populasi penelitian, diperoleh 15 perusahaan aneka industri yang memenuhi kriteria di atas sebagai sampel penelitian. Adapun beberapa emiten perusahaan aneka industri yang akan menjadi sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Sampel Penelitian

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADMG	PT Polychem Indonesia Tbk
2	ARGO	Argo Pantes Tbk
3	ERTX	Eratex Djaja Tbk
4	ESTI	PT. Ever Shine Tex Tbk
5	HDTX	PT Panasia Indo Resources Tbk
6	INDR	PT. Indo-Rama Synthetics Tbk
7	PBRX	PT. Pan Brothers Tbk

8	POLY	Asia Pacific Fibers
9	RICY	. Ricky Putra Globalindo Tbk
10	SRIL	Sri Rejeki Isman Tbk
11	SSTM	PT Sunson Textile Manufacturer Tbk
12	STAR	Star Petrochem Tbk
13	TFCO	Tifico Fiber Indonesia, Tbk
14	TRIS	PT Trisula International Tbk
15	UNIT	Nusantara Inti Corpora Tbk

Sumber : Data diolah oleh penulis

Analisis Data

- a. Uji Ansumsi Klasik
 1. Uji Normalitas
 2. Uji Multikolinearitas
 3. Uji Autokorelasi
 4. Uji Heteroskedastisitas
- b. Analisis Regresi Linear Berganda
- c. Koefisien Determinasi (R^2)
- d. Uji Residual

Hasil dan Pembahasan

1. Uji Hipotesis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $-0,536$ Dengan $\alpha = 5\%$, t_{tabel} (5% ; $n-k = 44$) diperoleh nilai t_{tabel} sebesar $1,6802$. Dari uraian tersebut dapat diketahuin bahwa $t_{hitung} (-0,536) < t_{tabel} (1,6802)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,595 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama ditolak, artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Kusumadilaga (2010). Pengungkapan CSR sebuah perusahaan belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaannya dan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR belum tentu memiliki nilai perusahaan yang rendah. Seringkali terjadi apa yang dijalankan di dalam CSR sebuah perusahaan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan masyarakat sekitar, sehingga yang dilakukan perusahaan belum mmendapat respon yang baik dari masyarakat sekitar.
2. Uji Hipotesis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (4,423) < t_{tabel} (1,6802)$, dan nilai signifikannya sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian kusumadilaga (2010). Bahwa profitabilitas mampu memoderasi antar *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

3. Hasil Uji Residual diperoleh nilai parameter t_{hitung} sebesar -0,396 dan nilai signifikan sebesar $0,694 > 0,05$. Karena nilai parameternya negatif dan tidak signifikan maka dapat di simpulkan hipotesis ketiga diterima. Artinya profitabilitas dapat memoderasi antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Kesimpulan

Hasil penelitian menjelaskan bahwa CSR dan probabilitas berkontribusi cukup kecil terhadap nilai perusahaan. Ini dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi R^2 adalah sebesar 0,288 atau 28,8%. Hal ini berarti variabel CSR dan probabilitas memberikan kontribusi sebesar 28,8% terhadap nilai perusahaan. Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan diperoleh hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan aneka industri sektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan maka disimpulkan hipotesis H2 diterima, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan aneka industri sektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

Hasil uji residual dapat dilihat parameter t_{hitung} sebesar -0,396 dan nilai signifikan sebesar $0,694 > 0,05$. Karena nilai parameternya negatif dan tidak signifikan maka dapat di simpulkan hipotesis ketiga diterima. Artinya profitabilitas dapat memoderasi antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan pada sektor aneka industri sektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan keterbatasan penelitian, maka penelitian dapat memberikan beberapa saran, antara lain :

1. Bagi perusahaan dapat membantu manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.
2. Bagi Investor diharapkan investor dapat mempertimbangan pada saat melakukan investasi.

Daftar Pustaka

- Agustina Silvia. 2012. *Pengaruh Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*, Artikel penelitian-Universitas Negeri Padang.
- Agus Sartono. 2012. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4. BPFE.Yogyakarta.
- Agustini, Yuli. 2011. *Pengaruh Daya Informasi Akuntansi Pada Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Cost Of Equity Capital*: Universitas Udayana. Denpasar

- Aisyatul Munawaroh. 2014. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating*. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi Vol. 3 No. 4
- Amanda K.M (2016), *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting pada Bank Syariah*, Accounting Analysis Journal, 5 (1), 1-8
- 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.
- 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.
- Dewi, Rosiana R dan Tia Tarmia, 2011. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal informasi, perpajakan, akuntansi, dan keuangan publik (Vol.6, No.2, Juli 2011) : 115-132
- Frihatni, Andi Ayu. 2014. "Efek Moderasi Profitabilitas Terhadap Hubungan Corporate Social Responsibility Dengan Nilai Perusahaan". Skripsi Universitas Hasanudin. Makasar
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19* : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19* : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gujarati, D.N. dan D.C. Porter. 2010. *Dasar-dasar Ekonometrika*, Edisi 5.: Salemba Empat. Jakarta
- Harahap, Sofyan Syafri. 2004. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. : PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Herawati, Vinola. 2008. *Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Herawati, Vinola. 2010. "Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variable dan Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan". Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan Ketujuh. : PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2006-2008". Unpublished Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Mandasari, Putri Yuliana, Kamaliah dan Rheny Afriana Hanif. 2013. "The Influence of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability an leverage as a Moderating Variable (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. Tahun 2010-2012)". Jurnal Ekonomi, Vol.21 No.4 Hal 1-20. Universitas Riau: Pekanbaru.

- Margaretha, Farah. 2011. *Manajemen Keuangan untuk Manajer Non keuangan*.: Erlangga. Jakarta
- Martono dan Agus Harjito. 2010. *Manajemen Keuangan (Edisi 3)*. : Ekonisia. Yogyakarta
- Ni Wayan Rustriani. 2010. "Pengaruh Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan". Simposium Nasional Akuntansi X. Makasar
- Nor Hadi. 2011. *Corporate Social Responsibility*.: Graha Ilmu. Yogyakarta
- Nurlela dan Islahudin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Paranita, E. S. 2007. *Analisis Pengaruh Insider Ownership, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan*. ASET. Volume 9 Nomor 2. Agustus : 464-493.
- Puspaningrum. 2014. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia)". Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Rakhiemah, A. N. dan Agustia, D. 2009. *Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Simposium Nasional Akuntansi XII. Palembang.
- Samryn, L. M. 2014. *Pengantar Akuntansi*. Edisi IFRS.: Rajawali Pers. Jakarta
- Soliha, 2002. *Insider Ownership, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan*. Jurnal Manajemen. Vol. 8, No.2.
- Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti. 2012. *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam Cetakan Pertama. : UPP STIM YPKN. Yogyakarta
- Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 30 Oktober 2009
- Waryanti, 2009. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Sosial Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi S1 Akuntansi UNDIP.
- Yuniarti, 2003. *Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI*.” Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi. Vol 1, No.2: 240-252.
- Referensi Website
www.hukumonline.com
www.globalreporting.org
www.idx.co.id