

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

SKRIPSI



Oleh

Andina Ika Pertiwi

NPM.09133100015

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**

2013

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

SKRIPSI

**Diajukan kepada Universitas PGRI Yogyakarta untuk memenuhi salah satu
persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.**



Oleh

Andina Ika Pertiwi

NPM.09133100015

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI YOGYAKARTA**

2013

ABSTRACT

The aims of this research are to know : (1) The influence of CSR to firm value (2) The influence of Profitability as the moderating variable in relations between CSR and firm value.

This research sample is CSR disclosure on manufacturing sector in 2009 until 2011 by purposive sampling method. There are 32 companies which fulfilling criterion as this research sample. The analysis method of this research is simple regression analysis and moderating regression analysis.

The result of this research show that the effect of CSR on firm value was significant. But, profitability as the moderating variable in relation between CSR and firm value was negative significant.

Keyword : CSR, Firm Value, Profitability

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 2 kasus : (1) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (2) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas perusahaan sebagai variabel moderating.

Sampel penelitian ini adalah pengungkapan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan manufaktur tahun 2009 sampai 2011 dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Terdapat 32 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi dengan moderasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas sebagai variabel moderating dalam penelitian ini dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan, namun memperlemah.

Kata kunci : CSR, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

PERSETUJUAN PEMBIMBING

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



Yogyakarta, 13 Mei 2013

Pembimbing,

Sukhemi, SE. MSc

NIS. 197603072002041002

PENGESAHAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

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

Oleh

Andina Ika Pertiwi

NPM.09133100015

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Yogyakarta pada tanggal 13 Mei 2013

Susunan Dewan Penguji

Nama	Tanda tangan	Tanggal
Ketua : Hari Purnama, SE, MM		13 Mei 2013
Sekretaris : Sri Widodo, SE		13 Mei 2013
Penguji I : Dekeng Setyo B, SE, M.Si, Ak		13 Mei 2013
Penguji II : Sukhemi, SE, M.Sc		13 Mei 2013

Yogyakarta, 13 Mei 2013

Fakultas Ekonomi

Universitas PGRI Yogyakarta

Dekan,


Hari Purnama, SE, MM

NIS. 196202211995031004

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Andina Ika Pertiwi
NPM : 09133100015
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan pekerjaan saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya aku sebagai hasil tulisan atau hasil pemikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 13 Mei 2013
Yang membuat pernyataan



Andina Ika Pertiwi

NPM. 09133100015

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“ Hidup adalah perhitungan menit dan detik. Jadi, jangan lambat berbuat baik dan jangan suka mengulur-ulur waktu untuk mencari keutamaan”

(La Tahzan)

“ Keberuntungan itu adalah kesempatan bertemu dengan kesiapan”

“ Man jadda wajada – Siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil”

“ Memaafkan adalah membuang kebusukan orang lain yang ada pada diri kita”

"Lihatlah mereka yang lebih tidak beruntung daripada dirimu sehingga kau tidak mungkin tidak berpuas diri atas keberuntungan yang diberikan Allah kepadamu."

(Nabi Muhammad saw)

Persembahan :

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tuaku
2. Adik dan Mas ku
3. Almamaterku

KATA PENGANTAR

Assalamu'alikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar S-1 di bidang Ilmu Ekonomi.

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penyelesaian skripsi ini berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Hj. Sri Pawiti, M.Pd., Rektor Universitas PGRI Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian ini.
2. Bapak Hari Purnama, SE. MM., Dekan Fakultas Ekonomi yang telah membina penulis.
3. Bapak Sukhemi, SE. MSc., Dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membantu, membimbing dan mengarahkan dalam penelitian ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak Sri Widodo, SE., Ketua Program Studi Akuntansi di

Universitas PGRI Yogyakarta yang telah mengarahkan dan membimbing penulis.

5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi, program studi Akuntansi atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan.
6. Kedua orang tuaku tercinta, yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan baik moril ataupun materiil, pengorbanan, kesabaran, kepercayaan serta doa dan kasih sayang yang luar biasa yang selalu dicurahkan kepada penulis.
7. Adik dan Mas ku, atas doa dan semangatnya.
8. Simbah Kakung, Simbah Putri dan seluruh Keluarga yang senantiasa memberikan doa restu untuk kelancaran penyusunan skripsi ini, sehingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
9. Sahabat-sahabat ku, Admini, Hera, Mb Mey, Susi, Mb Chrisna, yang sudah berbagi, saling support dan senantiasa memberikan doa demi kelancaran dalam penulisan skripsi ini.
10. Teman-teman Fakultas Ekonomi, Akuntansi angkatan 2009, April, Ana, Desi, Erwin, Mb Yanti, Mb Dewi dan Faiz atas doa dan semangatnya.
11. Teman-teman KKN Kalangan yang sudah bekerja sama menyelesaikan Laporan KKN dengan waktu yang singkat, terimakasih atas semangatnya.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya. Semoga kebaikan

kalian dibalas oleh Allah SWT. Amin

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 13 Mei 2013

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
<i>ABSTRAC</i>	ii
ABSTRAK	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Teori Pensinyalan	10
2. Teori Stakeholder	10
3. Definisi CSR	14
4. Pengungkapan CSR dalam Laporan Tahunan di Indonesia...	16
5. Nilai Perusahaan	19
6. Profitabilitas	21
7. CSR dan Nilai Perusahaan	23
8. Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.....	25
B. Penelitian Terdahulu.....	26
C. Perumusan Hipotesis	28

D. Kerangka Berfikir	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Variabel Penelitian	31
1. Variabel terikat	31
2. Variabel Bebas	32
3. Variabel Moderating	33
B. Populasi dan Sampel Penelitian	33
1. Populasi Penelitian	33
2. Sampel Penelitian	34
3. Jenis dan Sumber Data	34
4. Metode Pengumpulan Data	34
5. Metode Analisis	35
a. Statistik Deskriptif	35
b. Uji Asumsi Klasik	35
1) Uji Normalitas	35
2) Uji Heteroskedastisitas	36
3) Uji Multikolonieritas	37
c. Analisis Regresi	39
d. Pengujian Hipotesis	40
1) Koefisien Determinasi	40
2) Uji Signifikasi Simultan (Uji Statistik F)	41
3) Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji Statistik t)	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	43
A. Diskripsi Objek Penelitan	44
B. Analisis Data	45
1. Statistik Deskriptif	45
2. Uji Asumsi Klasik	46
1) Uji Asumsi Klasik model 1	47
a. Uji Normalitas	47
b. Uji Heteroskedastisitas	48
c. Uji Multikolonieritas	50
2) Uji Asumsi Klasik Model 2	51
a. Uji Normalitas	51
b. Uji Heteroskedastisotas	51
c. Uji Multikolonieritas	53
C. Pengujian Hipotesis	53

1. Pengujian Hipotesis Model 1	53
a. Koefisien Determinasi.....	53
b. Pengujian Simultan (Uji F).....	54
c. Analisis Regresi Sederhana	55
2. Pengujian Hipotesis Model 2.....	55
a. Koefisien Determinasi	55
b. Pengujian Simultan (Uji F).....	56
c. Analisis Regresi Berganda	56
D. Interpretasi Hasil	57
1. Pengujian Hipotesis	57
a. Hipotesis 1	57
b. Hipotesis 2	58
2. Pembahasan.....	58
a. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	58
b. Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam hubungan antara CSR dan Nilai Perusahaan.....	59
 BAB V KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN	 60
A. Kesimpulan	60
B. Keterbatasan Masalah.....	62
C. Saran	62

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Sampel Penelitian.....	44
Tabel 4.2 : Statistik Deskriptif.....	45
Tabel 4.3 : Uji Normalitas Persamaan 1	48
Tabel 4.4 : Uji Multikolonieritas Persamaan 1.....	50
Tabel 4.5 : Uji Normalitas Persamaan 2	51
Tabel 4.6 : Uji Multikolonieritas Persamaan 2.....	53
Tabel 4.7 : Pengujian Hipotesis Persamaan 1	54
Tabel 4.8 : Pengujian Hipotesis Persamaan 2	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Gambar Model Penelitian	30
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas persamaan 1	49
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas persamaan 2	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pengungkapan Social	64
Lampiran 2 Daftar Luas Pengungkapan CSR Perusahaan Manufaktur....	66
Lampiran 3 Output SPSS	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR diatur secara tegas di Indonesia, dalam undang-undang No 25 tahun 2007 tentang penanaman modal dan undang-undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Pemerintah dan DPR sepakat memasukan tanggung jawab sosial dan lingkungan atau *corporate social responsibility* (CSR) sebagai suatu kewajiban dalam UU Perseroan Terbatas (PT) pada akhir Juni 2007, isu CSR menjadi perhatian banyak kalangan pelaku bisnis, masyarakat, pendidik, organisasi-organisasi perusahaan dan pengusaha di Indonesia.

Pada dasarnya CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, social, dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Tanggung jawab tersebut meliputi mencegah dampak negatif yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan sekitar perusahaan. Konsep CSR dapat diartikan sebagai suatu aktivitas perusahaan untuk ikut mengatasi permasalahan sosial dengan peningkatan ekonomi, pernaikan kualitas hidup masyarakat dan mengurangi berbagai dampak operasionalnya terhadap lingkungan, mengikuti peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang

dalam jangka panjang mempunyai keuntungan bagi perusahaan dan pembangunan masyarakat.

Menurut Fajar (2009) penelitian mengenai CSR di Indonesia menjadi penting dilakukan setidaknya dikarenakan 3 alasan, yaitu: (a) Adanya kebijakan hukum dalam penerapan kewajiban CSR bagi perusahaan. (b) Peraturan Pemerintah yang menjadi kunci pelaksanaan Undang-Undang ini haruslah mencerminkan Pancasila dan UUD 45. Serta (c) Untuk menemukan bagaimana sebaiknya peraturan pelaksanaan CSR di Indonesia dengan amanat Undang-Undang tersebut.

Saat ini pelaporan CSR masih menjadi perbincangan yang hangat, apakah perusahaan perlu diwajibkan mempublikasi laporan CSR atau diserahkan pada kesadaran perusahaan untuk mempublikasi laporan tersebut. Namun, sebenarnya perusahaan telah memperkirakan akan melakukan atau tidak mengenai pelaporan tersebut kepada *stakeholders*, karena secara tidak langsung *stakeholders* akan memberikan sanksi kepada perusahaan yang tidak melakukan CSR, yaitu dengan tidak berinvestasi atau menanamkan modal pada perusahaan tersebut. Karena mayoritas *stakeholders* lebih menyukai perusahaan yang ramah lingkungan. Pelaporan CSR yang sifatnya suka rela dapat tidak terjadi, karena belum tentu *stakeholders* termotivasi memberikan sanksi dan walaupun ada yang memberi sanksi dampaknya tidak langsung dan tidak signifikan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Kondisi ini menyebabkan diwajibkannya perusahaan-perusahaan untuk menghasilkan laporan CSR. Hal lain perlu diwajibkannya pelaporan CSR adalah, berbeda

dengan pemilik modal yang melalui suatu kontrak dapat mewajibkan perusahaan untuk menghasilkan laporan keuangan, *stakeholders* lain (seperti konsumen, karyawan, publik) tidak mempunyai kekuatan (*power*) untuk mewajibkan perusahaan menghasilkan laporan CSR (Fajar, 2009).

Sementara itu, banyak pelaku bisnis yang terus bersikukuh CSR tidak boleh dipaksakan melalui regulasi karena bersifat sukarela. Sedangkan, pemerintah bersikeras CSR merupakan suatu kewajiban korporasi. Fenomena perkembangan isu CSR secara khusus dibahas oleh majalah MIX edisi 16 Oktober 2006, dalam Nurkhin, (2009). Menurut penelusurannya, dalam lima tahun terakhir ini istilah CSR sangat populer di Indonesia. Banyak perusahaan antusias menjalankan karena beberapa hal, antara lain; dapat meningkatkan citra perusahaan, dapat membawa keberuntungan perusahaan, dan dapat menjamin keberlangsungan.

CSR tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *singgle bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Saat ini tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines* yaitu tanggungjawab perusahaan pada aspek sosial, lingkungan dan keuangan sehingga setiap perusahaan diwajibkan menggunakan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate socialresponsibility* (CSR). Pentingnya CSR telah diatur dalam Undang-Undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 yang disahkan pada 20 Juli 2007 tentang

Perseroan Terbatas (UU PT) yang menyatakan bahwa: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan (Kusumadilaga, 2010). Dengan demikian, CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela.

Adapun sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR terdapat dalam UU no 23 tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat 1 yang menyatakan bahwa : “ Barang siapa melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dengan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya pasal 42 ayat 1 menyatakan bahwa : “ Barang siapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan atau perusakan lingkungan hidup diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah (Sutopoyudo, 2009 dalam Kusumasilaga 2010)

Sekarang masyarakat lebih selektif dalam memilih produk yang diproduksi oleh perusahaan yang peduli terhadap lingkungan atau melakukan

CSR. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) dalam Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan melakukan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor. CSR juga dapat dijadikan sebagai media promosi bila dilakukan secara berkelanjutan oleh perusahaan. Tidak hanya itu saja, penerapan CSR yang sungguh-sungguh akan membawa manfaat yang banyak bagi perusahaan, diantaranya dapat mempererat komunikasi dengan *stakeholders*, meluruskan visi, misi dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih *competitive advantage* dalam hal modal, tenaga kerja, *supplier* dan pangsa pasar.

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah mencari laba, karena itu merupakan syarat perusahaan dapat berkembang dan hidup sesuai dengan prinsip *going concern*. Salah satu cara agar perusahaan dapat mencapai tingkat laba yang memuaskan adalah dengan memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosialnya atau sering disebut Corporate Social Responsibility (CSR). Untuk melakukan CSR perusahaan membutuhkan biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melakukan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen semakin tinggi.

Seiring meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama, maka penjualan perusahaan akan meningkat/ membaik, dan pada akhirnya dengan pelaksanaan CSR, diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan juga meningkat (Satyo,2005 dalam Sutopoyudo,2009 dalam Kusumadilaga,2010). Oleh karena itu, CSR berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas di lingkungan sekitarnya.

Profitabilitas sebagai variabel moderating digunakan dalam penelitian karena semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan maka untuk mengukur sejauh mana tingkat profitabilitas perusahaan dihitung menggunakan rasio Return on Assets (ROA). ROA dapat memberikan informasi yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan. Sehingga semakin kuat juga hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010).

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji kembali hubungan pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena menambahkan Profitabilitas sebagai variabel moderating, perbedaan periode penelitian dan sampel penelitian, yaitu Perusahaan Manufaktur yang terdaftar pada BEI. *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas sebagai variabel dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pengaruh pengungkapan Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pemahaman mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating.

B. Permasalahan Penelitian

Corporate Social Responsibility adalah upaya suatu perusahaan untuk memperbaiki lingkungan sekitar perusahaan atas kegiatan operasional perusahaan, serta memperbaiki dari kesenjangan sosial yang ada. Salah satu cara agar citra perusahaan akan dipandang baik oleh masyarakat dengan melaksanakan pertanggungjawaban sosial. Investor juga akan lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat, karena semakin baik citra perusahaan maka loyalitas konsumen semakin tinggi. Sejalan dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama maka tingkat penjualan perusahaan akan membaik dan dari hal itu diharapkan tingkat profitabilitas perusahaan dapat meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham perusahaan juga akan meningkat. Secara teoritis, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Harga saham dapat mencerminkan Nilai Perusahaan. Apabila harga sahamnya tinggi maka bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Tujuan utama suatu perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Jika kinerja perusahaan baik, maka nilai perusahaan akan dapat dinilai baik juga. Kinerja yang dilakukan perusahaan dapat berupa kinerja ekonomi,

lingkungan dan sosial dalam memperbaiki lingkungan dan kesenjangan sosial di lingkungannya. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila dilakukan secara berkelanjutan.

Dari uraian diatas, permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Profitabilitas memiliki pengaruh sebagai variabel moderating dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah penelitian yang muncul maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Pengaruh Profitabilitas sebagai variabel moderating dalam mempengaruhi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, antara lain :

1. Manfaat bagi Pelaku Bisnis atau Perusahaan

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan, khususnya mengenai pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. Serta secara empiris penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan maupun investor, terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan sehubungan dengan penerapan CSR dalam operasional perusahaan dan pengungkapannya dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Manfaat bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan kepada penulis mengenai CSR perusahaan terhadap nilai perusahaan di Indonesia.

3. Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.
4. Bagi masyarakat, akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.
5. Bagi lembaga-lembaga pembuat peraturan/standar, misalnya Bapepam, IAI dan sebagainya, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi penyusun standar akuntansi lingkungan dan sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas standar dan peraturan yang sudah ada.