



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai
Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderat**

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh

Lisa Tania

2013320028

Bandung

2017



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014

**Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai
Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderat**

Skripsi

Oleh

Lisa Tania

2013320028

Pembimbing

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

Bandung

2017

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Lisa Tania
Nomor Pokok : 2013320028
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Kamis, 12 Januari 2017
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Marihot Tua Effendi, Drs., M.Si

: 

Sekretaris

Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T.

: 

Anggota

Sanerya Hendrawan, Ph.D

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

Pernyataan



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lisa Tania

NPM : 2013320028

Jurusan/Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 20 Desember 2016



(Lisa Tania)

ABSTRAK

Nama : Lisa Tania
NPM : 2013320028
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating

Corporate social responsibility (CSR) adalah pendekatan bisnis dengan memberikan kontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dengan memberikan manfaat ekonomi, sosial dan lingkungan untuk semua pemangku kepentingan. CSR berkaitan dengan *triple bottom line* yaitu *People, Profit, Planet (3P)* atau *Social, Economi, Environmental*. CSR di Indonesia telah menjadi *mandatory* yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat 1. UU tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan".

Sebelas perusahaan Perseroan Terbatas dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang telah ditentukan. Metode yang digunakan adalah analisis regresi untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian. Variabel-variabel penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (X₁)*, Profitabilitas (X_2), dan, Nilai Perusahaan (Y).

Hasil dari analisis regresi yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang tidak terlalu signifikan dari pengungkapan aktifitas CSR terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan Profitabilitas tidak memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan.

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

ABSTRACT

Name : Lisa Tania
NPM : 2013320028
Title : *The Effect of Corporate Social Responsibility to Firm Value with Profitability as Moderating Variable*

Corporate social responsibility (CSR) is a business approach to contribute to sustainable development by providing economic benefits, social and environment for all stakeholders. CSR relates to the triple bottom line, People, Profit, Planet (3P) or Social, Economic, Environmental. CSR in Indonesia has become mandatory regulated in Law Number 40 Year 2007 regarding Limited Liability Company Article 74 paragraph 1 of the Act states that "the Company is conducting its business activities in the field and / or related to the natural resources required to fulfill its social responsibility and environment".

Eleven Limited Liability Companies were selected using purposive sampling method with predetermined criteria. The method used is regression analysis to determine the effect between the study variables. The variables of this research is Corporate Social Responsibility (X_1), profitability (X_2), and, Firm Value (Y).

The results of the regression analysis carried out showed that there were not very significant effect on the disclosure of CSR activities of the Company Values. While Profitability does not moderate the effect of CSR on Corporate Value.

Keyword: Corporate Social Responsibility (CSR), Firm Value, Profitability.

KATA PENGANTAR

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, saran, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Parahyangan.
2. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si selaku ketua prodi studi Ilmu Administrasi Bisnis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan persetujuan dan tanda tangannya.
3. Bapak Sanerya Hendrawan, Ph.D selaku dosen wali.
4. Ibu Dr. Maria Widyarini, S.E., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran dan perhatiannya dalam membimbing serta memberikan petunjuk, nasehat, serta arahan yang sangat berharga dalam menyusun skripsi ini.
5. Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan dosen yang telah terlibat diskusi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan masukan yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan, terutama Jurusan Administrasi Bisnis.

7. Keluarga penulis, Papa, Mama, Vivi yang telah memberikan doa, dukungan dan semangat dalam penulisan skripsi ini.
8. Vinsont Handoko sebagai pacar penulis yang senantiasa menjadi teman diskusi, memberikan masukan, arahan, semangat, doa, dukungan, kasih sayang dan perhatiannya kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
9. Feronika dan Willy yang telah meluangkan waktunya untuk mengantar dan menemani penulis untuk berkunjung ke Universitas Trisakti saat mempelajari CSR.
10. Aldri yang telah meluangkan waktunya untuk mengantar dan menemani penulis untuk bertanya kepada Sigma SPSS.
11. Teman-teman *sevenpig*, Cynthia, Grace, Clara, Rini yang telah memberikan semangat dan memberikan hiburan saat penulis sedang jenuh dalam penulisan skripsi ini.
12. Teman-teman *Vi Organizer* dan *dugong* yang telah memberikan semangat dan hiburan saat penulis sedang jenuh dalam penulisan skripsi ini.
13. Pengurus KMBP, Kevin R, Monica, Kevin W, Winny yang senantiasa memberikan semangat serta motivasi dalam menulis skripsi.
14. Teman-teman seperjuangan, seangkatan (2013) yang telah bersama-sama berjuang dan membantu untuk mendapatkan ilmu selama perkuliahan Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Untuk itu, segala kritik dan saran sangat diharapkan guna menjadi bahan masukan dan pertimbangan dimasa mendatang. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Bandung, 20 Desember 2016

Penulis,
Lisa Tania

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5 Objek Penelitian.....	7
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	8
2.1 Teori Pendukung.....	8
2.1.1 Corporate Social Responsibility (CSR).....	8
2.1.2 Profitabilitas.....	17
2.1.3 Nilai Perusahaan.....	20
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21

2.3	Hipotesis Penelitian.....	25
2.1.4	Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	25
2.1.5	Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderat dalam Hubungan antara Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan.....	26
BAB 3	METODE PENELITIAN.....	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Metode Penelitian.....	28
3.3	Tahap Penelitian.....	29
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	30
3.5	Populasi dan Sampel	34
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.7	Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	36
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	36
3.7.3	Analisis Regresi	38
3.7.4	Uji Hipotesis	40
BAB 4	OBJEK PENELITIAN.....	42
BAB 5	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
5.1	Luas Pengungkapan CSR.....	54

5.2	Nilai Perusahaan.....	57
5.3	Profitabilitas	57
5.4	Statistika Deskriptif.....	58
5.5	Uji Asumsi Klasik	59
5.3.1	Uji Normalitas	59
5.3.2	Uji Multikolinearitas.....	61
5.3.3	Uji Heterokedasitas.....	62
5.3.4	Uji Autokorelasi	63
5.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	64
5.7	Uji Hipotesis.....	65
5.7.1	Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)	65
5.7.2	Uji t-parsial	65
5.7.3	Koefisien Determinasi	67
5.8	Pembahasan.....	68
5.7.4	Hipotesis 1	68
5.7.5	Hipotesis 2	68
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	70
6.1	Kesimpulan	70
6.2	Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	125

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rumus-rumus profitabilitas.....	19
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 4.1 Nama Perusahaan Sebagai Objek Penelitian	42
Tabel 4.2 Tabel Daftar Perusahaan Sampel	50
Tabel 5.1 Luas Pengungkapan CSR Tahun 2013.....	54
Tabel 5.2 Luas Pengungkapan CSR Tahun 2014.....	56
Tabel 5.3 Luas Pengungkapan CSR Tahun 2015.....	56
Tabel 5.4 Tabel Nilai Perusahaan Tahun 2013-2015.....	57
Tabel 5.5 Tabel Profitabilitas (ROA) Tahun 2013-2015	58
Tabel 5.6 Statistika Deskriptif.....	58
Tabel 5.7 Tabel Uji Normalitas Persamaan 1	60
Tabel 5.8 Tabel Uji Normalitas Persamaan 2	60
Tabel 5.9 Tabel Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 5.10 Tabel Uji Heterokedastisitas Persamaan 1.....	62
Tabel 5.11 Tabel Uji Heterokedastisitas Persamaan 2.....	62
Tabel 5.12 Tabel Uji Autokorelasi Persamaan 1	63
Tabel 5.13 Tabel Uji Autokorelasi Persamaan 2	63
Tabel 5.14 Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana	64
Tabel 5.15 Tabel Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 5.17 Tabel Uji F.....	65
Tabel 5.18 Tabel Uji t Persamaan 1	66

Tabel 5.19 Tabel Uji t Persamaan 2	66
Tabel 5.20 Tabel Koefisien Determinasi Persamaan 1	67
Tabel 5.21 Tabel Koefisien Determinasi Persamaan 2	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Triple bottom line yang dihubungkan dengan CSR	2
Gambar 2.1 Klasifikasi hubungan tanggungjawab sosial	9
Gambar 2.2 Piramida Corporate Social Responsibility	13
Gambar 3.1 Diagram Alir Tahap Penelitian	30
Gambar 3.2 Diagram Alir Teknik Analisis Data	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator Kinerja GRI 4.....	72
Lampiran 2 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007.....	80
Lampiran 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012	84
Lampiran 4 Luas Pengungkapan CSR	89
Lampiran 5 Nilai Perusahaan	122

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Laporan tahunan seringkali menjadi laporan pertanggungjawaban dari perusahaan kepada para pemilik saham dan investor. Orientasi pemilik saham dan investor adalah laba material, hal itu mengakibatkan perusahaan berusaha untuk memuaskan keinginan pemilik saham dengan cara memberdayakan sumber-sumber daya alam dan manusia secara maksimal. Namun terdapat dampak negatif akibat eksploitasi sumber daya tersebut yang kemudian mengganggu kehidupan alam serta manusia. Karena itu kemudian muncul kesadaran perusahaan atas tuntutan dari masyarakat sebagai stakeholder untuk mengurangi dampak negatif tersebut melalui kegiatan yang disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif bagi keseluruhan masyarakat. Sebagai tindak lanjut kewajiban hukum untuk mematuhi undang-undang sebagai organisasi yang secara sukarela mengambil langkah-langkah lebih lanjut untuk meningkatkan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarga mereka serta bagi masyarakat lokal dan masyarakat pada umumnya. Sehingga akan mengintegrasikan masalah etika dalam kegiatan dan interaksinya dengan semua pemangku kepentingan

(SBA, 2015). CSR berkaitan dengan *triple bottom line* yaitu *People, Profit, Planet* (3P) atau *Social, Economi, Environmental*.

Triple bottom line (3BL) yang diciptakan oleh John Elkington tahun 1997 ini menyatakan bahwa dalam mewujudkan bisnis yang baik harus memperhatikan 3P. (Slaper & Tanya, 2011)



Gambar 1.1 *Triple bottom line* yang dihubungkan dengan CSR

Menurut survei global yang dilakukan oleh Nielsen Global, (Juni 2014) bahwa sebanyak 55% konsumen mau membayar lebih banyak atas produk yang perusahaannya memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Hal itu mengindikasikan bahwa ada dampak secara tidak langsung dari pelaporan kegiatan CSR yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Verecchia 1983, dalam Nistantya, 2010). Perusahaan akan memperoleh

legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Kiroyan, 2006 dalam Nistantya, 2010). Menurut Baron (2003) dalam Nistantya (2010), motif perusahaan melakukan CSR adalah untuk meningkatkan keuntungan, mengurangi ancaman atau tekanan dari pemerintah, dan secara sadar merespon kebutuhan akan pentingnya perhatian pada lingkungan.

Perhatian aktivitas CSR harus difokuskan oleh perusahaan agar tepat sasaran dan mencapai tujuan dari aktivitas itu sendiri. Bentuk-bentuk CSR yang umum dilakukan oleh perusahaan tercakup dalam 3 faktor dari *triple bottom line* yaitu berupa pengembangan masyarakat, tata kelola perusahaan yang baik (*good governance*), hak asasi manusia, ketenagakerjaan, lingkungan, praktik operasional yang adil, konsumen, keterlibatan dan penembangan masyarakat (ISO 26000). Berkembangnya konsep *triple bottom line* atas andil ISO 26000 mengenai *Guidance on Social Responsibility* memberikan warna baru dalam definisi dan implementasi bentuk CSR dengan penyempurnaan *procedure* sebagai line tambahan.

Di Indonesia penerapan CSR mulai diterapkan pada tahun 1990-an dan terus mengalami perkembangan walaupun tidak ada data secara persis mengenai jumlah pelaku CSR di Indonesia. Tetapi perkembangan yang disebutkan tidak signifikan jika dibandingkan dengan perkembangan CSR di negara lain. Dari hasil penelitian atas praktek CSR di 7 negara Asia, Indonesia masih tercatat sebagai negara yang paling rendah dalam kegiatan

CSR dibanding 7 negara Asia lainnya (Chambers, Chapple, Moon, & Sullivan, 2003, p. 10). Sedangkan menurut survei yang dilakukan Kementerian Lingkungan Hidup, belum ada 2% perusahaan yang melaksanakan CSR secara lestari. Angka ini sangat jauh dibandingkan implementasi CSR di beberapa negara seperti Amerika Serikat yang mencapai 50%, Inggris 40%, Jerman 51% dan Prancis 30% (2012).

Walaupun penerapan CSR di Indonesia belum sebaik negara lain, CSR di Indonesia telah menjadi *mandatory* yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 ayat 1. UU tersebut menyebutkan bahwa "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, Pasal 15 (b) menyatakan bahwa "setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan". Kemudian dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 47 Tahun 2012 yang berisikan tata cara pelaksanaan CSR bagi Perseroan.

1.2 Identifikasi Masalah

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholder* dan lingkungan atas dampak negatif yang ditimbulkan akibat proses operasional yang dilakukan perusahaan. Selain itu untuk menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya

berorientasi pada laba material semata alih-alih berpihak pada pemilik modal dan investor. Dengan melakukan CSR, citra perusahaan menjadi lebih baik dan kemudian menarik minat para investor. Citra baik perusahaan tersebut tentu akan memberikan keuntungan tersendiri yaitu terbangunnya loyalitas konsumen terhadap produk yang harapannya akan meningkatkan profitabilitas dan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menunjukkan adanya kinerja yang baik, baik secara keuangan, sosial, atau lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

Hal ini kemudian semakin dirasa penting dengan adanya *mandatory* berupa Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas menunjukkan bahwa kegiatan CSR bukan lagi kegiatan yang bersifat *voluntary* bagi perusahaan. Atas uraian di atas, maka permasalahan yang ingin diangkat adalah :

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah pada saat profitabilitas meningkat akan mempengaruhi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, penelitian ini bertujuan :

1. Mengetahui pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

2. Mengetahui peran profitabilitas sebagai pemoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan pemahaman kepada perusahaan mengenai pentingnya penerapan CSR serta pelaporannya dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan sosial perusahaan.

2. Bagi Investor

Memberikan masukan pertimbangan kepada investor dalam aspek-aspek investasi diluar ukuran keuangan perusahaan.

3. Bagi Masyarakat

Masyarakat lebih memahami kegiatan yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan sehingga bisa menjadi kontrol terhadap hak-hak yang seharusnya diterima.

1.5 Objek Penelitian

Sudah cukup marak perusahaan Perseroan Terbatas di Indonesia yang melakukan kegiatan CSR, namun tidak banyak yang melakukannya secara *sustainability*. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan Perseroan Terbatas yang melakukan kegiatan CSR dan melaporkan kegiatannya dalam *Sustainability Report*.