

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan merupakan salah satu bagian terpenting dari sistem keuangan untuk kelancaran perputaran perekonomian suatu negara. Sedangkan Indonesia mulai sejak tahun 1992 sudah memperkenalkan *dual banking system* (sistem perbankan ganda) yaitu sistem bank konvensional dan bank syariah¹ yang diizinkan beroperasi secara bersamaan. Hal tersebut berindikasi bahwa bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya memiliki peranan yang *urgent* terhadap perputaran perekonomian suatu negara.

Dewasa ini perbankan syariah di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup pesat. Jika dilihat dari jumlah Bank Umum Syariah di Indonesia dari tahun 2000 s.d. 2014 perbankan syariah mengalami pertumbuhan pesat. Dari tahun 1992 s.d. 1999 hanya ada satu Bank Umum Syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI). Kemudian dari tahun 2000 s.d. 2003 Bank Umum Syariah bertambah satu yaitu Bank Syariah Mandiri (BSM). Kemudian dari tahun 2004 s.d. 2007 Bank Umum Syariah bertambah satu lagi yaitu Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI). Pada tahun 2008 bertambah dua Bank Umum Syariah yaitu unit Usaha Syariah yang melakukan *spin-off* (BRI Syariah dan Bank Syariah Bukopin), pada tahun 2009 bertambah satu lagi Bank Umum Syariah di Indonesia yaitu BNI Syariah. Pada tahun 2010 s.d. sekarang terjadi perkembangan yang pesat dengan penambahan 6 Bank Umum Syariah di Indonesia yaitu BJB Banten Syariah, Bank

¹ Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 25-26.

Viktoria Syariah, Bank Panin Syariah, BCA Syariah, Maybank Syariah Indonesia, BTPN Syariah.² Menurut data OJK hingga tahun 2019 jumlah bank syariah di Indonesia berjumlah 189 bank syariah yang terdiri dari 14 Bank Umum Syariah (BUS), 20 Unit Usaha Syariah (UUS), dan 164 Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).³ Dengan demikian maka muncullah suatu persaingan antara bank syariah dan lembaga keuangan syariah lainnya dengan bank konvensional. Untuk dapat bertahan dan terus berkembang dalam persaingan tersebut, perbankan syariah harus memiliki strategi untuk bertahan dan meningkatkan nilai positif perbankan syariah.

Peningkatan nilai dapat dilakukan dengan menerapkan program *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang sangat erat terhadap pembentukan nilai instansi. Karena apabila suatu instansi menerapkan *Corporate Social Responsibility* dengan baik dan tepat maka akan mendapatkan dukungan dari masyarakat dan akan terbentuk suatu citra positif yang apabila hal tersebut berlangsung terus menerus akan membentuk reputasi baik. Menurut survei yang dilakukan oleh *Enviro-nics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales Business Leader Forum* (London) dalam bahwa 60% dari 25.000 responden di 23 negara berpendapat bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor pembentuk citra baik perusahaan. Lebih lanjut, responden selaku konsumen perusahaan bersikap terhadap perusahaan yang tidak menjalankan *Corporate Social Responsibility* adalah ingin “menghukum” (40%) dan 50% tidak akan membeli

² Novinawati, “Perkembangan Perbankan Syariah di Indonesia”(JURIS Vol. 14, No. 2, Juli-Desember, 2015), 176.

³ *Insight: Buletin Ekonomi Syariah* (Jakarta Selatan: Komite Nasional Keuangan Syariah, 2020), 17.

produk dari perusahaan yang bersangkutan dan/atau bicara kepada orang lain tentang kekurangan perusahaan tersebut.⁴

Menurut Kotler, tanggungjawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) adalah “*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources.*”⁵ Dari definisi tersebut Kottler menekankan tanggungjawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) semata-mata merupakan komitmen perusahaan yang diberikan secara suka rela dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ada di sekitar instansi yang bersangkutan dan sama sekali tidak termasuk aktivitas bisnis suatu instansi.

Tanggungjawab sosial *Corpotare Social Responsibility* didudukkan sebagai *risk manajemen*, berarti pusahaan melakukan tanggungjawab sosial (*social responsibility*) untuk mengurangi munculnya risiko bisnis. Hal itu, didasarkan argumentasi bahwa keberadaan perusahaan ditengah lingkungan masyarakat memiliki dampak baik positif maupun negatif.⁶

Secara garis besar *Corpotare Social Responsibility* mencakup beberapa hal antara lain seperti: bantuan sosial, pendidikan dan pengembangan, ekonomi, lingkungan, konsumen dan karyawan.⁷ Adapun manfaat tanggungjawab sosial *Corporate Social Responsibility* bagi masyarakat adalah akan meningkatkan nilai-tambah adanya perusahaan di suatu daerah karena akan menyerap tenaga kerja, meningkatkan kualitas sosial di daerah tersebut. Pekerja lokal yang diserap akan

⁴ *ibid.*, 4.

⁵ Ismail Sholihin, *Manajemen Strategik*, (Surabaya: Erlangga. 2012), 220.

⁶ David Sukardi Kodrat, *Manajemen Strategi: Membangun Keunggulan Bersaing Era Globa di Indonesia Berbasis Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 264-265.

⁷ Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 128.

mendapatkan perlindungan akan hak-haknya sebagai pekerja. Jika terdapat masyarakat adat atau masyarakat lokal, praktek *Corporate Sosial Responsibility* akan menghargai keberadaan tradisi dan budaya lokal tersebut.⁸

Tujuan setiap perusahaan adalah mempertahankan kelangsungan usaha melalui profitabilitas jangka panjang. Namun, sebelum semua biaya dan manfaat dipertanggungjawabkan laba tidak dapat di *claim*. Dalam kasus tanggungjawab sosial (*Corporate Sosial Responsibility*), manfaat dan biaya bersifat ekonomi dan sosial. Praktik pertanggungjawaban secara sosial dapat menghasilkan penghematan dan sebagai akibatnya menghasilkan laba.⁹

Penerapan tanggungjawab sosial (*Corporate Sosial Responsibility*) akan dapat meningkatkan profitabilitas suatu instansi keuangan dikarenakan program tersebut akan membentuk suatu citra positif yang membuat masyarakat berkeinginan untuk menjadi bagian dari instansi tersebut (nasabah).

Berikut beberapa penelitian yang membuktikan secara empiris bahwasanya *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perbankan syariah dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*, Penelitian Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari menunjukkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* terhadap nilai perusahaan.¹⁰ Dalam penelitian Rika Nurlela dan

⁸ Almuhammad, dkk., “*Pengelolaan Corporate Sosial Responsibility Pt Lonsum di Kecamatan Ujung Loe Kabupaten Bulukumba*”(Jurnal Otoritas Vol. IV, No. 1, April 2014), 26.

⁹ John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr, *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 58-60.

¹⁰ Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, dkk., “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 5, No. 3, (2013), 723.

Islahuddin, *Corporate Social Responsibility*, prosentase kepemilikan manajemen serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.¹¹

Sedangkan beberapa penelitian yang membuktikan secara empiris bahwasanya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perbankan syariah dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating* antara lain, Penelitian Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variable kontrol Size, Jenis Industri, Profitabilitas dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.¹² Penelitian yang dilakukan oleh Rimba Kusuma Dilaga, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.¹³ Penelitian yang dilakukan oleh Irin Nisa Insani menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas (ROA) Bank Umum Syariah.¹⁴ Penelitian Wien Ika Permanasari, menunjukkan bahwa variabel yang

¹¹ Rika Nurlela dan Islahuddin, “Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)”, *Simposium Nasional Akuntansi XI*, (2008), 18.

¹² Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah, “Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)”, *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1, (2012), 84.

¹³ Rimba Kusuma Dilaga, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Eek Indonesia)”, (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), 72.

¹⁴ Irin Nisa Insani, “Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Islamicity Performance Index Terhadap Profitailitas Bank Umum Syariah Periode 2010-2016”, (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Surakarta, Surakarta, 2017), 62.

mempengaruhi nilai perusahaan adalah variabel *Corporate Social Responsibility* sedangkan variabel yang tidak mempengaruhi nilai perusahaan adalah kepemilikan manajemen dan kepemilikan institusional.¹⁵

Berdasarkan beberapa penelitian yang telah dilakukan di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* tidak selalu memberikan pengaruh yang signifikan, melainkan dapat juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perbankan syariah.

Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian tentang “**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perbankan Syariah dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Bank Umum Syariah di Indonesia**”. Hal ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) terhadap nilai perbankan syariah. Disamping itu, apakah profitabilitas dari instansi keuangan dapat mendukung terhadap nilai perbankan syariah.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perbankan syariah (Bank Umum Syariah di Indonesia)?
2. Apakah profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perbankan syariah (Bank Umum Syariah di Indonesia)?

¹⁵ Penelitian Wien Ika Permanasari, “Pengaruh kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan”, (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010), 65.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perbankan syariah (Bank Umum Syariah di Indonesia).
2. Untuk menganalisis profitabilitas dalam memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perbankan syariah (Bank Umum Syariah di Indonesia).

D. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti.¹⁶

Terdapat dua variabel yang mempengaruhi terhadap nilai perbankan syari'ah yaitu *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility*.¹⁷ Pada refrensi lain nilai perbankan syariah di pengaruhi oleh ukuran perusahaan dan *price earning ratio*.¹⁸ Selain itu dipengaruhi oleh modal intelektual¹⁹ dan profitabilitas²⁰ serta variabel keputusan investasi²¹.

¹⁶ Tim Revisi, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Pamekasan: STAIN Pamekasan, 2015), 10.

¹⁷ Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah, "Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)", *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1, (2012), 99.

¹⁸ Bhekti Fitri Prasetyorini, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Laverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 1, No. 1, (Januari, 2013), 194.

¹⁹ I Gede Cahyadi Putra, "Pengaruh Modal Inteetual Pada Nilai Perusahaan Perbankan yang *Go Public* di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika* Vol. 2, No. 1, (Desember 2012), 17.

²⁰ Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya, "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 4, No. 2, (2012), 368.

²¹ Sri Hasnawati, "Dampak Set Peluang Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta", *JAAI* Vol. 9, No. 2, (Desember 2005), 123.

Dari beberapa variabel yang mempengaruhi nilai perbankan syariah, peneliti hanya mengambil dua variabel yang berpengaruh terhadap nilai perbankan syariah yaitu *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas yang menjadi variabel moderating, sedangkan variabel lainnya yang terdiri dari *good corporate governance*, ukuran perusahaan, *price earning ratio*, modal intelektual dan keputusan investasi dianggap bernilai konstan (*ceteris paribus*).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.²²

Adapun hipotesis penelitian ini adalah:

1. Ha1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perbankan syariah pada Bank Umum Syariah di Indonesia.
2. Ha2 : Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perbankan syariah pada Bank Umum Syariah di Indonesia.

F. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan.

Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), 93.

1. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan stimulus secara proaktif sebagai pengontrol atas perilaku-perilaku perusahaan dan semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan hak-hak yang harus diperoleh.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran tentang pentingnya pertanggungjawaban sosial perusahaan yang diungkapkan di dalam laporan yang disebut sustainability reporting dan sebagai pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan untuk lebih meningkatkan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

c. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter.

2. Secara Teoritis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas serta pengaruhnya terhadap nilai perbankan syariah.

b. Bagi IAIN MADURA

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi para akademisi untuk dapat melakukan kajian mendalam tentang *Corporate Social Responsibility* perbankan syariah dan menambah wawasan keilmuan bagi para mahasiswa IAIN Madura, khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

G. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Variabel

Variabel adalah atribut seseorang atau obyek, yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan yang lain atau satu obyek dengan obyek yang lain.²³ Ada tiga variabel yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini, yaitu terdiri dari *Corporate Social Responsibility* (variabel independen/X), nilai perbankan syari’ah (variabel dependen/Y), dan profitabilitas (variabel moderating/Z). Penulis perlu memberikan batasan ruang lingkup pada penelitian ini dikarenakan permasalahan yang terlalu luas dan membutuhkan pemahaman yang teliti.

a. Variabel Independen (X¹)

Variabel ini adalah *Corporate Social Responsibility*, dengan indikator yaitu:²⁴

- 1) Kinerja ekonomi,
- 2) Kinerja lingkungan,
- 3) Kinerja sosial.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), 38.

²⁴ Totok Mardikanto, *CSR (Corporate Social Responsibility) (Keberlanjutan Korporasi)* (Bandung: Alfabeta, 2018), 187.

Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI (*Global Reporting initiative*), sedangkan perhitungannya dilakukan dengan menggunakan variabel dummy yaitu:²⁵

- 1) Score 0 : jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.
- 2) Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

b. Variabel Moderating (X²)

Variabel ini adalah profitabilitas, dengan indikator yaitu:²⁶

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Tahun Berjalan}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

c. Variabel Dependen (Y)

Variabel ini adalah nilai perbankan syariah, dengan indikator yaitu:²⁷

$$Q = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$

2. Ruang Lingkup Lokasi Penelitian

Adapun lokasi dalam penelitian ini yaitu pada Bank Umum Syariah di Indonesia.

H. Definisi Istilah

Demi tercapainya pemahaman dan persepsi yang sama mengenai pembahasan yang terkandung dalam penelitian ini, maka perlu adanya penjelasan

²⁵ Rimba Kusuma Dilaga, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Eek Indonesia)", (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010).

²⁶ J. Winardi, *Motivasi dan Pemotivasian dalam Manajemen* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), 25.

²⁷ Sudarmanto, *Kinerja dan Pengembangan Kompetensi SDM* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2009), 12.

kata demi kata dari judul proposal ini. Adapun beberapa istilah yang perlu dijelaskan dalam judul penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi pada pembangunan ekonomi untuk meningkatkan kualitas hidup di tempat kerja dan keluarga serta komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas.²⁸

2. Nilai Perbankan Syariah

Nilai perusahaan yang dalam hal ini adalah perbankan syariah merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*closing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar.²⁹

3. Profitabilitas

Profitabilitas ialah kemampuan manajemen untuk memperoleh laba. Laba terdiri dari laba kotor, laba operasi, dan laba bersih. Untuk memperoleh laba diatas rata-rata, manajemen harus mampu meningkatkan pendapatan (*revenue*) dan mengurangi semua beban (*expenses*) atas pendapatan. Itu berarti manajemen harus

²⁸ Kodrat, *Manajemen Strategi*, 261-262.

²⁹ Sri Hermuningsih, "Pengaruh Profitabilitas, *Growth Opportunity*, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia", *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, (Oktober 2013), 131.

memperluas pangsa pasar dengan tingkat harga yang menguntungkan dan menghapuskan aktifitas yang tidak bernilai tambah.³⁰

I. Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility*, nilai perusahaan (Perbankan Syariah) dan profitabilitas pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya:

Pertama, penelitian yang dilakukan Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari, “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”.³¹ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Sampel yang dalam penelitian ini adalah 55 data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008 sampai 2012. Penelitian ini menghasilkan *Adjusted R²* sebesar 37,6% dengan menggunakan teknik regresi linier berganda dan sebesar 77,8% dengan teknik *Moderated Regression Analysis*. Adapun hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

³⁰ Dewi Utari, et al. *Manajemen Keuangan: Edisi Revisi* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2014), ?.

³¹ Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, dkk., “Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi”, *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 5, No. 3, (2013).

Kedua, penelitian yang dilakukan Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah M.Si., Ak., “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)”.³² Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian *Fit and Goodness* dan pengujian hipotesis metode regresi berganda. Variabel dependen dari penelitian ini memiliki nilai terendah sebesar 0,51 dan nilai tertinggi sebesar 7,32, nilai rata-rata sebesar 1,78. Adapun hasil dari penelitian menunjukkan bahwa GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *Size* dan *Leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *Size*, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010 serta GCG dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Rimba Kusumadilaga, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”.³³ Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Pada penelitian ini menggunakan

³² Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah, “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)”, *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1, (2012).

³³ Rimba Kusuma Dilaga, “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Eek Indonesia)”, (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010).

dua persamaan dalam menentukan nilai determinasi yaitu persamaan pertama diketahui nilai *Adjusted R²* adalah 0,182 dan persamaan kedua diketahui nilai *R²* adalah 0,301. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan, serta terdapat perbedaan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* periode sebelum dan sesudah berlakunya UU No 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas.

Tabel 1.1
Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu

Judul	Peneliti	Variabel			Tempat penelitian
		X	Y	Z	
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perbankan Syari'ah dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Bank	Moh Ali Wafa	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Nilai perbankan Syariah	Profitabilitas	Bank Syariah Indonesia

Umum Syariah di Indonesia					
Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi ³⁴	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa dan Maria M. Ratna Sari	<i>Corporate Social Responsibility</i>	Nilai Perusahaan	Profitabilitas	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008-2012
Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris)	Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah M.Si., Ak.	<i>Good Corporate Governance (X¹) Corporate Social Responsibility (X²)</i>	Nilai perusahaan	-	Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010

³⁴ Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, dkk., "Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi", *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol. 5, No. 3, (2013).

pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007- 2010) ³⁵					
Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating ³⁶	Rimba Kusuma- dilaga	<i>Corporate Social Responsi- bility</i>	Nilai Perusah- aan	Profitabi- litas	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

³⁵ Reny Dyah Retno M. dan Denies Priantinah, "Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)", *Jurnal Nominal* Vol. 1, No. 1, (2012).

³⁶ Rimba Kusuma Dilaga, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Study Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Eek Indonesia)", (Skripsi, Universitas Diponegoro, Semarang, 2010).

