

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

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Akuntansi



Oleh :

CHANDRA NOVERA CHRISTIANTORO

2014310049

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018

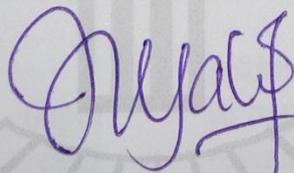
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Chandra Novera Christiantoro
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 24 November 1995
N.I.M : 2014310049
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*
(CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas
Sebagai Variabel Moderasi

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

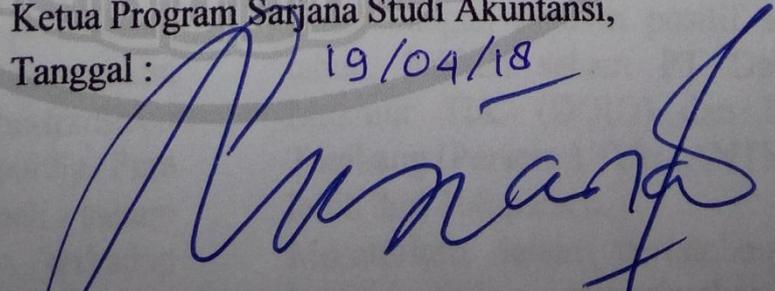
Tanggal: 17/04/18



(Diyah Pujiati, S.E., M.Si)

Ketua Program Sarjana Studi Akuntansi,

Tanggal : 19/04/18



(Dr. Luciana Spica Almiliana, S.E., M.Si., QIA., CPSAK)

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

Chandra Novera Christiantoro
STIE Perbanas Surabaya
Email: chandranovera@gmail.com

ABSTRACT

Firm value can be reflected as the asset value owned by companies such as securities. Increase the high's firm value is a long-term goal that must be achieved in the company which is reflected in the market value of the stock. Investors' assessment of the company can be observed through the movement of the company's stock price which transacts in exchange for go public's company. So this research aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value with profitability as moderating variable. The subject of this research is mining companies which are listed on Indonesia stock exchange (IDX) in 2014-2016 periods and use a sampling of saturated. The research methods of analysis using descriptive statistics, linear regression, normality, hypotheses and residual. The results of this research are Corporate Social Responsibility (CSR) does not affect the firm value and profitability not proven as moderating variable in relation Corporate Social Responsibility (CSR) to firm value.

Keyword : *firm value, Corporate Social Responsibility (CSR), profitability.*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan dapat dicerminkan sebagai nilai aset yang dimiliki perusahaan seperti surat berharga. Meningkatkan nilai perusahaan yang tinggi adalah tujuan jangka panjang yang harus dicapai perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham. Oleh karena itu, penilaian investor terhadap perusahaan tersebut dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang bertransaksi di bursa untuk perusahaan go public. Para investor berani untuk membeli saham dengan harganya tinggi terhadap perusahaan yang mempunyai nilai yang tinggi. Melejitnya lonjakan harga saham sektor pertambangan, dinilai dari subsektor komoditas batu bara. Saat indeks harga saham gabungan melonjak 5,02 persen, sektor pertambangan melesat 18,02 persen di bawah saham sektor aneka industri yang melambung 21,15 persen sepanjang tahun berjalan. Berdasarkan dari 44 saham yang menghuni sektor pertambangan, sejumlah

emiten melesat seiring dengan optimisme investor akan mulai *rebound* harga minyak mentah dunia. Sebanyak 20 saham sektor pertambangan tumbuh positif sejak awal tahun, bahkan saham PT Delta Dunia Makmur Tbk. (DOID) dan PT Aneka Tambang (Persero) Tbk. (ANTM) melesat lebih dari 100 persen.

Moratorium lahan pertambangan yang bakal dirilis pemerintahan melalui instruksi Presiden dinilai untuk mengurangi eksplorasi berlebihan di area pertambangan. Tanpa adanya moratorium, emiten pertambangan juga telah mengurangi aktivitas eksplorasi operasionalnya. moratorium lahan pertambangan akan berpengaruh apabila penyerapan komoditas tambang tengah melonjak dan emiten giat melakukan eksplorasi untuk memenuhi permintaan. Emiten tambang batu bara juga telah memulai untuk masuk ke sektor kelistrikan dengan membangun pembangkit listrik tenaga uap (PTLU). Masuknya emiten

tambang batu bara ke bisnis listrik membuat kontrak penjualan komoditas tersebut lebih pasti dalam jangka panjang. Sedangkan prospek emiten emas, nikel, timah, tembaga, dan mineral lainnya, dinilai masih belum menjajikan karena permintaan yang masih lunglai atau sedikit (market.bisnis.com, 18 September 2017).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya, tetapi masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Perusahaan yang beraktivitas terkait dengan sumber daya alam wajib mengungkapkan CSR, hal tersebut termuat dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Sidharta, 2007). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk. (2013) dan Stiaji dkk. (2016), menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saedah (2015), yang menyatakan pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat juga dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Menurut Setyoko (2017) profitabilitas merupakan objektif mengenai nilai investasi pada suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Saedah (2015), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Stiaji dkk. (2016), menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan, karena semakin luas mengungkapkan CSR akan menimbulkan kepercayaan dari para *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana

dkk. (2013). Tetapi hal tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saedah (2015), yang menyatakan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang tentang penelitian sebelumnya dengan variabel CSR, profitabilitas dan nilai perusahaan masih memberikan hasil yang berbeda-beda. Oleh karena itu, menarik untuk dipeneliti kembali dengan judul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”. Hal ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan untuk mengetahui profitabilitas berpengaruh sebagai variabel moderasi terhadap hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS STAKEHOLDER THEORY

Studi yang pertama kali menggunakan *stakeholder* dilakukan oleh Freeman pada tahun 1984. Konsep tanggungjawab sosial perusahaan telah mulai sejak awal 1970an, secara umum lebih dikenal dengan *stakeholder theory*. Menurut Purwanto (2011) *stakeholder* merupakan pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan, seperti karyawan, masyarakat sekitar, perusahaan pesaing, dan pemerintahan. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukan yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*-nya. Oleh karena itu, dukungan dari para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut sangatlah penting (Ghozali dan Anis, 2007:58).

Pada dasarnya *stakeholder* mampu mengendalikan pemakaian sumber

ekonomi yang digunakan oleh perusahaan yang ditentukan oleh kemauan para *stakeholder* atas sumber tersebut. Kemauan tersebut dapat berupa kemampuan untuk membatasi pemakaian sumber ekonomi yang dipakai perusahaan, akses terhadap media, maupun kemampuan untuk mempengaruhi konsumen atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut (Ghozali dan Anis, 2007:60).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai pasar yang tinggi dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Untuk mencapai nilai perusahaan, pada umumnya pemodal menyerahkan pengelolaan perusahaan tersebut kepada manajer ataupun komisaris perusahaan (Nurlela dan Islahuddin, 2008). Kekayaan atau kemakmuran pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cermin dari keputusan investor, pendanaan, dan manajemen aset. Menurut Gunawan dan Utami (2008) setiap perusahaan menginginkan harga saham yang dijual dengan harga yang tinggi sehingga akan diminati oleh investor, dengan meningkatnya permintaan saham oleh investor dapat menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat. Dengan tujuan perusahaan dalam jangka panjang dengan cara mengoptimalkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme baru suatu perusahaan dengan secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial perusahaan ke dalam operasinya dan berinteraksi dengan para *stakeholder* (Anggraini, 2006). CSR merupakan bentuk yang berkaitan dengan pertimbangan etis suatu perusahaan dalam meningkatkan perekonomian perusahaan dan

meningkatkan kualitas hidup karyawan sekaligus meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat yang ada sekitar perusahaan. Standar pengungkapan CSR yang berkembang di Indonesia adalah merujuk pada standar yang dikembangkan oleh *Global Reporting Initiatives* (GRI). GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang memelopori perkembangan dunia dan paling banyak menggunakan kerangka laporan keuangan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus melakukan perbaikan. Standar yang digunakan dalam laporan tahunan perusahaan yang ada di Indonesia saat ini ialah GRI G-4 yang diluncurkan pada tahun 2013 yang mempunyai 91 item dan standar ini memfokuskan pengungkapannya dari berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan sekitar perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Tujuan penggunaan profitabilitas bagi perusahaan adalah menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode dan membandingkan perolehan laba dari tahun ketahun sebelumnya. Bagi perusahaan profitabilitas digunakan sebagai kajian efektivitas pengelolaan perusahaan, dan dengan adanya kemampuan mendapatkan laba yang menggunakan sumber daya perusahaan, maka tujuan perusahaan akan tercapai. Menurut Kusumadilaga (2010) mengungkapkan bahwa profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama satu periode yang layak di bagi kepada para pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh, semakin tinggi juga kemampuan perusahaan membayarkan dividennya.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dapat berkelanjutan apabila perusahaan membuat program yang benar dan merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada pada perusahaan itu sendiri. Tanpa adanya komitmen dan dukungan dari karyawan serta dukungan dari masyarakat sekitar perusahaan, akan menjadikan program tersebut hanya sebagai isu belaka dan dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program tersebut akan memberikan arti tersendiri bagi perusahaan serta dapat meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, apabila harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga tinggi. Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan pengungkapan CSR agar investor tertarik dalam mengambil keputusannya dan dapat menginvestasikan modalnya dalam jangka yang panjang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk. (2013), menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, karena pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian dari Stiaji dkk. (2016). Berdasarkan uraian ini maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

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

Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan

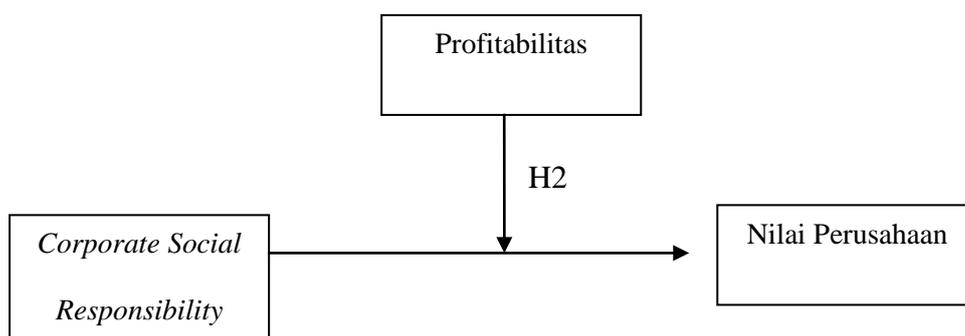
Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas

operasional yang dilakukan oleh perusahaan dalam satu periode. Dengan semakin tingginya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan diharapkan dapat menarik minat investor dalam mengambil keputusan dalam menginvestasikan modalnya. Menurut Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*-nya.

Penelitian yang dilakukan oleh Stiaji dkk. (2016), menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan, karena semakin luas mengungkapkan CSR akan menimbulkan kepercayaan dari para *stakeholder*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dkk. (2013). Berdasarkan uraian ini maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H2: Profitabilitas berpengaruh sebagai variabel moderasi terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

Sesuai dengan penjelasan diatas, maka dapat dibentuk kerangka hipotesis sebagai berikut:



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini terdapat variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan variabel independen adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta menggunakan variabel moderasi adalah profitabilitas. Penelitian ini menggunakan data sekunder, karena penelitian ini menggunakan data perusahaan yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI). Berdasarkan tujuan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Batasan Penelitian

Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2014-2016. Data yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Penelitian ini dibatasi pada pembahasan mengenai variabel independen yang diteliti adalah *Corporate social responsibility* (CSR) dan pada variabel moderasi yang diteliti adalah profitabilitas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Definisi Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai pasar dapat memberikan komitmen kepada pemegang saham. Dengan nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan kepercayaan atau komitmen serta dapat dijadikan keputusan para investor. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV), dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{harga pasar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

Dimana perhitungan nilai buku per lembar saham, ialah total ekuitas dibagi jumlah saham yang beredar.

Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) adalah mekanisme baru dari suatu perusahaan secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial perusahaan dalam operasi dan interaksi dengan para *stakeholder*. Pengukuran pengungkapan CSR menggunakan item CSR *disclosure*/CSRDI yang diungkapkan pada CSRDI G-4 yang menggunakan 91 item dengan sektor ekonomi, lingkungan dan sosial (praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat dan tanggungjawab atas produk) dan menggunakan rumus:

$$CSRI = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan :

CSRI : *Corporate Social Responsibility disclosure index*

N : jumlah item CSR

Xi : 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba pada tingkat penjualan, aset dan modal saham. Profitabilitas yang tinggi juga dapat dijadikan sebagai pertimbangan kepada investor untuk mengambil keputusan berinvestasi. Pengukuran profitabilitas menggunakan *Return On Asset* (ROA), dengan rumus:

$$ROA = \frac{\text{laba bersih}}{\text{total aset}}$$

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Sampel yang digunakan penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2016. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling jenuh, karena sampel yang digunakan menggunakan populasi dalam penelitian ini.

Data Penelitian

Data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data dalam bentuk angka-angka dengan satuan ukur yang dapat diukur secara sistematis. Sumber data dalam penelitian adalah data sekunder yang diperoleh dari idx, data sekunder penelitian ini berupa laporan tahunan perusahaan pertambangan yang ada di idx periode 2014-2016.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan dalam pengujian hipotesis dari pengaruh *Corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi adalah statistik deskriptif, uji regresi linear, uji normalitas, uji hipotesis dan uji

residual. Model regresi linear menggunakan rumus:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan :

Y : nilai perusahaan

α : konstanta

β_1 : koefisien regresi

X_1 : *Corporate social responsibility* (CSR)

e : error

sedangkan untuk uji residual menggunakan rumus:

$$X_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + e \dots\dots\dots(1)$$

$$|e| = \alpha + \beta_2 Y \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

X_2 : profitabilitas

α : konstanta

$\beta_1 - \beta_2$: koefisien regresi

Y : nilai perusahaan

E : error

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN Uji Deskriptif

Statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan dengan tujuan dari untuk memberikan deskriptif atau penjelasan dari suatu data setiap variabel yang diuji. Pengujian ini dengan melihat nilai minimum, maksimum, rata – rata (*mean*), dan standar deviasi dari setiap variabel. Berikut adalah hasil uji deskriptif masing-masing variabel:

Tabel 1 Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Nilai Perusahaan	-0,321324	3,150779	0,99202868	0,737302255
CSR	0,043956	0,538462	0,25936409	0,113325893

	(4,4%)	(53,8%)		
Profitabilitas	-13,776464	13,551544	-0,01741068	2,022044540

Sumber: hasil olahan spss

Nilai Perusahaan

Pada tabel 1 variabel nilai perusahaan dengan jumlah sampel (N) sebanyak 93, memiliki nilai minimum sebesar -0,321324 yang berarti nilai perusahaan yang paling rendah sebesar -0,321324 yang dimiliki oleh Bumi Resources Tbk. (BUMI) pada tahun 2014, karena pada tahun 2014 perusahaan Bumi Resources Tbk. (BUMI) mengalami kerugian. Sedangkan nilai maksimum sebesar 3,150779 yang berarti nilai perusahaan yang paling tinggi sebesar 3,150779 yang dimiliki oleh Cita Mineral Investindo Tbk. (CITA) pada tahun 2016, karena pada tahun 2016 perusahaan Cita Mineral Investindo Tbk. (CITA) mengalami keuntungan. Nilai rata – rata (*mean*) sebesar 0,99202868 dan nilai standar deviasi sebesar 0,737302255. Suatu data yang tersebar jika hasil pengukuran penelitian memiliki standar deviasi lebih kecil maka sebagian besar data akan berkumpul pada nilai tengahnya, sebaliknya jika standar deviasi data yang tersebar lebih besar maka data tersebut jauh dari nilai tengahnya. Hasil dari uji statistik deskriptif dari variabel nilai perusahaan memiliki nilai standar deviasi lebih kecil dari pada *mean*, hal ini menunjukkan variasi datanya tidak terlalu besar atau bersifat homogen.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pada tabel 1 variabel CSR dengan jumlah sampel (N) sebanyak 93, memiliki nilai minimum sebesar 0,043956 yang artinya bahwa CSR paling rendah dari keseluruhan sampel sebesar 4,4% yang dimiliki oleh Ratu Prabu Energi Tbk. (ARTI) pada tahun 2014 dan Cita Mineral Investindo Tbk. (CITA) Pada tahun 2014. Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,538462 atau yang artinya nilai maksimum dari keseluruhan sampel sebesar 53,8% yang dimiliki oleh Aneka

Tambang (Persero) Tbk. (ANTM) pada tahun 2014. Nilai rata – rata (*mean*) sebesar 0,25936409 atau 25,94% dan nilai standar deviasi sebesar 0,113325893 atau 11,33%. Suatu data yang tersebar jika hasil pengukuran penelitian memiliki standar deviasi lebih kecil maka sebagian besar data akan berkumpul pada nilai tengahnya, sebaliknya jika standar deviasi data yang tersebar lebih besar maka data tersebut jauh dari nilai tengahnya. Hasil dari uji statistik deskriptif penelitian ini pada variabel CSR memiliki nilai standar deviasi yang lebih kecil dari pada nilai *mean*, hal ini menunjukkan variasi datanya tidak terlalu besar atau bersifat homogen.

Profitabilitas

Pada tabel 1 variabel profitabilitas memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 93, memiliki nilai minimum sebesar -13,776464 yang berarti profitabilitas paling rendah sebesar -13,776464 yang dimiliki oleh Atlas Resources Tbk. (ARII) pada tahun 2014, karena pada tahun 2014 perusahaan Atlas Resources Tbk. (ARII) mengalami kerugian. Sedangkan nilai maksimum sebesar 13,551544 yang berarti profitabilitas paling tinggi sebesar 13,551544 yang dimiliki oleh Surya Esa Perkasa Tbk. (ESSA) pada tahun 2014, karena pada tahun 2014 perusahaan Surya Esa Perkasa Tbk. (ESSA) mengalami keuntungan. Nilai rata – rata (*mean*) sebesar -0,01741068 dan nilai standar deviasi sebesar 2,022044540. Suatu data yang tersebar jika hasil pengukuran penelitian memiliki standar deviasi lebih kecil maka sebagian besar data akan berkumpul pada nilai tengahnya, sebaliknya jika standar deviasi data yang tersebar lebih besar maka data tersebut jauh dari nilai tengahnya. Hasil dari uji statistik deskriptif dari variabel nilai perusahaan memiliki nilai standar deviasi lebih besar dari pada *mean*, hal ini

menunjukkan variasi datanya besar atau bersifat heterogen.

Uji Normalitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi

normal atau tidak. Pada uji normalitas ini peneliti menggunakan analisis statistic dengan metode One-Sample Kolmogorov Smirnov Test. Berikut ini adalah hasil uji normalitas :

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	93
Test Statistic	0,089
Asymp. Sig (2-tailed)	0,065

Sumber: hasil olahan spss

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan hasil pengujian One-Smaple Kolmogorov Smirnov Test yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, karena tingkat signifikan lebih besar dari pada 0,05 yaitu 0,065.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengukur hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Uji hipotesis ini menggunakan uji t, berikut ini adalah hasil uji hipotesis:

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Model	B	Beta	t	Sig.
Constan	0,916			
CSR	0,291	0,045	0,428	0,670

Sumber: hasil olahan spss

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,291 + 0,045 X_1$$

Tabel 3 juga menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,428 dengan signifikansi sebesar $0,670 > 0,05$, maka dapat

disimpulkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Residual

Pengujian residual ini dilakukan untuk membuktikan apakah profitabilitas sebagai variabel moderasi, dan berikut ini adalah hasil uji residual :

Tabel 4
Hasil Uji Residual

Model	B	Beta	t	Sig.
Constan	-0,070			
Nilai Perusahaan	0,557	0,210	2,054	0,043

Sumber: hasil olahan spss

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa nilai beta sebesar 0,210 dengan nilai signifikansi sebesar $0,043 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak terbukti sebagai variabel moderasi.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan

Pada tabel 3 terlihat bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,428 dengan nilai signifikansi $0,670 > 0,05$. Maka hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini diakibatkan investor di Indonesia membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih membeli atau menjual saham dengan melihat pasar ekonomi, sehingga investor lebih memilih membeli dan menjual saham secara harian. Sedangkan pengaruh CSR merupakan strategi yang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, melainkan strategi perusahaan dalam jangka panjang yang berupaya untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. Hasil penelitian ini teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan perlu melakukan strategi aktif agar perusahaan mempengaruhi para *stakeholder*-nya yang dipandang berpengaruh terhadap perusahaan tersebut. Sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak melakukan pendekatan kepada para *stakeholder*-nya yang berakibat rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan kinerja perusahaan yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan

Berdasarkan tabel 4 terlihat bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai beta sebesar 0,210 dengan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Maka hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak terbukti sebagai variabel moderasi dalam hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan banyaknya perusahaan yang tergolong perusahaan ekonomis yang berarti perusahaan dengan keuntungan yang tinggi namun pengungkapan CSR masih rendah, dicontohkan seperti perusahaan Surya Esa Perkasa Tbk. (ESSA) pada tahun 2014 memiliki profitabilitas paling tinggi sebesar 13,551544, tetapi hanya mengungkapkan CSR sebesar 0,197802 atau sebesar 19,8%. Sedangkan perusahaan Aneka Tambang (Persero) Tbk. (ANTM) pada tahun 2014 memiliki CSR paling tinggi sebesar 0,538462 atau 53,8%, hanya memiliki profitabilitas sebesar -0,03517. Jadi sebesar apapun nilai profitabilitas perusahaan tidak dapat berpengaruh terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mendukung teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN DAN KETERBATASAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Hasil pengujian hipotesis pertama yang menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, maka didapatkan kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dikarenakan masih rendahnya perusahaan dalam mengungkapkan CSR. Hal ini diakibatkan investor di Indonesia membeli

dan menjual saham tanpa memperhatikan kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Investor lebih memilih membeli atau menjual saham dengan melihat pasar ekonomi, sehingga investor lebih memilih membeli dan menjual saham secara harian. Sedangkan pengungkapan CSR merupakan strategi yang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, melainkan strategi perusahaan dalam jangka panjang yang berupaya untuk menjaga keberlangsungan perusahaan. (2) Hasil pengujian hipotesis kedua yang menguji pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan nilai perusahaan, maka didapatkan kesimpulan bahwa profitabilitas tidak terbukti sebagai variabel moderasi dalam hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan banyaknya perusahaan yang tergolong perusahaan ekonomis pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016 yang berarti perusahaan dengan keuntungan yang tinggi namun pengungkapan CSR masih rendah. Jadi sebesar apapun nilai profitabilitas perusahaan tidak dapat berpengaruh terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang mempengaruhi hasil penelitian. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, guna untuk mendapatkan hasil yang lebih baik. Keterbatasan dalam penelitian ini subyektif dalam penilaian pengungkapan informasi sosial perusahaan cukup luas, sehingga setiap pembaca melihat pengungkapan tanggungjawab perusahaan dari sudut pandang yang berbeda-beda. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 44 perusahaan pertambangan.

Saran peneliti untuk peneliti selanjutnya yaitu, (1) Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah

variabel independen seperti leverage, size perusahaan, Good Corporate Governance, dan mencoba mengganti variabel moderasi profitabilitas menjadi Corporate Social Responsibility (CSR). (2) Sampel yang digunakan lebih luas perlu dipertimbangkan untuk penelitian selanjutnya dan menggunakan perusahaan selain pada sektor pertambangan. (3) Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah periode penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Agus, Purwanto. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap *Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1), November 2011. halaman. 1-94.
- Budi, Setyoko. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Hutang, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2014). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fr., Reni, Retno, Anggraini. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.
- Gunawan dan Utami. 2008. Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Volume 7, Nomor 2:174-185.
- Gusti, Ayu, Made, Ervina, R., Gede, J., dan Maria, M., Ratna, S. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-jurnal akuntansi Universitas Udayana* 5.3 (2013): 723-738.

- Imam Ghozali dan Chariri A. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Rimba, Kusumadilaga 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia).
- Rokhmat, Jaya, S., Nur Diana, dan Afifudin. 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Universitas Islam Malang (2016).
- Utama, Sidharta. 2007. Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Evaluasi Infrastruktur Pendukung Pelaporan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di Indonesia.
- Zuhro Saedah. 2015. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Periode 2011-2013). Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- <http://market.bisnis.com/read/20160418/190/538804/kinerja-saham-tambang-sektor-batu-bara-prospektif>
(diakses 18-09-2017)