

**PERAN MEDIASI PROFITABILITAS PADA DETERMINAN
NILAI PERUSAHAAN DI INDEX SRI-KEHATI 2012 – 2016**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh:

MEGA MUJIANA

2014310496

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2018


PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Mega Mujiana
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 12 Agustus 1996
N.I.M : 2014310496
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Peran Mediasi Profitabilitas pada Determinan Nilai Perusahaan di Index SRI-KEHATI 2012-2016

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 26 Maret 2018

Co. Dosen Pembimbing,
Tanggal : 25 Maret 2018


Dr. Nurmala Ahmar, S.E., Ak., M.Si.


Dr. Dra. Diah Ekaningtyas, Ak., MM.

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi
Tanggal : 27 Maret 2018


Dr. Luciana Spica Almilia, S.E., M.Si., OIA., CPSAK

PERAN MEDIASI PROFITABILITAS PADA DETERMINAN NILAI PERUSAHAAN DI INDEX SRI-KEHATI 2012 – 2016

Mega Mujiana
STIE Perbanas Surabaya
Email: megamujiana@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze 10 hypotheses: (1) The effect of CSR on corporate value. (2) The effect of size on company value. (3) The effect of leverage on company value. (4) The effect of CSR on Profitability. (5) The effect of size on profitability. (6) The effect of Leverage on Profitability. (7) The effect of Profitability on company value. (8) Profitability can mediate the relationship between CSR to firm value. (9) Profitability can mediate the relationship between size against corporate value. (10) Profitability can mediate the relationship between Leverage to corporate value. The studied populations are companies listed on the SRI-KEHATI Index at Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2012-2016. The sampling technique used Purposive Sampling technique and obtained sample of 119 companies.

This study uses secondary data obtained from annual reports and financial statements of the company. Analytical technique used is path analysis (path analysis). The results of this study are: CSR affect the value of the company. CSR has no effect on company value. Leverage affects the company value. Leverage affects the company's value. Profitability affects the value of the company. Size affects the company's value. Size effect on profitability. Profitability can not mediate the influence of CSR on corporate value. Profitability can mediate the effect of Leverage on corporate value. Profitability can mediate the effect of size on corporate value. The results show that Profitability can mediate the effect of Size and Leverage on firm value..

Keywords: Profitability, CSR, leverage, Size, Corporate Value, Indeks SRI-KEHATI.

PENDAHULUAN

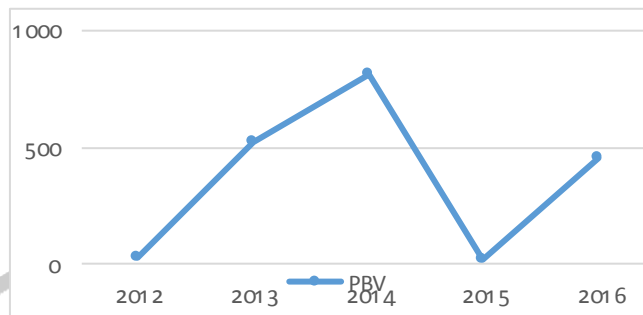
Berkembangnya ilmu ekonomi di era globalisasi, tantangan perusahaan dalam mencapai nilai perusahaan merupakan gambaran dari kesejahteraan pemegang saham dan pemilik perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting jika nilai memberikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modal pada perusahaan yang dipilih. Manfaat nilai perusahaan bagi pihak kreditur adalah untuk melihat kemampuan perusahaan dalam membayar hutang, sehingga pihak kreditur tidak khawatir dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan.

perusahaan tinggi dan memberikan kemakmuran bagi pemegang saham. Informasi nilai perusahaan dimata investor dan kreditur penting untuk diketahui. Informasi nilai perusahaan juga akan

Nilai pemegang saham akan meningkat apabila nilai perusahaan ditandai adanya peningkatan dalam pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Pemegang saham membeli saham untuk mendapatkan keuntungan dari saham yang ditanam pada perusahaan. Investor tertarik pada perusahaan yang memberikan citra baik di masyarakat, tujuannya untuk

memperbaiki kinerja perusahaan yang menjamin perusahaan dapat bertahan

ditengah persaingan global (Rakasiwi dkk, 2017).



Gambar 1
Rata-rata Nilai PBV yang ada di Index SRI-Kehati 2012-2016

Diagram garis pada Gambar 1 menjelaskan pergerakan nilai perusahaan atau nilai PBV pada tahun 2012-2016. Diagram garis tersebut mengalami siklus naik turun disetiap periode. Pergerakan pada Gambar 1 menunjukkan nilai PBV pada tahun 2015 mengalami penurunan sangat drastis. Awal tahun 2014 nilai PBV sebesar 811.67, mengalami penurunan pada tahun 2015 sebesar 15.58. Pada tahun 2014-2015 penurunan nilai PBV sebesar 796.09.

Pada tahun 2012 diagram garis pada Gambar 1 mengalami penurunan sebesar 20.04, tetapi pada tahun 2013 meningkat sebesar 522.12, peningkatan ini bertahan sampai tahun 2014. Pada tahun 2015 mengalami penurunan tetapi pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 449.71. Data diagram tersebut dapat dijadikan sebagai fenomena karena terjadi naik turun pada nilai PBV.

Sejak 8 Juni 2009 yayasan KEHATI bekerjasama dengan PT. Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan meluncurkan Index SRI-KEHATI yang mengacu pada tata cara *Sustainable and Responsible Investment* (SRI). Tujuan dibentuknya Index SRI-KEHATI adalah untuk dapat memberikan informasi secara terbuka kepada masyarakat luas mengenai ciri dari perusahaan Index SRI-KEHATI.

Index SRI-KEHATI memiliki macam bentuk pertimbangan dalam usaha yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan, tata kelola perusahaan, keterlibatan masyarakat, hak asasi manusia, dan perilaku bisnis dengan etika bisnis yang telah diterima oleh tingkat Internasional. Yayasan Index SRI-KEHATI menetapkan 25 perusahaan yang masuk kedalam *list* konstituen Indeks SRI-KEHATI per April 2017, sehingga dapat memberikan pedoman bagi investor.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

CSR (Corporate Social Responsibility)

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial adalah jiwa perusahaan agar dapat mencapai tujuan bisnis yang mencakup citra pada perusahaan, promosi, meningkatkan penjualan, membangun percaya diri, loyalitas karyawan, keuntungan, dalam ruang lingkup eksternal, tanggung jawab sosial berperan dalam menilai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan ekstitensi dan pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang. Perhitungan pada *CSR* dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai rumus sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

$CSRDI_j$: *CSR disclosure index* perusahaan j
 n : Jumlah item pengungkapan *CSR* yang terpenuhi
 k : Jumlah semua item pengungkapan *CSR* (78 item)

Pengukuran $CSRDI_j$ dilakukan dengan menggunakan :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item *Checklist*.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item *Checklist*.

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSDI : *CSR Disclosure Index*
Xij : Jumlah *disclosure* perusahaan, $n \leq 78$
n : Jumlah item *checklist disclosure*, $n = 78$

SIZE (Ukuran Perusahaan)

Ukuran perusahaan (*Firm Size*) merupakan penjelasan tentang besar kecilnya suatu perusahaan, berdasarkan kegiatan usaha yang dilakukan oleh perusahaan. Cara menentukan besar kecilnya *size* suatu perusahaan dapat dilihat pada total aset dan rata-rata total aset perusahaan. Perhitungan pada *SIZE* dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Firm\ Size = \text{Natural Log of Total Assets}$$

Leverage

Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang memiliki keterkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan. Perusahaan yang menggunakan hutang memiliki kewajiban atas beban bunga dan beban pokok pinjaman (Pratama dan Wiksuana, 2016). Perhitungan rasio *Leverage* dilakukan seperti berikut :

$$Leverage = \frac{\text{Jumlah Kewajiban}}{\text{Jumlah Equity}} \times 100\%$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dalam penjualan, total aset maupun modal sendiri. Menurut teori *pecking order* dan pendapat peneliti sebelumnya, perusahaan yang mempunyai tingkat keuntungan yang besar pasti akan memiliki sumber pendanaan internal yang lebih besar dan dapat mendorong perusahaan untuk menggunakan terlebih dahulu untuk kebutuhan operasional. Profitabilitas dapat dilakukan perhitungan dengan berbagai rasio sebagai berikut :

$$ROE = \frac{EAT}{Total\ Equity}$$

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan lazim diindikasikan dengan perhitungan *price to book value*. *Price to book value* (PBV) yang tinggi akan membuat pasar percaya atas kinerja perusahaan (Raksiwi dkk, 2017). Perhitungan pada nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai perhitungan sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$$

$$Q = \frac{EMV + D}{EBV + D}$$

Keterangan :

Q :Nilai perusahaan
EMV :Nilai pasar ekuitas

EBV :Nilai buku dari ekuitas
D :Nilai buku dari total utang

$$NP = \frac{\text{Harga Saham/lembar}}{\text{Nilai Buku Saham/lembar}} \times 100\%$$

Hubungan CSR dengan Nilai Perusahaan

Perusahaan itu dinyatakan bagus jika dapat menerapkan CSR dengan baik agar dapat meningkatkan nilai pada perusahaan tersebut, sehingga hal ini akan berdampak pada *stakeholder*. Maksud dari dampak pada *stakeholder* yaitu, untuk di era moderen seperti ini *stakeholder* tidak hanya melihat dari sisi profit perusahaan, melainkan juga melihat dari sisi non ekonomi seperti kinerja lingkungan yang memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar perusahaan. Dengan adanya dampak positif akan memberikan kepercayaan bagi para *stakeholder*.

Penelitian ini didukung oleh Ayu dan Suarjaya,(2017) CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki pengaruh yang positif terhadap Nilai Perusahaan, dimana meningkatnya CSR (*Corporate Social Responsibility*) akan berdampak pada nilai perusahaan, sehingga dapat menarik *stakeholder* untuk melakukan investasi. Meningkatnya nilai CSR (*Corporate Social Responsibility*) juga akan memberikan dampak yang baik pada Nilai Perusahaan (Sindhudiptha dan Yasa, 2013). Hasil penelitian tersebut memberikan hipotesis seperti dibawah ini :

H₁ : CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan SIZE dengan Nilai Perusahaan

Size (ukuran perusahaan) merupakan besar kecilnya perusahaan dilihat dari tingkat penjualan, jumlah ekuitas, atau jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan beserta kapitalisasi pasar sahamnya. Faktor ini menerangkan bahwa suatu perusahaan yang besar akan memiliki akses mudah untuk ke pasar modal. Demikian disimpulkan jika

semakin kecil *size*, maka semakin kecil nilai perusahaan.

Penelitian ini didukung dari penelitian terdahulu yaitu Sari dan Handayani, (2016) bahwa ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif. Penelitian selanjutnya yang mendukung adanya signifikansi antara *size* terhadap nilai perusahaan yaitu Anjarwati dkk, (2016) bahwa ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang positif. Ukuran perusahaan (*size*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar juga nilai perusahaan tersebut (Pratama dan Wiksuana, 2016). Hasil tersebut akhirnya memberikan suatu hipotesis sebagai berikut

H₂ : SIZE berpengaruh terhadap Nilai perusahaan

Hubungan Leverage dengan Nilai Perusahaan

Leverage yang diprosikan dengan *debt to equity ratio*, aturan struktur *financial konservatif* memberi batas imbalan yang dapat dipertahankan oleh perusahaan mengenai besaran pada modal asing dan modal sendiri. Selain itu meningkatnya hutang pada perusahaan akan meningkatkan kebangkrutan dan kesulitan keuangan (*financial distress*) pada perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Bachrudin dan Ngumar, (2017), dengan hasil penelitiannya *leverage* memiliki pengaruh negatif tetapi signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani, (2016) menyatakan bahwa *leverage* memberikan dampak negatif

signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) dan Setiadewi dan Purbawangsa, (2015) juga mendukung adanya *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan hasil positif signifikan. Hasil tersebut akhirnya memberikan hipotesis seperti berikut

H₃ : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan CSR dengan Profitabilitas

Perusahaan yang tidak melakukan kegiatan CSR akan mendapatkan protes dari masyarakat yang dapat berakibat terhentinya kegiatan operasi pada perusahaan tersebut, dan juga akan berdampak pada kerugian. Perusahaan yang melakukan CSR dengan baik akan terhindar dari protes masyarakat, sehingga perusahaan dapat beroperasi dengan efektif dan mendapatkan keuntungan atau profit. Penelitian tersebut juga didukung oleh Rahayu dkk, (2014) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan pengukuran perusahaan yang secara keseluruhan dapat menghasilkan keuntungan dengan jumlah aktiva yang tersedia didalam perusahaan. Hasil uji yang diperoleh Chandrayanti dan Saputra, (2013) bahwa CSR memiliki pengaruh terhadap profitabilitas (*ROA*), hal tersebut juga didukung penelitian dari Shindhudiptha dan Yasa, (2013). Hipotesis yang dihasilkan pada penelitian saat ini yaitu

H₄ : CSR berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hubungan SIZE dengan Profitabilitas

Size (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas, karena semakin besar SIZE, maka semakin besar keefektifan perusahaan dalam menghasilkan profit atau keuntungan (Pratama dan Wiksuana, 2016). Hasil penelitian tersebut membuktikan kekonsistenan pada penelitian Wardani dkk, (2016) dan Pramesti dkk, (2016) yang menyatakan bahwa *Size* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas. Hipotesis tersebut sangat konsisten pada hipotesis saat ini yaitu

H₅ : SIZE berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hubungan *Leverage* dengan Profitabilitas

Leverage memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap Profitabilitas. Semakin besar perusahaan dalam menggunakan pendanaan yang diperoleh dari hutang, maka semakin besar pula efektifitas perusahaan dalam menghasilkan laba, penelitian tersebut konsisten terhadap penelitian yang dilakukan oleh Pramesti dkk, (2016), Pratama dan Wiksuana, (2016). Penelitian yang dilakukan oleh Widiastuti dkk, (2016) dan Wardani dkk, (2016) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap profitabilitas. Hipotesis tersebut sangat konsisten pada hipotesis saat ini yaitu:

H₆ : *Leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas

Hubungan Profitabilitas dengan Nilai perusahaan

Rasio profitabilitas secara umum dapat dihitung dengan membagi laba dengan modal. Profitabilitas merupakan hasil akhir pada kebijakan dan keputusan-keputusan operasional perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani, (2016) menyatakan bahwa profitabilitas dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang artinya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba itu baik. Semakin tinggi ROE maka semakin tinggi keuntungan yang dapat dicapai perusahaan, hal tersebut juga didukung penelitian dari Anjarwati dkk, (2016), Ayu dan Suarjaya, (2017).

Profitabilitas memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Setiadewi dan Purbawangsa, 2015) yang menyatakan bahwa kenaikan pada profitabilitas akan berdampak pada nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Karundeng dkk, (2017) menyatakan profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan signifikansi pada penelitian sebesar 0,016 (<0,05), sehingga hipotesis pada penelitian ini sangat mendukung secara statistik, hasil dari penelitian tersebut juga sama halnya yang dilakukan oleh Cecilia

dkk, (2015) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis yang dihasilkan pada penelitian saat ini yaitu :

H₇: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan Profitabilitas yang dapat memediasi CSR dengan Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Shindhudiptha dan Yasa, (2013) menyatakan bahwa, hipotesis dari penelitian ini tidak mampu di jawab atau ditolak. Hal ini disebabkan karena, kinerja keuangan perusahaan (profitabilitas) yang dihitung dengan rumus ROA tidak dapat memediasi hubungan antara CSR (*corporate social responsibility*) terhadap nilai perusahaan. Ketidak mampuan kinerja keuangan (profitabilitas) memediasi hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan, dikarenakan proksi ROA tidak memiliki kemampuan dalam menggambarkan laba perusahaan yang sebenarnya. Adanya faktor lain yang merupakan arus kas bersih.

Perusahaan yang diperhitungkan dalam kinerja keuangan perusahaan (profitabilitas) menyebabkan ROA tidak mampu memediasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut dapat dinyatakan bahwa mediasi sebagian, karena menghasilkan (S-S-S), maksudnya adalah CSR berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas dan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas juga berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₈ : Profitabilitas dapat memediasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan
Hubungan Profitabilitas yang dapat memediasi SIZE dengan Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) bahwa hasil uji Sobel menunjukkan profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *Size* (ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan. Pengaruh langsung antara *Size* (ukuran perusahaan) terhadap nilai perusahaan lebih besar (0,309) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui mediasi profitabilitas

(0,105). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh antara *Size* (Ukuran Perusahaan) terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji sebelumnya menunjukkan pengaruh yang positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, positif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap profitabilitas dan positif signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut dinamakan penelitian mediasi sebagian (S-S-S), karena ada tingkat signifikan antar variabel independen dengan dependen, lalu independen dengan pemediasi, dan pemediasi dengan dependen.

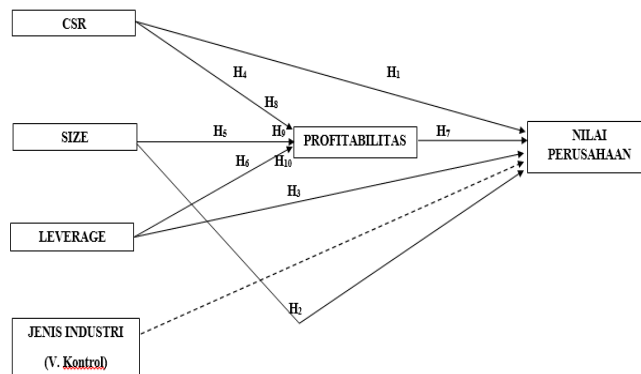
H₉ : Profitabilitas dapat memediasi pengaruh SIZE terhadap Nilai Perusahaan

Hubungan Profitabilitas dapat memediasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana, (2016) menyatakan bahwa hasil uji Sobel profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Pengaruh langsung *leverage* terhadap nilai perusahaan lebih besar (0,366) dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui mediasi profitabilitas (0,111). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji sebelumnya menunjukkan pengaruh positif signifikan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan, positif signifikan antara *leverage* terhadap profitabilitas dan positif signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut sehingga memberikan pernyataan bahwa adanya mediasi sebagian (S-S-S), karena tingkat signifikansi antar variabel independen dengan dependen, lalu independen dengan pemediasi, dan pemediasi dengan dependen.

H₁₀ : Profitabilitas dapat memediasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.



Gambar 2

Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi di dalam penelitian menggunakan perusahaan yang ada pada Index SRI-KEHATI periode 2012–2016. Sampel yang digunakan peneliti adalah 25 perusahaan pada Index SRI-KEHATI yang terdaftar pada BEI, selama 5 tahun pada periode 2012–2016. Teknik yang digunakan peneliti dalam pengambilan sampel

Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian saat ini merupakan data sekunder dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan tahun 2012 sampai 2016. Metode pengumpulan data pada penelitian saat ini, yaitu menggunakan metode dokumentasi dengan melalui arsip-arsip resmi, dengan cara mencari dan mengumpulkan data pada laporan tahunan perusahaan maupun data pada laporan keuangan pada perusahaan yang Go Public. Data yang digunakan terdiri dari:

- (1) Profitabilitas dapat dilihat pada laporan keuangan tahunan yang sudah diaudit, dan dengan cara membagi antara laba bersih dengan total aset.
- (2) Data perusahaan yang terdaftar pada Indeks SRI-KEHATI diperoleh dari www.idx.co.id atau pada www.Kehati.or.id.

menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Kriteria dalam pengambilan sampel sebagai berikut : (1) Perusahaan yang selalu menetap dan konsisten dalam tiap periode pada Index SRI-KEHATI periode 2012–2016. (2) Menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan secara lengkap (seperti adanya : laporan Laba Rugi, Nilai Harga Saham, Neraca, Annual Report (*CSR*) dll) dengan periode berakhir per 31 desember 2016. (3) Laporan keuangan yang sudah diaudit pada periode 2012–2016.

- (3) *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) dapat dilihat pada laporan tahunan yaitu di Annual Report yang ada di BEI (Bursa Efek Indonesia).
- (4) Size atau ukuran perusahaan dilakukan dengan cara menganalisis laporan keuangan perusahaan pada periode yang sudah ditetapkan.
- (5) Nilai perusahaan dapat dilakukan dengan cara menghitung harga saham perlembar dengan melakukan pembagian nilai buku perlembar saham perhitungan dapat dilihat di laporan keuangan tahunan.
- (6) *Leverage* dapat dilakukan dengan cara menghitung jumlah kewajiban dibagi dengan jumlah ekuitas. Perhitungan dilihat pada laporan keuangan, dengan periode yang sudah ditetapkan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel eksogen terdiri dari *CSR (Corporate Social Responsibility)*, *SIZE (Ukuran Perusahaan)*, dan *Leverage*, variabel endogen yaitu nilai perusahaan dan variabel mediasi profitabilitas.

Definisi Operasional Variabel *Corporate Social Responsibility*

$$CSRDI_j = \frac{n}{k}$$

Keterangan :

- CSRDI_j* : *CSR disclosure index* perusahaan j
n : Jumlah item pengungkapan *CSR* yang terpenuhi
k : Jumlah semua item pengungkapan *CSR* (78 item)

Pengukuran *CSRDI_j* dilakukan dengan menggunakan :

- Score 0* : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item *Checklist*.
Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item *Checklist*

Size

Ukuran Perusahaan (size) merupakan besarnya perusahaan yang diukur dengan jumlah aset perusahaan yang dilogaritmakan. Kemampuan dari suatu perusahaan didalam mengelola perusahaan tersebut dapat dilihat pada jumlah aset. Pada

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel endogen. Variabel Eksogen pada penelitian saat ini adalah *Corporate social Responsibility (CSR)* yang termasuk (X_1). *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu pengungkapan tentang informasi yang terikat dengan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan. Rasio yang digunakan dalam perhitungan *CSR* (Karundeng dkk, 2017) sebagai berikut:

umumnya, perusahaan kecil memiliki jumlah aset lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan besar. Sehingga *Ukuran Perusahaan (size)* ini dapat diukur menggunakan indikator **Log Natural Total Aset (Ln Total Aset)** (Karundeng dkk, 2017). Sebagai berikut :

$$Firm\ Size = Natural\ Log\ of\ Total\ Assets$$

Leverage

Solvabilitas (*leverage*) digunakan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang dapat dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir risiko yang dapat melekat pada suatu perusahaan. Artinya, jika

leverage itu semakin besar akan menunjukkan risiko investasi yang semakin besar. Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* rendah akan memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Dalam penelitian ini rasio *leverage* dapat diukur sebagai berikut (Sari dan Handayani, 2016) :

$$Leverage = \frac{Jumlah\ Kewajiban}{Jumlah\ Equity} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan memang sering berkaitan dengan harga saham, harga saham merupakan harga perusahaan, dimana para calon pembeli selalu bersedia untuk membeli saham yang akan dijual (Sari dan Handayani, 2016). Dalam penelitian saat ini nilai

perusahaan akan diukur menggunakan rasio perhitungan perbandingan harga saham/lembar dengan nilai buku/lembar selama periode 2012-2016. Rasio *price to book value (PBV)* dapat dirumuskan sebagai berikut (Anjarwati dkk, 2016) :

$$PBV = \frac{Harga\ Per\ Lembar\ Saham}{Nilai\ Buku\ Per\ Lembar\ Saham}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau profit. Profitabilitas pada penelitian

saat ini diukur menggunakan proksi *ROA* (Pratama dan Wiksuana, 2016) sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti merupakan teknik partial least squares structural equation modelling (PLS-SEM). Teknik PLS ini merupakan teknik yang mampu menggambarkan konsep model dengan variabel laten (variabel yang tidak dapat diukur secara langsung).

Outer Model

Evaluasi model pengukuran atau *outer model* dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas suatu konstruk. *Outer model* dengan indikator refleksif diuji melalui *validitas convergent* dan *discriminant* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach alpha* untuk blok indikatornya. Sedangkan *outer model* dengan indikator formatif dievaluasi melalui *substantive content*-nya yaitu dengan membandingkan besarnya *relative weight* dan melihat signifikansi dari indikator konstruk tersebut.

Inner Model

Evaluasi model struktural atau *inner model* dilakukan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten. *Inner model* dievaluasi dengan melihat besarnya presentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat nilai:

1. R-Square

R-Square untuk konstruk laten endogen, ketentuan dari *R-Square* adalah *R-Square* 0.75; 0.50; 0.25 diartikan bahwa

model tersebut adalah kuat; moderate; lemah. Selain melihat besarnya *R-Square*, evaluasi *inner model* juga dilakukan dengan melihat besarnya nilai *Q-Square predictive relevance*.

2. Uji-t

Pengujian hipotesis yang dilakukan dengan metode bootstrap yang menggunakan statistic t atau uji t sebagai statistik uji. Pendekatan bootstrap memrepresentasi non parametric untuk precision dari estimasi PLS. Kriteria pengujian uji t jika nilai $t > 1,65$ (valid) berpengaruh secara signifikan.

Penelitian saat ini menggunakan teknik analisis jalur (*Path Analysi*) untuk menguji variabel mediasi (intervening). Analisis jalur merupakan suatu perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.

Berikut ini diberikan contoh analisis jalur untuk menguji hubungan CSR, Size dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dan apakah hubungan CSR, Size, dan *Leverage* Nilai Perusahaan di mediasi oleh variabel Profitabilitas. Koefisien jalur dihitung dengan membuat dua persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan. Dalam hal ini ada dua persamaan yaitu :

Sub-struktur 1 (pengaruh antara variabel X_1, X_2, X_3 terhadap Z)

$$Z = \alpha + p4X_1 + p5X_2 + p6X_3 + \epsilon_1 \dots\dots\dots (1)$$

Sub-struktur 2 (pengaruh antara variabel X₁, X₂, X₃ dan Z terhadap Y)

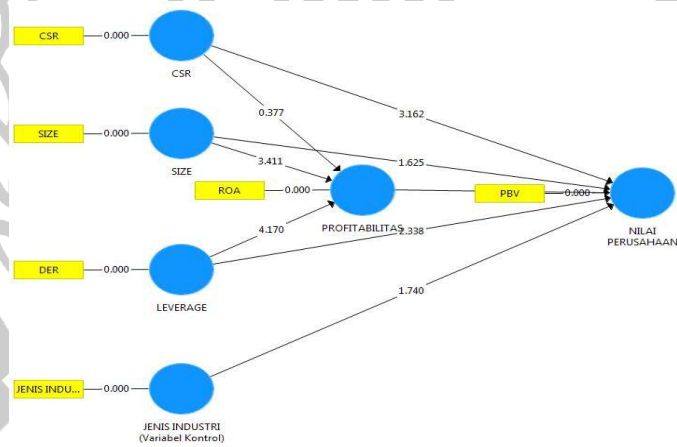
$$Y = \alpha + p1X_1 + p2X_2 + p3X_3 + p7Z + \epsilon_2 \dots\dots\dots (2)$$

Keterangan :

- Y** : Nilai Perusahaan
- X₁** : CSR
- X₂** : SIZE
- X₃** : *Leverage*
- Z** : Profitabilitas
- α** : Konstanta
- p1** : Koefisien jalur 1 (pengaruh *CSR* terhadap nilai perusahaan)
- p2** : Koefisien jalur 2 (pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan)
- p3** : Koefisien jalur 3 (pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan)
- p4** : Koefisien jalur 4 (pengaruh *CSR* terhadap profitabilitas)
- p5** : Koefisien jalur 5 (pengaruh *size* terhadap profitabilitas)
- p6** : Koefisien jalur 6 (pengaruh *leverage* terhadap profitabilitas)
- p7** : Koefisien jalur 5 (pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan)
- e1** : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel profitabilitas
- e2** : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel nilai perusahaan

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Inner Model



**Gambar 3
Inner Model**

Berdasarkan output PLS pada gambar 4.1 dapat dilihat bahwa terdapat nilai setelah dilakukan Bootstrapping. Penelitian saat ini tidak menggunakan PLS Algoritim, karena satu variabel diukur dengan satu indikator atau satu variabel konstruk, sebab tidak adanya variabel konstruk pada variabel eksogen, endogen, maupun mediasi pada penelitian. Tidak adanya variabel konstruk pada tiap variabel eksogen, endogen, maupun

mediasi maka tidak usah dilakukan uji reliabilitas maupun uji validitas sebab indikator (variabel konstruk) hanya ada satu.

Nilai R-Squared

Nilai R-square variabel nilai perusahaan sebesar 0,153 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas *CSR (Corporate Social Responsibility)*, *size*, *leverage*, profitabilitas dan jenis industri yang dapat dijelaskan oleh nilai perusahaan

sebesar 15,3% sedangkan 84,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti. Pada tabel diatas juga dapat dilihat nilai R-square untuk variabel profitabilitas sebesar 0,144 yang dapat di interpretasikan bahwa variabilitas *CSR (Corporate Social Responsibility)*, *size*, dan *leverage* yang dapat dijelaskan oleh profitabilitas sebesar 14,4% sedangkan 85,6% dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Pengujian Hipotesis (Uji statistik t)

Pengujian hipotesis dilakukan melalui prosedur *bootstrapping*. *Bootstrapping* dilakukan sebanyak 500 atau 1000 kali agar hasil yang diperoleh lebih baik dan stabil. *Bootstrapping* yang dilakukan saat ini sebanyak 500 kali. Nilai koefisien *path* atau *inner model* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Syarat yang harus dipenuhi pada pengujian hipotesis adalah *t-statistic* harus lebih dari Z_{α} 10% ($0,1$) = 1,65 sehingga untuk memastikan ada atau tidak pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen.

H1: *CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan *CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sebesar 0,272 dan memiliki nilai P-Values = $0,001 < 10\%$ artinya *CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H2: *Size* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua terbukti dikarenakan hasil analisis data *Size* (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sebesar -0,206 dan memiliki nilai P-Value = $0,052 < 10\%$ yang artinya *Size* (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

H3: *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh sebesar

0,327 dan memiliki nilai P-Values = $0,010 < 10\%$ artinya *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

H4: *CSR (Corporate Social Responsibility)* berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis keempat pada penelitian tidak terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa *CSR (Corporate Social Responsibility)* tidak memiliki pengaruh sebesar -0,045 dan memiliki nilai P-Value = $0,353 > 10\%$ artinya *CSR (Corporate Social Responsibility)* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

H5: *Size* berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis kelima terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa *size* memiliki pengaruh sebesar 0,253 dan memiliki nilai P-Value = $0,000 < 10\%$ artinya *size* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

H6: *Leverage* berpengaruh terhadap Profitabilitas

Hipotesis keenam terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa *leverage* memiliki pengaruh sebesar -0,388 dan memiliki nilai P-Value = $0,000 < 10\%$ artinya *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap profitabilitas.

H7: Profitabilitas berpengaruh Nilai Perusahaan

Hipotesis ketujuh terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh sebesar -0,195 dan memiliki nilai P-Value = $0,019 < 10\%$ artinya profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

H8: Profitabilitas dapat memediasi pengaruh *CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedelapan tidak terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh sebesar 0,009 dan memiliki nilai P-Value = $0,353 > 10\%$ artinya profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap nilai perusahaan.

H9: Profitabilitas dapat memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kesembilan terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh sebesar 0,076 dan memiliki nilai P-Value = $0,055 < 10\%$ artinya profitabilitas dapat memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

H10: Profitabilitas dapat memediasi pengaruh *SIZE* terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kesepuluh terbukti dikarenakan hasil analisis data menemukan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh sebesar -0,049 dan memiliki nilai P-Value = $0,066 < 10\%$ artinya profitabilitas dapat memediasi pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Penelitian saat ini menguji pengaruh *CSR* (*Corporate Social Responsibility*), *size* (ukuran perusahaan), *leverage*, profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-KEHATI. Peneliti juga menguji pengaruh *CSR* (*Corporate Social Responsibility*), *size* (ukuran perusahaan), *leverage* terhadap profitabilitas, dan penelitian ini juga menguji adanya hubungan mediasi (*intervening*).

Pengaruh *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) Terhadap Nilai Perusahaan

CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar pada Index SRI-Kehati di BEI 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat *CSR* (*Corporate Social Responsibility*) yang tinggi dianggap mampu mengelola kinerja ekonomi sosial dengan baik sehingga perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja pada nilai perusahaan. Hal ini dapat memberikan kabar baik atau *good news* bagi para investor, sehingga dapat mengakibatkan meningkatnya minat investor untuk menanamkan modal.

Penelitian ini di dukung oleh Ayu dan Suarjaya (2017), Sindhudiptha dan Yasa (2013). Penelitian ini tidak didukung oleh Karundeng, dkk (2017) dan Cecilia, dkk (2015) yang menyatakan bahwa *CSR* merupakan strategi yang tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek, melainkan strategi jangka panjang perusahaan dalam upaya untuk menjaga keberlangsungan perusahaan.

Pengaruh *Size* Terhadap Nilai Perusahaan

Berpengaruhnya *size* (ukuran perusahaan) secara signifikan negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat ukuran perusahaan (*Size*) yang tinggi dianggap tidak mampu mengelola jumlah aset perusahaan dengan baik sehingga perusahaan tidak dapat mengoptimalkan kinerja pada nilai perusahaan. Hal ini tidak dapat memberikan kabar baik atau *good news* bagi para investor, sehingga tidak dapat mengakibatkan meningkatnya minat investor untuk menanamkan modal.

Penelitian ini di dukung oleh Sari (2017), Anjarwati, dkk (2016), Pratama dan Wiksuana (2016). Penelitian ini tidak didukung oleh penelitian oleh Setiadewi dan Purbawangsa (2015), Karundeng, dkk (2017), Cecilia, dkk(2015), Pamungkas dan Puspaningsih (2016), Rakasiwi, dkk (2017), Bachrudin dan Ngumar (2017) yang menyatakan bahwa *size* menunjukkan bahwa investor ataupun calon investor tidak memperhatikan ukuran suatu perusahaan (*size*) seperti berapa aset yang dimiliki perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa penggunaan aktiva perusahaan sebagian besar dibiayai hutang secara efektif. Penggunaan hutang secara efektif ini akan dapat menghasilkan profit yang akhirnya berdampak pada

peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi *leverage* maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hal ini perusahaan dinyatakan mampu melunasi hutang-hutang jangka panjang sehingga dapat dikatakan perusahaan sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk dapat menghasilkan nilai perusahaan. Hal ini akan memberikan kabar baik dan sinyal baik bagi para kreditur dalam pemberian hutang kepada perusahaan dan kabar baik bagi para investor dalam melakukan kegiatan investasi.

Penelitian ini di dukung oleh Sari (2017), Bchrudin dan Ngumar (2017), Pratama dan Wiksuana (2016). Penelitian ini tidak didukung oleh penelitian oleh Anjarwati, dkk (2016), Pamungkas dan Puspaningsih (2016) dan Rakasiwi, dkk (2017) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak ditentukan oleh besar kecilnya *leverage (DER)*, tetapi ditentukan oleh besarnya nilai laba pada suatu perusahaan. Meningkatnya nilai laba pada perusahaan akan meningkatkan kualitas pada nilai perusahaan.

Pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) Terhadap Profitabilitas

CSR (Corporate Social Responsibility) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa adanya citra buruk pada produk yang dihasilkan perusahaan, hal ini mengakibatkan menurunnya kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Adanya penurunan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan menyebabkan hasil penjualan menurun dan berdampak pada profitabilitas, faktor ini didukung adanya *legitimacy theory*. Penurunan *CSR (Corporate Social Responsibility)* pada nilai perusahaan akan memberikan kabar buruk atau *bad news* dan sinyal buruk bagi para investor untuk tidak melakukan kegiatan investasi.

Hasil penelitian ini di dukung oleh Wijayanti, dkk (2011), Shalihah dan Nuraina (2013) Yaparto, dkk (2013) yang menyatakan bahwa *CSR (Corporate Social Responsibility)* tidak mempunyai pengaruh

signifikan terhadap profitabilitas. Penelitian ini tidak didukung oleh Rahyu, dkk (2014), Chandrayanti dan Saputra (2013), Sindhudiptha dan Yasa (2013) yang menyatakan *CSR (Corporate Social Responsibility)* mempunyai pengaruh signifikan terhadap profitabilitas.

Pengaruh Size Terhadap Profitabilitas

Size (ukuran perusahaan) memiliki pengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa semakin maksimal aktiva perusahaan maka laba yang akan diperoleh oleh perusahaan akan maksimal juga, karena aktiva perusahaan digunakan oleh perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan yang tujuannya untuk menghasilkan laba. Hal ini akan memberikan kabar baik atau *good news* dan sinyal baik bagi para investor untuk melakukan kegiatan investasi.

Penelitian ini di dukung oleh Pramesti, dkk (2016), Wardani, dkk (2016) Pratama dan Wiksuana (2016) Hal ini disebabkan Jika *size* (ukuran perusahaan) perusahaan meningkat, maka *ROA* akan meningkat pula, dan sebaliknya. Penelitian ini tidak didukung oleh penelitian oleh Puspitasari, Hartono (2016), Widiastuti, dkk (2016), dan Setiadewi, Purbawangsa (2015) yang menyatakan *size* (ukuran perusahaan) itu besar belum tentu menjamin dan menjadikan kinerja perusahaan atau profitabilitas akan menjadi lebih bagus, dan sebaliknya. Disimpulkan bahwa *size* (ukuran perusahaan) berpengaruh signifikan positif terhadap profitabilitas.

Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas

Leverage memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap profitabilitas pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa jika perusahaan menambahkan utangnya secara terus menerus akan berakibat meningkatkan suku bunga karena risiko yang dihadapi kreditur akan meningkat. Sementara itu penjualan pada kondisi yang seperti ini akan relative lebih

kecil dan berdampak pada profitabilitas atau laba perusahaan yang menurun. Hal ini akan memberikan kabar buruk atau *bad news* bagi para investor yang akan menanamkan modal investasi pada perusahaan.

Penelitian ini di dukung oleh Sari (2017), Bchrudin dan Ngumar (2017), Pratama dan Wiksuana (2016). Penelitian ini di dukung oleh Pramesti, dkk (2016), Widiastuti, dkk (2016), Wardani, dkk (2016), Pratama dan Wiksuana (2016), hasil ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara *DER* atau *leverage* terhadap *ROA* pada Perusahaan yang terdaftar di BEI.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh profitabilitas signifikan negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI 2012-2016. Secara teoritis, hal ini menunjukkan adanya kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Semakin besar profitabilitas (*ROA*) akan semakin besar risiko pada kinerja manajemen, disisi lain manajemen belum dapat mengelola aset perusahaan yang dimiliki secara efektif dan efisien sehingga akan mengakibatkan nilai perusahaan menurun. Hal ini memberikan kabar buruk atau *bad news* bagi para investor, sehingga tidak dapat mengakibatkan meningkatnya minat investor untuk menanamkan modal.

Penelitian ini tidak di dukung oleh Sari (2017), Anjarwati, dkk (2016), Ayu dan Suarjaya (2017), Setiadewi dan Purbawangsa (2015), Karundneg, dkk (2017), Cecilia, dkk (2015), Wati dan Asandimitra (2017), Sindhudiptha dan Yasa (2013) hasil yang dinyatakan oleh beberapa peneliti tersebut menunjukkan pengaruh signifikan positif antara profitabilitas dengan perhitungan rasio *ROA* terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak didukung oleh penelitian oleh Rakasiwi, dkk (2017), Ratih dan Damayanti (2016), yang menyatakan pengaruh tidak signifikan tersebut dikarenakan tingkat profitabilitas terlalu tinggi maupun terlalu rendah.

Pengaruh CSR (Corporate Social Responsibility) Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Mediasi Profitabilitas

Profitabilitas tidak dapat memediasi *CSR (Corporate Social Responsibility)* secara positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Secara teoritis, menunjukkan bahwa semakin menurunnya nilai *CSR (Corporate Social Responsibility)* dalam mengungkapkan kinerja ekonomi sosial maka dapat menurunkan profitabilitas dan juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan adanya citra buruk pada produk yang dihasilkan perusahaan, yang mengakibatkan menurunnya kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Adanya penurunan kepercayaan masyarakat kepada perusahaan menyebabkan hasil penjualan menurun dan berdampak pada profitabilitas. Meningkatnya nilai perusahaan ini dikarenakan perusahaan dapat mengoptimalkan kinerja ekonomi sosial pada nilai perusahaan. Informasi ini akan memberikan kabar buruk atau *bad news* dan sinyal buruk bagi para investor untuk tidak melakukan kegiatan investasi. Tidak mampunya profitabilitas memediasi pengaruh *CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap nilai perusahaan dikarenakan profitabilitas yang diprosikan dengan *ROA* tidak jelas dalam menggambarkan adanya mediasi antara *CSR (Corporate Social Responsibility)* dengan nilai perusahaan. Penelitian ini di dukung oleh Sindhudiptha dan Yasa (2013) yang menyatakan bahwa tidak mampunya kinerja keuangan memediasi hubungan antara *CSR* dengan nilai perusahaan yang disebabkan karena proksi *ROA* belum mampu menggambarkan laba perusahaan yang sebenarnya.

Pengaruh Size (Ukuran Perusahaan) Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Mediasi Profitabilitas

Profitabilitas dapat memediasi *size* secara negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *size* dalam *natural log total assets* dapat meningkatkan profitabilitas dan juga dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan *size* dapat memaksimalkan aktiva perusahaan maka laba yang akan diperoleh perusahaan akan maksimal juga. Penyebab menurunnya nilai perusahaan dikarenakan manajemen belum dapat mengelola aset perusahaan yang dimiliki secara efektif dan efisien sehingga akan mengakibatkan nilai perusahaan menurun. Informasi ini akan memberikan kabar baik atau *good news* dan sinyal baik bagi para investor untuk melakukan kegiatan investasi. Mampunya profitabilitas memediasi pengaruh *size* terhadap nilai perusahaan dikarenakan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA jelas untuk menggambarkan adanya mediasi antara *size* dengan nilai perusahaan. Penelitian ini tidak didukung oleh penelitian dari Pratama dan Wiksuana (2016), Setiadewi dan Purbawangsa (2015) yang menyatakan kinerja keuangan atau profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *size* dengan nilai perusahaan dikarenakan pengaruh langsung ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui mediasi Profitabilitas.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Mediasi Profitabilitas

Profitabilitas dapat memediasi *leverage* secara positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Index SRI-Kehati pada BEI periode 2012-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi *leverage* akan menurunkan profitabilitas dan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan jika perusahaan menambahkan utangnya secara terus menerus akan berakibat meningkatkan suku bunga karena risiko yang dihadapi kreditur akan meningkat. Sementara itu penjualan pada kondisi yang seperti ini akan relative lebih kecil dan berdampak pada profitabilitas atau laba perusahaan yang menurun. Meningkatnya nilai perusahaan dikarenakan perusahaan dinyatakan mampu melunasi hutang-hutang jangka panjang

sehingga dapat dikatakan perusahaan sudah melakukan kinerja terbaiknya untuk dapat menghasilkan nilai perusahaan. Informasi ini akan memberikan kabar baik atau *good news* dan sinyal baik bagi para kreditur untuk melakukan kegiatan meminjamkan hutang ke perusahaan. Mampunya profitabilitas memediasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dikarenakan profitabilitas yang diproksikan dengan ROA jelas untuk menggambarkan adanya mediasi antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Penelitian ini tidak didukung oleh penelitian Pratama dan Wiksuana (2016), Setiadewi dan Purbawangsa (2015) yang menyatakan kinerja keuangan atau profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan yang disebabkan karena pengaruh langsung *leverage* terhadap nilai perusahaan lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung melalui mediasi profitabilitas.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya diperoleh kesimpulan bahwa rasio *CSR (Corporate Social Responsibility)*, rasio *Size*, rasio *Leverage*, dan rasio profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan rasio *Size* dan *Leverage* mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Rasio *CSR (Corporate Social Responsibility)* tidak mempunyai pengaruh terhadap profitabilitas. Selanjutnya profitabilitas tidak dapat memediasi pengaruh *CSR (Corporate Social Responsibility)* terhadap nilai perusahaan. Tetapi, profitabilitas dapat memediasi pengaruh *Size* terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas dapat memediasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti, yaitu : hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen yang lemah. Hal ini mengindikasikan bahwa masih ada faktor-faktor lain di luar penelitian yang

dapat mempengaruhi variabel endogen. Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan-keterbatasan dalam penelitian ini, maka saran yang diberikan oleh peneliti untuk penelitian selanjutnya yaitu : menambahkan variabel lain yang menjadi faktor untuk mempengaruhi variabel endogen. Ditambahnya variabel lain akan memberikan hasil R-square yang tinggi sehingga faktor di luar penelitian variabel memiliki nilai yang kecil.

DAFTAR RUJUKAN

- Anjarwati, K., Chabachib, M., & Pengestuti, I. D. (2016). "Pengaruh Profitabilitas, Size, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015". (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(2).
- Bachrudin, B. (2017). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(4).
- Candrayanthi, A. A., & Saputra, I. D. D. (2013). "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia)". *E-Jurnal Akuntansi*, 4(1), 141-158.
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Karamoy, H. (2017). "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun 2012-2016)". *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing Goodwill*, 8(2).
- Pamungkas, H. S., & Puspaningsih, A. (2016). "Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 17(2), 156-165.
- Pramesti, D., Wijayanti, A., & Nurlaela, S. (2016). "Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Aktivitas dan Firm Size Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen di Bursa Efek Indonesia".
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. (2016). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(2).
- Puspitasari, B., Ulil Hartono, S. E., & Si, M. (2016). "Pengaruh Ukuran Dewan Direksi, Ukuran Komite Audit Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2011-2014". *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(2).
- Rahayu, W. (2014). "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Periode 2012-2013 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 17(2).

- Rakasiwi, F. W., Pranaditya, A., & Andini, R. (2017). "Pengaruh Eps, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Sales Growth Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010–2015". *Journal Of Accounting*, 3(3).
- Rambe, S., & Torong, M. Z. B. "Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura".
- Ratih, I., & Eka Damayanthi, I. (2016). "Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Pemoderasi". *E-Jurnal Akuntansi*, 14(2), 1510-1538.
- Sari, M. R. P. A. (2017). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(9).
- Setiadewi, K. A. Y., & Purbawangsa, I. B. A. (2014). "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(2).
- Sholihah, I. M. A., & Nuraina, E. (2013). "Pengaruh Corporate Social Responsibility Indeks Terhadap Kinerja Perusahaan (Study Pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, Dan Transportasi Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia)". *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 2(2), 105-119.
- Wardani, I. K., Wardiningsih, S. S., & Utami, S. S. (2016). "Pengaruh Debt To Equity Ratio, Inventory Turnover, Total Assets Turnover Dan Firm Size Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia". *Ekonomi dan Kewirausahaan*, 16(1).
- Wati, L., & Asandimitra, N. (2017). "Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Intervening Kinerja Keuangan (Studi Pada Sektor Industri Barang Konsumsi)". *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 5(3).
- Widiastuti, N. A., Arifati, R., & Oemar, A. (2016). "Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Rasio Likuiditas Dan Rasio Aktivitas Terhadap Profitabilitas (Studi Pada Sektor Keuangan dan Perbankan di BEI Tahun 2010-2014)". *Journal Of Accounting*, 2(2).
- Wijayanti, F. T., & Prabowo, M. A. (2011). "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan". *Simposium Nasional Akuntansi XIV, Tahun*.
- Yaparto, M., Frisko, D., & Eriandani, R. (2013). "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Pada Sektor Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2010-2011". *Calypra*, 2(1), 1-19.
- Yasa, G. W., & Sindhudiptha, I. N. S. Y. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Kinerja Keuangan Perusahaan Dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Akuntansi*, 4(2), 388-405.

<http://www.idx.co.id>
<http://www.kehati.or.id>, Index SRI-KEHATI
<http://www.duniainvestasi.co.id>,