

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN
PROFITABILITAS TERHADAP *FIRM VALUE* DENGAN
GROWTH OPPORTUNITY SEBAGAI VARIABEL
MODERASI PADA PERUSAHAAN
PERTAMBANGAN**

ARTIKEL ILMIAH

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



Oleh:

MUHAMMAD FADHIL
2014310085

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
S U R A B A Y A
2018**

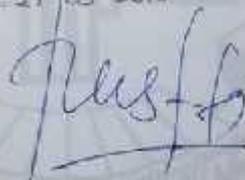
PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Muhammad Fadhil
Tempat, Tanggal Lahir : Surabaya, 18 Juli 1996
N.L.M : 2014310085
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas Terhadap *Firm Value* dengan *Growth Opportunity* sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan.

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,

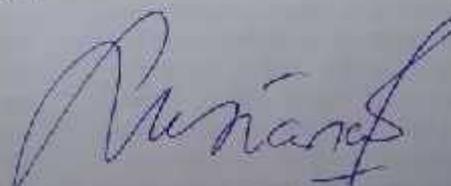
Tanggal: 24/09/2018



(Titis Puspitaningrum Dewi Kartika, S.Pd.,MSA)

Ketua Program Sarjana Studi Akuntansi,

Tanggal :



(Dr. Luciana Spica Almilta, S.E., M.Si., OIA., CPSAK)

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS
TERHADAP FIRM VALUE DENGAN GROWTH OPPORTUNITY SEBAGAI
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN**

Muhammad Fadhil
STIE Perbanas Surabaya
Email : 2014310085@students.perbanas.ac.id

Titus Puspitaningrum Dewi Kartika
STIE Perbanas Surabaya
Email : titus_puspita@perbanas.ac.id

ABSTRACT

Investors generally see the development regarding the companies that will be a source of income from its investments, provided the existence of such companies, one of which is to see the development the company of the Firm Value such companies but to determine whether the Firm is able to increase the Value or even weakening then there are several indicators i.e., Corporate Social Responsibility, Profitability, and Growth Opportunity. So on this research aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility and profitability against a Firm Value with Growth Opportunity as a variable moderation. Population samples in this study i.e., mining companies listed on the Indonesia stock exchange (idx) of the period of 2014-2017. Research on data collection technique is to use the technique of sampling is saturated. The data analysis techniques in use in research is to Test using descriptive statistics, Classic Assumption Test, Multiple regression analysis, Test and test Moderated Regression Analysis (MRA). The results of this research, namely Corporate Social Responsibility impact Firm Value, profitability effect on Firm Value and Growth Opportunity is proven to affect the relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability against a Firm Value.

Key words : Firm Value, Corporate Social Responsibility, Profitability, Growth Opportunity.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan daya tarik serta acuan bagi para investor dalam menginvestasikan dana dalam bentuk saham. Menurut Harmono (2009:50), terbentuknya harga saham perusahaan di pasar merupakan hasil penilaian para pemegang saham terhadap kinerja perusahaan. Investor yang ingin menanamkan modalnya, tidak hanya melihat suatu perusahaan dari tinggi rendahnya rasio profitabilitas suatu perusahaan, namun dalam pengambilan keputusan investasinya investor juga melihat dari baik buruknya perusahaan dalam menerapkan CSR.

Membaiknya harga minyak dunia seringkali diikuti dengan kenaikan permintaan komoditas hasil tambang. Sejak awal tahun 2014 hingga 14 oktober 2014, Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) yang naik hanya 17,37%, dikalahkan oleh indeks saham sektor pertambangan yang telah naik hingga 53,35%. Semakin kuatnya hubungan pergerakan indeks sektor pertambangan dengan indeks harga saham gabungan menunjukkan kemampuan indeks sektor pertambangan dalam mendorong laju indeks harga saham gabungan.

Penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali apakah hasil yang didapatkan akan sama pada perusahaan-perusahaan pertambangan di Indonesia yang terdaftar di BEI jika teori yang diterapkan sama dengan penelitian terdahulu sehingga hasil penelitian ini dapat memperkuat atau memperlemah teori yang ada. Penelitian ini berfokus pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Alasannya karena perusahaan pertambangan sangat berpengaruh pada kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap setiap kejadian baik internal maupun eksternal perusahaan

Berkaitan hubungan CSR dengan *Firm value* yaitu terdapat Gap penelitian terdahulu yang diantaranya adalah Igan Bayu dan Made (2015), Niluh Asri dan Ni Putu (2016), Siti Sapia dan Andayani (2015) dan Indri Suryani (2014) yang mengungkapkan bahwa, CSR berpengaruh positif terhadap *Firm value*. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Cecilia, Syahrul dan Zainul Bahri (2015) dan Laras Surya dan Basuki (2012) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Firm value*.

Profitabilitas atau keuntungan perusahaan merupakan hasil dari kebijaksanaan dan keputusan yang dibuat oleh manajemen. Profitabilitas dapat diukur melalui rasio profitabilitas yang akan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan pada perusahaan. Hubungan antara profitabilitas dan *Firm value* juga menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian yang dilakukan oleh Vira Niluh Asri dan Ni Putu (2016), Indri Suryani (2014), mengungkapkan bahwa profitabilitas memiliki hubungan yang tidak signifikan terhadap *Firm value*. Akan tetapi hasil penelitian Diyan Lestari (2017), Ni Kadek dan Ida Bagus (2016) dan Sri

Hermuningsih (2013) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Firm value*.

Terjadi GAP Penelitian juga di antara *Growth opportunity* sebagai variabel penguat terhadap *Firm value* dari penelitian yang dilakukan oleh Diyan Lestari (2017) dan juga Niluh Asri dan Ni Putu (2016), penelitian yang dilakukan oleh Diyan Lestari (2017) membuktikan bahwa variabel *Growth opportunity* sebagai variabel penguat berpengaruh signifikan terhadap *Firm value*. Sedangkan yang telah diteliti oleh Ni Putu dan Niluh Asri (2016) membuktikan bahwa pengaruh *Growth opportunity* sebagai variabel penguat terhadap *Firm value* mengalami pengaruh yang tidak signifikan.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Legitimasi

Definisi teori legitimasi adalah suatu kondisi atau status, yang ada ketika suatu sistem nilai perusahaan kongruen dengan sistem nilai dari sistem sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan sesuai dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat. Legitimasi organisasi dapat diartikan sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sebaliknya sesuatu yang diinginkan perusahaan dari masyarakat (Nor Hadi, 2011:87).

Teori legitimasi penting bagi organisasi karena teori legitimasi didasari oleh batasan-batasan, norma-norma, nilai-nilai dan peraturan sosial yang membatasi perusahaan agar memperhatikan kepentingan sosial dan dampak dari reaksi sosial yang dapat ditimbulkan. Dengan melakukan pengungkapan sosial, perusahaan merasa keberadaan dan aktivitasnya terlegitimasi. Aktivitas

organisasi perusahaan sebaiknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya (Nor Hadi, 2011:91).

Perusahaan harus memberikan benefit kepada masyarakat dengan melakukan program *Corporate social responsibility* dimana perusahaan beroperasi sehingga perusahaan mendapat umpan balik berupa legitimasi dari masyarakat demi mempertahankan kelangsungan hidup dan peningkatan nilai perusahaan.

Firm Value

Firm value didefinisikan sebagai tujuan utama dari keputusan manajerial dengan mempertimbangkan resiko-resiko dan waktu terkait dengan perkiraan laba per saham untuk memaksimalkan harga saham biasa perusahaan (Brigham dan Houston, 2011:7) Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap keberhasilan yang dicapai oleh perusahaan, dengan meningkatnya nilai perusahaan akan diikuti pula oleh tingginya kemakmuran dari para pemegang saham.

Firm value dapat diukur dengan nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar yang merupakan refleksi penilaian publik terhadap kinerja perusahaan secara riil (Harmono, 2009 : 50). Dikatakan riil karena terbentuknya harga dipasar merupakan harga yang sebenarnya terjadi dalam transaksi jual beli surat berharga antara emiten dan investor. Nilai pasar yang tinggi akan mempengaruhi para investor dalam menetapkan keputusan investasi atas prospek perusahaan dimasa mendatang.

Nilai perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan dua rumus yaitu: (a) *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Kegunaan *Price Earning Ratio* adalah untuk melihat hubungan antara harga pasar per lembar saham biasa

dengan laba per lembar saham; (b) *Price to Book Value* (PBV) adalah salah satu variabel yang dipertimbangkan oleh investor dalam menanamkan modalnya, umumnya rasio ini mencapai diatas satu yang artinya nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin besar nilai PBV maka kemakmuran pemegang saham juga tinggi dan pasar akan percaya pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Perusahaan merupakan bagian dari suatu sistem sosial yang terbentuk dari suatu proses panjang. Sebagai bagian dari sub sistem dari lingkungan masyarakat, maka masalah yang dihadapi oleh masyarakat merupakan masalah pula bagi perusahaan. CSR sangat erat kaitannya dengan masalah etika, hukum dan tanggung jawab sosial. Perusahaan dalam mempertahankan keberlangsungannya maka perlu memperhatikan lingkungan dan sosial, tidak hanya profit saja sehingga perusahaan harus seimbang dalam kegiatan sosial, ekonomi dan lingkungan. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial Menurut Nor Hadi (2011:59) prinsip-prinsip yang terdapat pada CSR antara lain: *sustainability, accountability, transparency*.

Rasio Profitabilitas (*Return On Asset*)

Menurut Kasmir (2012:199) Return On Asset adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh keuntungan secara keseluruhan. Hal ini akan menjadi pertimbangan para investor dalam menanamkan modalnya dan berdampak pada naiknya permintaan saham yang akan mempengaruhi meningkatnya harga saham, sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Selain menjadi indikator kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban bagi para investor, profitabilitas juga menjadi indikator dalam menentukan nilai perusahaan.

Profitabilitas dapat dihitung dengan menggunakan empat rumus yaitu: (a) *Return On Asset* (ROA) adalah rasio yang menggambarkan perputaran aset yang diukur melalui volume penjualan; (b) *Return On Investment* (ROI) adalah rasio yang menggambarkan persentase laba bersih yang diukur menggunakan modal dari pemilik; (c) *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang menunjukkan persentase yang diperoleh laba bersih yang diukur melalui modal perusahaan; (d) *Earning Per Share* (EPS) adalah rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan per lembar saham dalam menghasilkan laba.

Growth opportunity

Growth opportunity adalah kesempatan bagi perusahaan untuk berinvestasi yang kiranya dapat memberikan keuntungan terhadap perusahaan tersebut. Menurut I Made (2011:162) keuntungan yang didapat perusahaan yang memiliki peningkatan penjualan yang tinggi akan bisa menutup biaya bunga hutang. *Growth opportunity* merupakan kesempatan yang dimiliki perusahaan tersebut untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi dalam mengembangkan perusahaannya.

Growth opportunity merupakan peluang perusahaan untuk bertumbuh di masa yang akan datang. Apabila perusahaan tersebut memiliki peluang pertumbuhan yang tinggi maka perusahaan tersebut memiliki laba yang tinggi untuk menjamin masa depan tersebut yang secara

tidak langsung memberikan efek terhadap nilai pasar perusahaan atau nilai perusahaan tersebut.

Growth opportunity dapat dihitung dengan menggunakan dua rumus yaitu: (a) Pertumbuhan aset adalah aset yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan; (b) Pertumbuhan penjualan adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu meningkatkan penjualan dengan total penjualan.

Pengaruh CSR terhadap *Firm value*

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu bentuk kesadaran bahwa kegiatan usaha yang dijalankan oleh perusahaan membawa potensi timbulnya dampak buruk. Pengungkapan CSR dapat dijadikan strategi untuk meningkatkan citra perusahaan dimata masyarakat, pasar akan cenderung memberikan respon positif dan masyarakat pun akan menaruh rasa percaya dan membeli produk pada perusahaan yang mengungkapkan CSR. (Igan Bayu dan Made Gede, 2013), dengan CSR maka pasar akan merespons secara positif terhadap perusahaan tersebut dengan peningkatan harga saham perusahaan. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ni Luh Asri dan Ni Putu (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan jika di lihat dari para penanam modal menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan dengan nilai laba dan harga saham yang tinggi. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : CSR berpengaruh terhadap *Firm value*.

Pengaruh Profitabilitas terhadap *Firm value*

Bagi perusahaan profitabilitas digunakan sebagai kajian dalam mengelola perusahaan, dan dengan adanya kemampuan mendapatkan laba yang

menggunakan sumber daya perusahaan, maka perusahaan memiliki jaminan untuk keberlangsungan hidup dan akan dengan mudah dalam melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai timbal balik dari perusahaan untuk masyarakat. bahwa Perusahaan yang mampu meningkatkan laba perusahaan dan meningkatkan penanaman modal terhadap perusahaan tersebut adalah perusahaan yang memiliki profitabilitas perusahaan yang tinggi dan meningkatkan nilai perusahaan tersebut (Igan Bayu dan Made Gede, 2015). Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Firm value*.

Pengaruh *Growth opportunity* Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan CSR dengan *Firm value*

Corporate social responsibility (CSR) dapat berlanjut ketika perusahaan membuat program dengan benar dan berkomitmen serta dukungan bersama dari karyawan dan masyarakat sekitar perusahaan, dengan melibatkan dukungan karyawan secara intensif, maka nilai dari program yang telah dilakukan oleh perusahaan akan memberikan arti tersendiri bagi perusahaan serta dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ni Luh Asri dan Ni Putu (2016) menyatakan bahwa apabila peluang pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan nilai harga saham, informasi mengenai peluang pertumbuhan perusahaan di respon positif oleh perusahaan sehingga perusahaan tersebut mampu meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

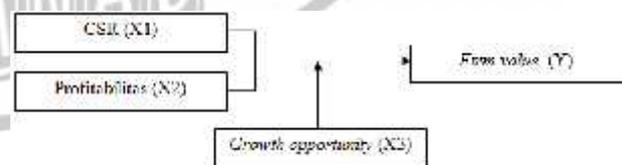
H₃ : *Growth opportunity* mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap *Firm value*.

Pengaruh *Growth opportunity* Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Profitabilitas dengan *Firm value*

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan dan meningkatkan laba untuk menjamin kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Dengan meningkatnya laba perusahaan maka minat investor dalam menanamkan modalnya di perusahaan tersebut juga meningkat sehingga perusahaan tersebut mampu dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya peningkatan laba maka manajemen perusahaan memperoleh peningkatan gaji dan pemilik perusahaan akan merasa tidak dirugikan karena modal yang ditanamkan akan memperoleh deviden yang tinggi. Diyan Lestari (2017), menyatakan bahwa, semua kegiatan perusahaan ditunjukan untuk mencapai kinerja yang baik dan dicerminkan dengan adanya tingkat profitabilitas yang tinggi, semakin tinggi tingkat profitabilitas sebuah perusahaan, maka perusahaan tersebut dinilai memiliki kinerja yang bagus. Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : *Growth opportunity* mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap *Firm value*.

Kerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

METODE PENELITIAN

Klasifikasi Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2017. Pada penelitian ini menggunakan metode *sampling jenuh*. karena jumlah populasi yang relatif sedikit.

Data Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2014-2017. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan teknik dokumentasi. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu berupa laporan keuangan auditan.

Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *Firm Value* serta variabel independen dalam penelitian ini yaitu *Corporate social responsibility* dan profitabilitas, dengan *Growth opportunity* sebagai variabel pemoderasi.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Firm Value*. Berdasarkan penelitian terdahulu yaitu Ni Kadek dan Ida Bagus (2016) *Firm Value* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Variabel Independen

Corporate social responsibility (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab merupakan data yang diungkap oleh perusahaan berkaitan dengan aktivitas sosialnya yang dimulai dari beberapa pertimbangan etis perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, beserta peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat dalam lingkup yang lebih luas. Mengacu penelitian terdahulu yaitu Cecilia (2015) indeks pengungkapan tanggung jawab sosial sendiri dapat diukur dengan rumus:

$$\frac{\text{jumlah item informasi CSR yang diungkapkan}}{91 \text{ item informasi CSR versi GRI 4.0}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau profit dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan bagi para pemegang saham (Sofyan, 2013 : 304). menurut Mamduh dan Abdul (2016 : 81) profitabilitas dapat dihitung menggunakan rumus:

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

Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Growth opportunity*. Sugiarto (2009:15) menyatakan bahwa *Growth opportunity* adalah suatu determinan yang penting bagi struktur modal. Berdasarkan penelitian terdahulu yaitu Ni Luh Asri (2016) *Growth opportunity* dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Nilai Buku Hutang} + (\text{Jumlah Lembar Saham Beredar} \times \text{Harga Saham})}{\text{Total Aset}}$$

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linier berganda dan *Moderated Regression*

Analysis (MRA). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap dependen. *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, variabel ini dilakukan dengan menambahkan variabel perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderatingnya.

Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Persamaan *Moderated Regression Analysis* (MRA):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 * X_3 + \beta_5 X_2 * X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Nilai Perusahaan
- = Konstanta
- e = Error
- X1 = CSR
- X2 = ROA
- X3 = Growth
- 1- 5 = Koefisien Regresi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang terkait dengan gambaran keseluruhan masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum suatu data. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel 1 dan 2 berikut ini :

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Min.	Maks.	Rata-rata	Std. Dev
Firm Value	106	-,32132	2,70577	,9446132	,66981343
CSR	106	,08791	,68132	,2781462	,10381271
ROA	106	-,72133	,39411	,0160824	,14117110

Sumber: Hasil *Output* SPSS 22, diolah

Berdasarkan data dalam tabel 1 diketahui bahwa nilai minimum variabel *Firm Value* adalah -0,32132 yaitu PT Bumi Resources Tbk. tahun 2014, karena perusahaan mengalami kerugian penurunan nilai hak penambangan untuk semua entitas anak dibawah proyek batu bara Sumatra, serta kerugian atas nilai blok 13 dan blok R2. Sedangkan nilai maksimum adalah 2,70577 oleh PT Baramulti Suksessarana Tbk. di tahun 2017, karena perusahaan mengambil kebijakan untuk meningkatkan *stripping ratio* dari 2.54 di tahun 2016 menjadi 3.32 di tahun 2017 dalam memaksimalkan volume cadangan yang ada. Selain itu,

perseroan membuka tambang baru di blok IV dengan batubara kalori lebih rendah yang menyebabkan perseroan mengalami keuntungan. Nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,94461 dan nilai standar deviasi sebesar 0,66981 menunjukkan bahwa data *Firm Value* bersifat homogen.

Nilai minimum CSR atau pertanggungjawaban sosial perusahaan adalah 8,79% yang dimiliki oleh Bumi Resources Tbk. di tahun 2014. Nilai maksimum yaitu 68,13% yang dimiliki oleh PT Radiant Utama Interinsco Tbk. di tahun 2015. Nilai rata-rata CSR yaitu 27,82% dengan standar deviasi 10,38% menunjukkan data CSR bersifat homogen.

Nilai minimum profitabilitas yaitu -0,72133 dimiliki oleh PT Mitra Investindo Tbk. di tahun 2015, nilai profitabilitas mines menunjukkan perusahaan tersebut sedang mengalami kerugian. Nilai maksimum yaitu 0,39411 dimiliki oleh PT Baramulti Suksessarana

Tbk. di tahun 2017, tingginya profitabilitas menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja baik. Nilai rata-rata profitabilitas yaitu 0,0161 dan nilai standar deviasi sebesar 0,14117 menunjukkan data bersifat heterogen.

Tabel 2
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T	Signifikansi
(Constant)	0,662	3,649	,000
CSR	0,954	1,554	,123
ROA	1,064	2,355	,020
Adjusted R ²	0.073		
F	3,767		
Sig. F	0,013		

Sumber: Data diolah

Hasil Analisis dan Pembahasan

Pada Tabel 2 terlihat bahwa nilai F hitung menunjukkan nilai 3,767 dan signifikansi sebesar 0,013. Tingkat signifikansi kurang dari 0,05 ($0,013 < 0,05$). Model regresi dikatakan fit dan terdapat pengaruh salah satu variabel independen terhadap variabel *firm value*.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi terlihat bahwa nilai *Adjusted R²* sebesar 0.073 (Tabel 2). Hal ini berarti kemampuan model penelitian dalam menjelaskan variabel dependen (*firm value*) sebesar 7.3%.

Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk mengetahui pengaruh *Growth Opportunity* dalam memperkuat pengaruh CSR dan ROA pada *Firm Value* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. Hasil dari *Moderated Regression Analysis* (MRA) ditunjukkan pada Tabel 2.

Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Firm Value

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel CSR bernilai 0,123 $> 0,05$ sehingga variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap *firm value*, penelitian ini tidak berhasil membuktikan berlakunya teori legitimasi sebagai teori yang mendukung penelitian ini dikarenakan dampak dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* perusahaan pertambangan yang tidak dirasakan oleh masyarakat sekitar secara langsung sehingga masyarakat tidak merasakan efek secara langsung dari pengadaan CSR oleh perusahaan pertambangan baik itu melalui Ekonomi, Pendidikan, Kesehatan dan sebagainya.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Cecilia (2015) dan Laras (2012) yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak di dukung oleh penelitian yang di lakukan oleh Igan Bayu dan Made (2015) dan Ni Luh Asri

(2016) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Firm Value

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel ROA bernilai $0,020 < 0,05$ sehingga variabel ROA berpengaruh terhadap *firm value*, karena seiring dengan meningkatnya profitabilitas perusahaan maka laba perusahaan juga akan meningkat sehingga para penanam modal akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut karena memiliki jaminan masa depan perusahaan yang jelas.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Diyan Lestari (2017), Igan Bayu dan Made (2015) dan Sri Hermuningsih (2013) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak di dukung oleh penelitian yang di lakukan Ni Luh Asri (2016) dan Indri Suryani (2014) yang menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Firm Value dengan Growth Opportunity sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil dari pengujian menunjukkan bahwa signifikansi variabel *Growth Opportunity* sebagai variabel Moderasi sebesar $0,099 > 0,05$ yang berarti bahwa tidak mampu untuk mempengaruhi secara bebas variabel *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value* sehingga *Growth Opportunity* tidak mampu untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*.

Hasil penelitian ini tidak di dukung oleh penelitian yang di lakukan Ni Luh Asri (2016) yang menunjukkan bahwa

Growth Opportunity tidak memperkuat pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.

Analisis Pengaruh Profitabilitas terhadap Firm Value dengan Growth Opportunity sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil dari pengujian menunjukkan bahwa signifikansi variabel *Growth Opportunity* sebagai variabel Moderasi sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa mampu untuk mempengaruhi secara bebas variabel profitabilitas terhadap *Firm Value* sehingga *Growth Opportunity* mampu untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara profitabilitas terhadap *Firm Value*.

Hasil ini mendukung hasil penelitian yang di lakukan oleh Diyan Lestari (2017) yang menunjukkan bahwa *Growth Opportunity* memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Hasil pengujian hipotesis pertama variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian hipotesis kedua variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap *Firm Value*. Hasil pengujian hipotesis ketiga didapatkan kesimpulan bahwa *Growth Opportunity* tidak memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Firm Value*. Sedangkan Hasil pengujian hipotesis keempat didapatkan kesimpulan bahwa *Growth Opportunity* memoderasi hubungan Profitabilitas terhadap *Firm Value*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah subyektif dalam menilai pengungkapan informasi sosial perusahaan yang cukup luas, sehingga setiap peneliti

melihat pengungkapan tanggungjawab perusahaan dengan sudut pandang yang berbeda-beda. Saran pada penelitian ini adalah Sampel yang digunakan lebih luas perlu dipertimbangan untuk penelitian selanjutnya dan menggunakan perusahaan selain pada sektor pertambangan dengan menambah variabel independen seperti *Good Corporate Governance*, keputusan investasi, dan mengganti variabel moderasi *Growth Opportunity* dengan Profitabilitas dan menambah periode penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- Cecilia, Syahrul Rambe dan M. Zainul Bahri Torong 2015. "Analisis Pengaruh *Corporate social responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura". *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi 18 Medan*.
- Diyan Lestari. 2017. "Pengaruh Leverage dan Kinerja Perusahaan terhadap *Firm value* dengan *Growth opportunity* sebagai Variabel Moderasi". *Jurnal Kalbisocio* Vol 4 No 1 Februari 2017.
- Igan Bayu Darma Putra & Made Gede Wirakusuma 2015. "Pengaruh Pengungkapan *Corporate social responsibility* pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.13, No.2. Halaman 461-475.
- Imam Ghozali. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Edisi ke 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indri Suryani & Astri Fitria 2014. "Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating". *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol.3, No.10.
- Laras Surya Ramadhani & Basuki Hadiprajitno 2012. "Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bei". *Jurnal Akuntansi & Auditing* Vol.8, No.2. Halaman 95-189.
- Ni Kadek Dewi Octaviani dan Ida Bagus Putra Astika 2016. "Profitabilitas dan Leverage Sebagai Pemoderasi Pengaruh Kebijakan Deviden Pada Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* Vol.14, No.3. Halaman 2191-2219.
- Ni Luh Asri Savitri dan Ni Putu Sri Harta Mimba 2016. "Kemampuan Profitabilitas dan *Growth opportunity* Memoderasi Pengaruh Pengungkapan *Corporate social responsibility* Pada Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol 5, No 11. Hal 3765-3792.
- Sugiarto. 2009. Struktur Modal, Struktur Kepemilikan Perusahaan, Permasalahan Keagenan dan Informasi Asimetri. Edisi Permata. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suwardjono. 2013. Teori Akutansi Perekayasaan Pelaporan Keuangan. Yogyakarta : BPFY-Yogyakarta