

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *GROWTH OPPORTUNITY*,
DAN KEPUTUSAN INVESTASI TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Jurusan Akuntansi



Oleh :

ANGGA IRVANSYAH

2014310587

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

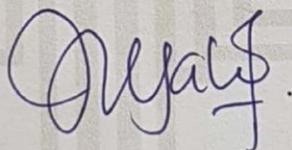
2018

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Angga Irvansyah
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 17 September 1995
N.I.M : 2014310092
Program Studi : Akuntansi
Program Pendidikan : Sarjana
Kosentrasi : Keuangan
Judul : Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Growth Opportunity* dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

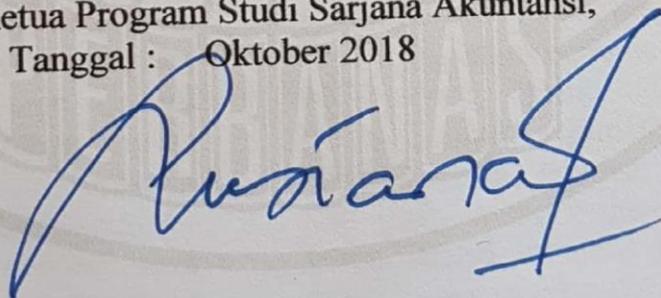
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 16 Oktober 2018



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

Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi,
Tanggal : Oktober 2018



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

**EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, GROWTH OPPORTUNITIES,
AND INVESTMENT DECISIONS ON CORPORATE VALUES WITH
PROFITABILITY AS MODERATION VARIABLES**

Angga Irvansyah

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2014310587@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

The value of a company can be described as the value of a company's assets such as securities. A high increase in corporate value is a long-term priority of a company that must be achieved by a company that can be reflected from stock prices. This study aims to examine the impact of corporate social responsibility, growth opportunity, and investment decisions on corporate value with profitability as a moderating variable. The sample used in this research is mining companies in BEI in 2014-2016. The sampling technique uses saturated sample technique using SPSS 22 software. The result of the research indicates that (1) corporate social responsibility does not have an effect on firm value, (2) growth opportunity has no effect on firm value, (3) investment decision influence to firm value, (4) profitability is unable to strengthen the relationship between corporate opportunity and corporate value, (5) profitability is unable to strengthen the relationship between growth opportunity and firm value, (6) profitability can strengthen the relationship between investment decision and firm value.

Keywords: *corporate social responsibility, growth opportunity, investment decision, corporate value, profitability*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan dapat digambarkan sebagai nilai aset yang dimiliki sebuah perusahaan seperti surat berharga. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan prioritas jangka panjang sebuah perusahaan yang wajib dicapai oleh perusahaan yang dapat tercermin dari harga saham. Oleh sebab itu, penilaian dari investor pada perusahaan dapat diamati dari pergerakan saham perusahaan yang ada di bursa untuk perusahaan *go public*. Nilai perusahaan yang tinggi dapat tercermin dari tingginya saham suatu perusahaan, karena para investor melihat citra dari perusahaan tersebut sangat baik membuat para investor menanamkan modal sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi juga dapat

meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham atau investor, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Permanasari, 2010).

Meroketnya 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 sepanjang tahun berjalan. Berdasarkan dari 43 saham yang menghuni sektor pertambangan, sejumlah emiten melesat berdampingan dengan harapan optimis dari para investor akan mulai rebound harga minyak mentah dunia. Sejak awal tahun, sebanyak 20 saham sektor pertambangan tumbuh dengan positif, bahkan saham PT Delta Dunia Makmur Tbk. (DOID) dan PT Aneka Tambang

(Persero) Tbk. (ANTM) melesat lebih dari 100 persen.

Pemerintah melalui intruksi Presiden akan merilis moratorium lahan pertambangan untuk mengurangi eksplorasi berlebih pada area pertambangan. Namun emiten pertambangan telah mengurangi eksplorasi operasionalnya tanpa adanya moratorium sebelumnya. Moratorium lahan akan berpengaruh apabila penyerapan komoditas tambang sedang meroket dan emiten rajin mengeksplorasi karena ingin 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). Terjadinya kenaikan ini maka peneliti merasa perlu untuk meneliti tentang perusahaan sektor Pertambangan di Indonesia yang memiliki kaitan dengan CSR, *Growth Opportunity*, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel penguat.

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu gagasan yang dimana sebuah perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangan saja, tetapi masalah lingkungan akibat aktifitas operasional perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Perusahaan wajib mengungkapkan CSR apabila melakukan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya alam, hal tersebut termuat dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Growth opportunity adalah sebuah peluang untuk mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi atau peluang untuk mengembangkan perusahaannya. *Growth opportunity* salah satu faktor yang

sangat penting karena untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, peluang untuk bertumbuh suatu perusahaan dapat menjadi analisis tercapainya kemakmuran pemegang saham. Perusahaan dengan peluang bertumbuh yang baik dalam mencapai target akan mudah.

Keputusan investasi merupakan faktor penting dalam fungsi keuangan perusahaan ketika ingin menciptakan nilai (Van Horne, 2005). Sebuah keputusan investasi harus dipertimbangan dengan cermat agar dampaknya memiliki suatu manfaat dimasa depan. Dalam menggunakan sumber daya, keputusan investasi dapat membantu manajer secara efisien. Dapat disimpulkan semakin efisien perusahaan menggunakan sumber dayanya, maka semakin besar kepercayaan dari calon investor untuk membeli sahamnya (Hasnawati, 2005).

Profitabilitas dapat mempengaruhi nilai perusahaan dari besar kecilnya profit yang dihasilkan oleh suatu perusahaan. Profitabilitas merupakan objek mengenai nilai investasi pada suatu perusahaan (Setyoko, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Igan Bayu dan Made (2015), menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan, karena semakin luas perusahaan mengungkapkan CSR maka akan meningkatkan kepercayaan pada para *stakeholder*. Penelitian yang dilakukan oleh Indri dan Astri (2014) juga sejalan dengan penelitian Igan Bayu dan Made (2015), dimana profitabilitas menjadi variabel yang memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

RERANGKA TEORITIS YANG DIPAKAI DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* membahas tentang dimana sebuah perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri

melainkan harus mempunyai mafaat bagi stakeholder-nya.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan teori yang menggambarkan terdapat interaksi antara pemilik perusahaan dengan manajemen perusahaan, dengan adanya interaksi maka pemilik perusahaan memberikan wewenang kepada para manajemen perusahaan untuk mengatur operasional perusahaan dan memberi keputusan terhadap perusahaan tersebut (Jensen dan Meckling, 1976).

Nilai Perusahaan merupakan nilai pasar dari sebuah perusahaan tersebut sehingga jika saham perusahaan meningkat maka perusahaan mendapatkan pemasukan yang meningkat serta manajemen juga akan mendapatkan kepercayaan dari pihak pemilik perusahaan (Jehnsenn dan Meckling, 1976).

Corporate Social Responsibility merupakan mekanisme baru dari suatu perusahaan dengan secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap suatu lingkungan dan sosial perusahaan ke dalam interaksi dan operasional dengan para stakeholder (Anggraini, 2006). CSR berkaitan dengan pertimbangan etis suatu perusahaan dalam memajukan perekonomian perusahaannya dan meningkatkan kualitas hidup para karyawannya serta mengembangkan kualitas kehidupan masyarakat disekitar perusahaan beroperasi.

Growth Opportunity merupakan faktor yang sangat penting karena untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, peluang pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis tercapainya kemakmuran pemegang saham (Dyah Putri dan Lailatul Amanah, 2017).

Keputusan Investasi adalah salah satu strategi penting untuk meningkatkan nilai perusahaan. Apabila suatu perusahaan ingin meningkatkan nilai perusahaan maka perusahaan akan melakukan suatu

keputusan keuangan yang akan berpengaruh pada keputusan keuangan lain (Tito dan Basuki, 2014). Mengambil kesempatan investasi yang menjamin keberlangsungan hidup suatu perusahaan di masa depan adalah salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah Kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Penggunaan profitabilisan bertujuan untuk menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode dan membandingkan perolehan laba dari tahun ketahun sebelumnya. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya (Kasmir, 2011:76).

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan *corporate social responsibility* akan mendapatkan respon positif dari pasar terhadap perusahaan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Naiknya harga saham maka para penanam modal akan percaya bahwa perusahaan tersebut mampu memberikan keuntungan juga yang tinggi sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Harga saham adalah indikator untuk menentukan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi naiknya harga saham adalah *growth opportunity* (peluang bertumbuh). Tingginya *growth opportunity* menunjukkan bahwa perusahaan akan berkembang dimasa depan dengan investasi-invetasi yang dilakukan.

H₂: *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Keputusan investasi merupakan indikasi suatu perusahaan untuk memperoleh pendapat yang lebih dan laba tambahan sehingga apabila perusahaan akan melakukan investasi diharapkan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan (Tito dan Basuki 2014).

H₃: Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Corporate Social Responsibility dengan Nilai Perusahaan

Semakin tinggi profit yang dihasilkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan kepada para *stakeholder*-nya. Profit yang tinggi yang didapat oleh suatu perusahaan sejalan dengan banyaknya perusahaan melakukan pengungkapan CSR dan para *stakeholder* akan mendapatkan manfaat serta informasi yang cukup dari perusahaan tersebut membuat nilai perusahaan tersebut meningkat.

H₄: Profitabilitas mampu untuk memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan *Growth Opportunity* dengan Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki profit tinggi akan membuat kesempatan berkembang (*growth opportunity*) suatu perusahaan akan tinggi. Dampak dari tingginya kesempatan berkembang suatu perusahaan akan memicu para *stakeholder* untuk menanamkan modalnya pada perusahaan.

H₅: Profitabilitas mampu untuk memoderasi hubungan antara *Growth Opportunity* dengan Nilai Perusahaan

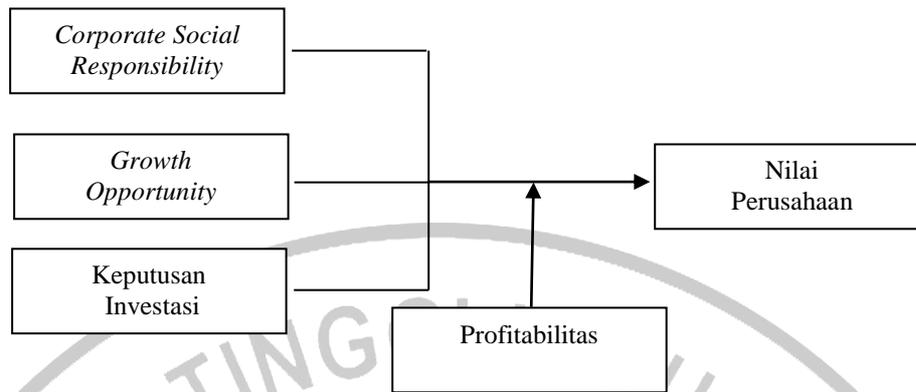
Pengaruh Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Dalam Hubungan Keputusan Investasi dengan Nilai Perusahaan

Keputusan investasi yang baik akan memberikan dampak peningkatan laba atau profit pada suatu perusahaan dan mengakibatkan pula meningkatnya nilai perusahaan. Oleh karena itu nilai perusahaan akan berimbas dengan peningkatan minat dari investor itu sendiri dan meningkatnya harga saham perusahaan tersebut.

H₆: Profitabilitas mampu untuk memoderasi hubungan antara Keputusan Investasi dengan Nilai Perusahaan

Berdasarkan uraian diatas, maka disusun kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang membagikan dividen di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Pada penelitian ini digunakan metode *sampling* jenuh dengan melihat daftar perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2016 serta perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit dan memiliki komponen yang diperlukan sebagai pengukuran variabel penelitian.

Data Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian arsip dimana penelitian yang berlandaskan pada sumber berupa arsip data. Arsip data dapat diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang dapat di peroleh dalam Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder umumnya berupa dokumen, bukti, catatan atau laporan historis yang disusun dalam arsip yang telah terpublikasi dan tidak dipublikasi. Dalam penelitian ini dokumen yang peneliti gunakan berupa laporan tahunan perusahaan.

Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini meliputi variabel dependen yaitu nilai perusahaan, variabel independen yaitu *corporate social responsibility*, *growth opportunity*, dan keputusan investasi, variabel moderasi yaitu profitabilitas.

Definisi Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari sebuah perusahaan tersebut sehingga jika saham perusahaan meningkat maka perusahaan mendapatkan pemasukan yang meningkat serta manajemen juga akan mendapatkan kepercayaan dari pihak pemilik perusahaan. Nilai Perusahaan di ukur dengan *price to book value* yang memberikan nilai yang di berikan oleh pasar keuangan terhadap perusahaan sebagai bentuk perusahaan tersebut telah tumbuh. PBV dapat dihitung dengan menggunakan rumus, yaitu :

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

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan mekanisme baru dari suatu perusahaan dengan secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap suatu lingkungan dan sosial perusahaan ke dalam interaksinya dan operasionalnya

dengan para stakeholder. Pengukuran CSR dapat dihitung dengan menggunakan rumus, yaitu :

$$CSR_j = \sum_{n=0}^{\infty} \frac{X_{ij}}{n_j}$$

Dengan keterangan sebagai berikut:

CSR_j = *Corporate Social Responsibility* Perusahaan j

X_{ij} = Indeks variabel, yaitu 1 = jika item perusahaan di ungkap, 0 = jika item perusahaan tidak di ungkap

N_j = Jumlah item untuk perusahaan, 91 item

Growth Opportunity

Growth opportunity merupakan faktor yang sangat penting karena untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, peluang pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai analisis tercapainya kemakmuran pemegang saham. *growth opportunity* diukur dengan menggunakan price earning ratio, dengan menggunakan rumus :

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$$

Keputusan Investasi

Salah satu strategi penting untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah sebuah keputusan investasi yang tepat. Semakin besar kesempatan investasi itu menjamin keuntungan perusahaan, maka investasi yang dilakukan akan semakin

besar.). Keputusan Investasi bisa di hitung melalui CAP/BVA (*Capital Expenditure to Book Value of Asset*). CAP/BVA dapat dihitung dengan menggunakan rumus, yaitu :

$$CAP/BVA = \frac{\text{Total Aset}^t - \text{Total Aset}^{(T-1)}}{\text{Total Aset}^{(T-1)}}$$

Profitabilitas

Kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat diukur menggunakan metode *Return On Assets* (ROA). ROA dapat digitung dengan menggunakan rumus, yaitu :

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu nilai perusahaan, *corporate social responsibility*, *growth opportunity*, keputusan investasi, dan profitabilitas. Tabel 1 berikut adalah hasil uji deskriptif:

Tabel 1
Hasil Analisis Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	87	-.1083	2.4026	.907108	.5597257
CSR	87	.0769	.8681	.287104	.1436785
<i>Growth Opportunity</i>	87	-85.6509	858.4719	29.106893	107.0419883
Keputusan Investasi	87	-.8958	9.7150	.161462	1.0856359
Profitabilitas	87	-1.2178	5.7832	.184069	.7800129

Sumber: Data diolah hasil uji SPSS 23

Berdasarkan pada Tabel 1 nilai minimum dari variabel nilai perusahaan sebesar -0,1083 dimiliki oleh PT. Bumi Borneo Lumbang Energy & Metal Tbk. pada tahun 2014. Nilai maksimum dari

variabel nilai perusahaan sebesar 2,4026 dimiliki oleh PT. SMR Utama Tbk. pada tahun 2014. Nilai rata-rata dari variabel nilai perusahaan adalah sebesar 0,907108 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,5597257. Perbandingan antara nilai

standar deviasi dengan nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa nilai standar deviasi berada dibawah nilai rata-rata. Hal ini berarti tingkat variasi data dari nilai perusahaan terbilang kecil atau homogen.

Nilai minimum dari variabel *corporate social responsibility* sebesar -0,0769 dimiliki oleh PT. Radiant Utama Interinsco Tbk. pada tahun 2015. Nilai maksimum dari variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,8681 dimiliki oleh PT. Aneka Tambang Tbk. pada tahun 2015 & 2016. Nilai rata-rata dari variabel *corporate social responsibility* adalah sebesar 0,287104 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,1436785. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa nilai standar deviasi berada dibawah nilai rata-rata. Hal ini berarti tingkat variasi data dari nilai perusahaan terbilang kecil atau homogen.

Nilai minimum dari variabel *growth opportunity* sebesar -85,6509 dimiliki oleh PT. SMR Utama Tbk. pada tahun 2014. Nilai maksimum dari variabel *growth opportunity* sebesar 858,4719 dimiliki oleh PT. Surya Esa Perkasa Tbk. pada tahun 2016. Nilai rata-rata dari variabel *growth opportunity* adalah sebesar 29,106893 dengan nilai standar deviasi sebesar 107,0419883. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa nilai standar

deviasi berada diatas nilai rata-rata. Hal ini berarti tingkat variasi data dari nilai perusahaan terbilang besar atau heterogen.

Nilai minimum dari variabel keputusan investasi sebesar -0,8958 dimiliki oleh PT. Mitrabara Adiperdana Tbk. pada tahun 2016. Nilai maksimum dari variabel keputusan investasi sebesar 9,7150 dimiliki oleh PT. SMR Utama Tbk. pada tahun 2014. Nilai rata-rata dari variabel keputusan investasi adalah sebesar 0,161462 dengan nilai standar deviasi sebesar 1,0856359. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa nilai standar deviasi berada diatas nilai rata-rata. Hal ini berarti tingkat variasi data dari nilai perusahaan terbilang besar atau heterogen.

Nilai minimum dari variabel profitabilitas sebesar -1,2178 dimiliki oleh PT. Perdana Karya Perkasa Tbk. pada tahun 2015. Nilai maksimum dari variabel profitabilitas sebesar 5,7832 dimiliki oleh PT. Citatah Tbk. pada tahun 2015. Nilai rata-rata dari variabel profitabilitas adalah sebesar 0,184069 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,7800129. Perbandingan antara nilai standar deviasi dengan nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa nilai standar deviasi berada diatas nilai rata-rata. Hal ini berarti tingkat variasi data dari nilai perusahaan terbilang besar atau heterogen.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
	Sesudah <i>Outlier</i>
N	87
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Sumber: Data diolah hasil uji SPSS 23

Hasil Analisis dan Pembahasan Uji Normalitas

Uji normalitas data ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil *output*

dari uji normalitas pada Tabel 2 dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai signifikan 0.200 (lebih besar dari 0.05). Hal ini berarti data yang digunakan berdistribusi normal.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Variabel Independen	Tolerance	VIF	Kesimpulan
CSR	.995	1.047	Tidak terjadi multikolinieritas
<i>Growth Opportunity</i>	.966	1.035	Tidak terjadi multikolinieritas
Keputusan Investasi	.988	1.012	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Data diolah hasil uji SPSS 22

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation* (VIF) dan *tolerance*. Nilai *tolerance* dari variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,995, *growth opportunity* sebesar 0,966, dan keputusan investasi sebesar 0,988.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* $\leq 0,10$. Selain itu, nilai VIF dari variabel *corporate social responsibility* sebesar 1,047, *growth opportunity* 1,035 dan keputusan investasi sebesar 1,012. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai $VIF \geq 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi tersebut.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.03898
Cases < Test Value	43
Cases \geq Test Value	44
Total Cases	87
Number of Runs	36
Z	-1.832
Asymp. Sig. (2-tailed)	.067

Sumber: Hasil uji SPSS 22

Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode *t* dengan kesalahan pengganggu pada periode *t-1* sebelumnya. Berdasarkan hasil *output* Tabel 4 dari uji autokorelasi dengan

menggunakan uji *run test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar sama dengan 0,05 yaitu sebesar 0,067. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar sama dengan 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual adalah acak dan tidak terdapat korelasi.

Tabel 5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a		
Model	Sig.	Kesimpulan
(Constant)	.000	
CSR	.671	Terbebas indikasi heteroskedastisitas
<i>Growth Opportunity</i>	.213	Terbebas indikasi heteroskedastisitas
Keputusan Investasi	.241	Terbebas indikasi heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah hasil uji SPSS 22

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Berdasarkan Tabel 5 hasil *output* dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi lebih besar sama dengan 0,05 yaitu sebesar 0,671 pada variabel *corporate social responsibility*, 0,213 pada variabel *growth opportunity* dan 0,241 pada variabel keputusan

investasi. Karena nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen lebih besar sama dengan 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi baik dan terbebas dari adanya indikasi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility*, *growth opportunity*, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Selain itu uji ini dapat menunjukkan arah variabel dependen dengan variabel independen

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.800	.133		6.040	.000
CSR	.391	.417	.100	.937	.351
<i>Growth Opportunity</i>	-.001	.001	-.174	-1.632	.106
Keputusan Investasi	.131	.054	.254	2.410	.018
R ²					0,092
<i>Std. Error of the Estimate</i>					0,5428493
F Hitung					2,810
Sig. F					0,044

Sumber: Data diolah hasil Uji SPSS 22

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$NP = 0,800 + 0,391(CSR) - 0,001(GO) + 0,131(KI) + e$$

Keterangan:

1. Konstanta sebesar 0,800 artinya pengaruh terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai positif untuk peningkatan variabel independennya yaitu *corporate social responsibility*, *growth opportunity* dan keputusan investasi.
2. Koefisien variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,391. Koefisien tersebut berarti jika CSR sebesar satuan, maka akan mengakibatkan nilai perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,391 dengan asumsi variabel independen lain dalam keadaan konstan.

3. Koefisien *growth opportunity* sebesar -0,001. Koefisien tersebut berarti jika *growth opportunity* sebesar satuan, maka akan mengakibatkan nilai perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar -0,001 dengan asumsi variabel independen lain dalam keadaan konstan.

4. Koefisien keputusan investasi sebesar 0,131. Koefisien tersebut berarti jika keputusan investasi sebesar satuan, maka akan mengakibatkan nilai perusahaan mengalami kenaikan atau penurunan sebesar 0,131 dengan asumsi variabel independen lain dalam keadaan konstan.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji Moderated Regression Analysis (MRA) di dalam pengujian ini digunakan

untuk mengetahui apakah profitabilitas yang menjadi variabel moderasi dapat memoderasi hubungan CSR, *growth opportunity*, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil dari pengujian MRA menunjukkan bahwa variabel CSR*ROA memiliki signifikansi sebesar $0.326 > 0.05$ yang berarti bahwa ROA bukan merupakan variabel moderasi antar hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil dari pengujian MRA menunjukkan bahwa variabel GROWTH*ROA memiliki signifikansi sebesar $0.461 > 0.05$ yang berarti bahwa ROA bukan merupakan variabel moderasi antar hubungan *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil dari pengujian MRA menunjukkan bahwa variabel K.I*ROA memiliki signifikansi sebesar $0.031 < 0.05$ yang berarti bahwa ROA merupakan variabel moderasi antar hubungan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel *cost* nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 6, hasil *output* menunjukkan $R^2 = 9,2\%$ artinya CSR, *growth opportunity*, dan keputusan investasi secara simultan dapat menjelaskan Nilai Perusahaan sebesar 9,2% sedangkan 90,2% dijelaskan dengan variabel lain diluar dari penelitian ini.

Uji Statistik F

Pengujian model ini digunakan untuk mengetahui CSR, *growth opportunity*, dan keputusan investasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 6, hasil uji F menunjukkan bahwa sig. Level sebesar 0,44, yang berarti dapat diketahui nilai sig. Level lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat dinyatakan H_0 ditolak atau koefisien regresi signifikan bahwa CSR, *growth opportunity*, dan keputusan investasi

secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Statistik t

1. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai t hitung sebesar 0.937 dengan tingkat signifikansi 0.351. Ini menunjukkan tingkat signifikansi *corporate social responsibility* lebih dari 0.05 yang berarti bahwa H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel *growth opportunity* memiliki nilai t hitung sebesar -1.632 dengan tingkat signifikansi 0.106. Ini menunjukkan tingkat signifikansi *corporate social responsibility* lebih dari 0.05 yang berarti bahwa H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan variabel *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai t hitung sebesar 2.410 dengan tingkat signifikansi 0.018. Ini menunjukkan tingkat signifikansi keputusan investasi kurang dari 0.05 yang berarti bahwa H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan variabel keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *corporate social responsibility*, *growth opportunity*, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Pengujian dalam penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI 2014-2016 dengan total keseluruhan sampel sebanyak 87 data. Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebesar 9,2% variasi tentang nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen *corporate social responsibility*, *growth opportunity*,

dan keputusan investasi, sedangkan sisanya sebesar 90,8% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan manfaat kepada lingkungan sekitarnya, dengan strategi perusahaan yang mengungkapkan CSR secara sukarela, perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari lingkungan sekitar ataupun para stakeholder-nya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyu dan Wardoyo (2014), yang menyatakan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan teori stakeholder yang menyatakan perusahaan tidak hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, namun perusahaan juga harus memberikan manfaat kepada para stakeholder-nya. Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosiana dan Maswar (2016), terkait pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan menyatakan bahwa *growth opportunity* mempengaruhi nilai perusahaan dimana penelitian tersebut mengukur *growth opportunity* dengan PER.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa keputusan investasi berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori keagenan dimana dengan adanya interaksi maka pemilik perusahaan memberikan wewenang kepada para manajemen perusahaan untuk mengatur operasional perusahaan dan memberi keputusan terhadap perusahaan tersebut. Hasil ini sejalan dengan penelitian dilakukan Umi dkk. (2015) dan Wahyu dan Wardoyo (2014), bahwa keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel profitabilitas bukan merupakan variabel yang memoderasi hubungan *corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan.

Pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel bukan merupakan variabel yang memoderasi hubungan *growth opportunity* dengan nilai perusahaan.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa variabel profitabilitas merupakan variabel yang memoderasi hubungan keputusan investasi dengan nilai perusahaan.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis pengujian dengan menggunakan SPSS 22.0, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Variabel *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.
5. Variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *growth opportunity* dengan nilai perusahaan.
6. Variabel profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara keputusan investasi dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini masih ditemukan beberapa keterbatasan, maka diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan lebih memperkuat hasil penelitian ini sebagai perbaikan atas penelitian yang telah dilakukan saat ini. Keterbatasan yang timbul setelah melakukan penelitian ini adalah:

1. Pengukuran CSR didasarkan pada asumsi peneliti sehingga menimbulkan perbedaan hasil pengukuran antara peneliti satu dengan yang lain. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model regresi tidak fit.
2. Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam penelitian ini masih kecil yaitu 9,2%. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain diluar model regresi pada penelitian ini yang dapat menjelaskan variabel independen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dan keterbatasan yang terdapat pada penelitian ini, maka saran bagi penelitian yang selanjutnya adalah:

1. Mengukur pengungkapan CSR dengan mengkaji lebih dalam dan sebaik-sebaiknya.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menambah variabel-variabel indepen

diluar variabel independen penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggraini, Retno, 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Simposium Nasional Akt IX, Padang.
- Dyah Putri Pratiwi dan Lailatul Amanah. 2017. "Pengaruh Growth Opportunity, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol 6, No 2.
- Hasnawati, Sri. 2005 "Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan, dan Dividen terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta". Usahawan. No. 09, September 2005 : 33-41.
- Igan B.D.P dan Made G.W. 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
- Indri Suryani dan Astri Fitria. 2014. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating". Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 3, No. 10.
- Jehnsen, C, M dan Meckling , H, W. 1976. "Theory of the Firm: Managerial Behavior Agency Cost and Ownership Structure". Journal of Financial Economics 3 halaman 308.
- Permanasari, Wien Ika. 2010. *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.*

Fakultas Ekonomi Universitas
Diponegoro.
Setyoko Budi. 2017. Pengaruh
Profitabilitas, Kebijakan Hutang,
Kepemilikan Manajerial, dan
Ukuran Perusahaan Terhadap
Nilai Perusahaan. Universitas
Muhammadiyah Surakarta.
Tito G dan P. Basuki .H. 2014. “Pengaruh
Keputusan Investasi dan

Keputusan Pendanaan terhadap
Nilai Perusahaan dengan
Corporate Governance Sebagai
Variable moderasi”. Diponegor
Journal Of Accounting Vol 3 No
2. Halaman 1.

Undang-Undang No.40 Tahun 2007,
Tentang Perseroan Terbatas.
www.market.bisnis.com

