

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Restu Funawati
restu.fona@gmail.com
Kurnia

Sekolah Tinggi ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research is aimed to examine the influence of profitability to the firm value with the CSR as the moderating variable. The population in this research is 43 mining companies which are listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2014-2016 periods. The sample collection technique has been carried out by using purposive sampling method and it has generated 48 samples during 2014-2016 periods. The data is the secondary data which has been obtained by using documentation technique which consists of the 2014-2016 annual report of the mining companies. The data analysis method in this research is the multiple linear regressions analysis and the 23rd version SPSS for windows. The result of the research shows that profitability gives influence to the firm value, the CSR gives positive influence to the firm value, the CSR disclosure does not moderate the correlation between profitability and firm value.

Keywords: Profitability, firm value, Corporate Social Responsibility disclosure

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2014-2016 yang berjumlah 43 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang menghasilkan 48 sampel selama tahun 2014-2016. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diambil melalui teknik dokumentasi yang terdiri dari *annual report* perusahaan pertambangan tahun 2014-2016. Metode analisis data penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 23.0 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Pengungkapan CSR tidak memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan .

Kata Kunci: profitabilitas , nilai perusahaan, pengungkapan Corporate Sosial Responsibility

PENDAHULUAN

Dewasa ini topik mengenai *Corporate social responsibility* yang kemudian disingkat CSR telah banyak di bahas. Perusahaan juga semakin banyak yang menyatakan bahwa mereka telah melaksanakan tanggung jawab sosialnya terhadap lingkungan disekitar. CSR merupakan keterbukaan aktivitas perusahaan yang berkaitan dengan kegiatan sosial yang diharapkan juga untuk memberikan informasi mengenai dampak langsung maupun tidak langsung yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan terutama yang berkaitan dengan lingkungan hidup dan masalah sosial. *Corporate social responsibility* (CSR) adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan, seperti pendapat Sari (2012) yang menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi sampai pada kemasyarakatan.

Beberapa tahun terakhir banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan *Corporate social responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Pada tahun 2012 Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 diterbitkan mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Sejak diterapkannya undang-undang adanya peraturan yang mengatur CSR, maka CSR tidak lagi bersifat sukarela tapi sudah menjadi suatu kewajiban perusahaan untuk melaporkan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan dalam laporan tahunan. Penelitian mengenai CSR ini telah banyak dilakukan yang berkaitan dengan nilai perusahaan maupun kinerja keuangan perusahaan. Secara konseptual CSR merupakan suatu kepedulian perusahaan yang didasari pada tiga prinsip dasar yang dikenal dengan istilah *triple bottom line* yang terdiri dari *profit*, *people*, dan *planet* (Rustiarini, 2010). Tiga prinsip tersebut memiliki arti yaitu tujuan dari bisnis tidak hanya semata-mata mencari laba (*profit*), tetapi juga turut menyejahterakan masyarakat (*people*) dan menjamin kelangsungan hidup (*planet*).

Di negara berkembang dalam hal pemanfaatan sumber daya alam masih bergantung pada sektor pertanian, pertambangan atau perikanan. Dalam sektor pertanian masyarakat Indonesia sebagian besar bercocok tanam padi, karena padi merupakan salah satu makanan pokok rakyat Indonesia. Pertambangan yang merupakan sektor yang memanfaatkan sumber daya alam tidak terbarukan dalam proses produksi. Sebagai alat penunjang pembangunan, pertambangan memiliki kontribusi besar dalam merusak ekosistem alam, tentu masyarakat kecil daerah sekitar pertambangan yang dirugikan oleh bencana tersebut, seperti bencana banjir, tanah longsor, bahkan bencana permanen seperti kasus Lumpur Lapindo yang merusak kehidupan warga Sidoarjo sejak tahun 2006. Perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial (kegiatan CSR) sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan (Zuhro dan Sukmawati, 2008:78). Epstein dan Freedman (2007:109) menemukan bahwa *stakeholders* tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga manajemen perusahaan tidak hanya dituntut terbatas atas pengelolaan dana yang diberikan, namun juga meliputi dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan terhadap lingkungan alam dan sosial.

Kinerja keuangan merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan yang dapat diartikan sebagai hasil pencapaian atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Istilah kinerja kerap dihubungkan dengan kondisi keuangan perusahaan. Dijelaskan bahwa kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Fahmi, 2012:2). Menurut Sukhemi (2007:23) kinerja dapat diartikan sebagai prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut. Kinerja merupakan gambaran prestasi yang dicapai perusahaan dalam kegiatan operasionalnya baik menyangkut aspek keuangan, aspek pemasaran, aspek penghimpunan dana dan penyaluran dana, aspek teknologi, maupun aspek sumber daya manusianya (Jumingan, 2006:239).

Kinerja keuangan dapat dilihat melalui analisis rasio-rasio kinerja keuangan meliputi rasio profitabilitas, rasio likuiditas, rasio pasar, rasio aktivitas dan rasio *leverage* merupakan gambaran dari pencapaian keberhasilan perusahaan yang dapat diartikan sebagai hasil pencapaian atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini kinerja keuangan diproksikan dengan menggunakan rasio profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba melalui sumber yang ada, penjualan, kas, aset, modal (Harahap, 2004:219). Rasio Profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu (Wahidahwati, 2002).

Nilai perusahaan merupakan indikator penting bagi investor untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahudin, 2008). Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap asset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar seandainya perusahaan tersebut dijual. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan menguji pengaruh moderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

TINJAUAN TEORETIS

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) mengatakan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah kontrak antara manager (*agent*) dengan investor (pemilik). Konflik kepentingan antara pemilik dan agen terjadi karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan pemilik sehingga memicu biaya keagenan (*agency cost*). *Agency Theory* merupakan konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual antara *principals* dan *agents*. Prinsip utama teori ini menyatakan adanya hubungan kerja antara pihak pemberi wewenang (*principal*) yaitu investor dengan pihak yang menerima wewenang (*agensi*) yaitu manajer. Dalam hal ini *principal* adalah pemilik atau pemegang saham, sedangkan yang dimaksud dengan *agent* adalah manajemen yang mengelola perusahaan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Fahmi (2012:21), *signalling theory* adalah teori yang membahas tentang naik turunnya harga di pasar sehingga memberi pengaruh terhadap keputusan investor. Tanggapan investor terhadap sinyal positif maupun negatif sangat mempengaruhi kondisi pasar dan akan bereaksi dengan berbagai cara menanggapi sinyal tersebut. Laporan keuangan suatu perusahaan harus disajikan secara wajar dan relevan, karena laporan tersebut merupakan cerminan suatu perusahaan tersebut yang dijadikan bahan pertimbangan para investor dalam pengambilan keputusan. Apabila dari informasi yang diterbitkan oleh perusahaan tersebut mempunyai pengaruh reaksi pasar yang besar maka perusahaan tersebut memberikan sinyal positif. Sedangkan apabila reaksi pasarnya tidak berpengaruh maka perusahaan tersebut dapat dikatakan bahwa memberikan sinyal yang negatif.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Menurut Hadi (2011:87), Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal tersebut, dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Hal ini menuntut perusahaan untuk *responsive* terhadap lingkungan di mana mereka beroperasi. Pengungkapan perusahaan melalui laporan keuangan tahunan merupakan usaha perusahaan untuk mengkomunikasikan aktivitas sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sehingga kelangsungan hidup perusahaan terjamin.

Profitabilitas

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah Peneliti menggunakan rasio profitabilitas karena fokus utama penilaian prestasi perusahaan adalah kemampuan dalam menghasilkan laba, apabila tingkat profitabilitas yang baik maka *stakeholder* yang terdiri kreditor, *supplier* dan juga investor akan melihat sejauh mana perusahaan menghasilkan laba yang merupakan elemen dalam meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan menciptakan sinyal positif bagi investor dan mempunyai peran penting dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan jangka panjang agar terjamin dan prospek dimasa yang akan datang.

Nilai Perusahaan

Tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan atau adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap asset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar seandainya perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Gultom dan Syarif, 2008).

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan dan Pudjiastuti, 2004: 6). Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham (Nurlela dan Islahudin, 2008). Kasmir (2015:6) menyatakan bahwa tujuan manajer keuangan dalam hal memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Bringham dan Gapensi, 2006 dalam Hermuningsih, 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council on Sustainable Development* (WBCSD) dalam Sari (2012) menyatakan bahwa CSR adalah suatu komitmen dari perusahaan untuk melaksanakan etika berperilaku (*behavioural ethics*) dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (*sustainable economic development*). Menurut Agustine (2014) CSR merupakan suatu pengembangan konsep yang dikemukakan oleh John Elkington pada tahun 1997. Yaitu "*The Triple Bottom Line*". Dalam konsep tersebut dinyatakan bahwa agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungannya, maka perlu memperhatikan 3P, yaitu *profit, people, planet*. Menurut Friedman dalam Solihin (2011:6) tanggung jawab sosial perusahaan adalah menjalankan bisnis sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owner*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility

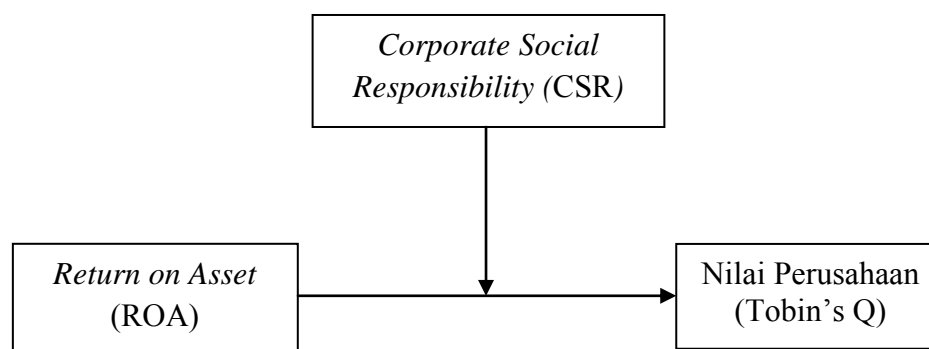
Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menjadi periode baru pelaksanaan CSR di Indonesia. Keempat ayat dalam pasal 74 menyatakan bahwa: Perseroan yang menjalankan usahanya dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Jika tidak melaksanakan

kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Perseroan terbatas juga diwajibkan untuk mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan. Dengan ketentuan tersebut, maka perusahaan tidak hanya wajib melaksanakan program CSR tetapi juga mempunyai kewajiban untuk melaporkan dan mengungkapkan program CSR yang telah dilaksanakan kepada seluruh *stakeholder* (Sasongko *et al.*, 2011). Pasal 66 ayat 2C UU 40 Tahun 2007 berbunyi Perseroan Terbatas wajib melaporkan pelaksanaan CSR dalam laporan tahunan (Agustine, 2014).

Untuk mengukur pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam penelitian ini mengacu pada indikator yang digunakan oleh Sembiring (2005) dengan melakukan *checklist* berdasarkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan dan keselamatan kerja, lain-lain tenaga kerja, produk keterlibatan masyarakat dan umum. Kriteria ini diadopsi dari penelitian Hackston dan Milne (1996), dimana terdapat 90 item pengungkapan namun menurut peraturan BAPEPAM No VIII.G.2 hanya 78 item pengungkapan yang sesuai dengan kondisi di Indonesia.

Rerangka Pemikiran

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan kinerja keuangan serta dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena berkelanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Perusahaan akan memperoleh legitimasi sosial dan memaksimalkan kekuatan keuangannya dalam jangka panjang melalui penerapan CSR (Kiroyan, 2006 dalam Yuniasih dan Wirakusuma, 2007). Oleh sebab itu, dengan adanya kinerja keuangan dan praktik *Corporate Social Responsibility* CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Putri dan Suwitho, 2015).



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Perumusan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan. *Return on Assets* (ROA) menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan. ROA digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan jumlah asset yang dimiliki (Susilowati dan Turyanto, 2011).

Banyak penelitian yang dilakukan mengenai kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan yaitu Purwaningsih dan Wirajaya (2014) yang menyatakan bahwa ROA yang merupakan proksi dari kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Putri dan Suwitho (2015) menyatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, hal ini sejalan dengan *signaling theory* dimana perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya dengan mengirimkan sinyal melalui laporan tahunan. Servaes dan Tamayo (2013) menyatakan bahwa CSR dan nilai perusahaan berhubungan positif untuk perusahaan dengan kesadaran pelanggan yang tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh belanja iklan. Rosiana *et al.* (2013) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diproksi dengan Tobin's Q. Selain itu penelitian Juniarti dan Hudoyo (2015) menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan rasio Tobin's Q.

Perusahaan akan mengungkapkan informasi jika dapat meningkatkan nilai perusahaan seperti suatu informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dalam pelaporan perusahaan akan berpengaruh positif terhadap kinerja dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil-hasil kajian empiris tersebut, maka hipotesis yang ke dua dapat dikemukakan adalah: H₂ : *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Pemoderasi antara hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui harga saham yang mencerminkan suatu nilai perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka muncul keraguan dari investor sehingga akan direspon negatif melalui penurunan harga saham. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan akibat aktivitas operasional perusahaan, oleh sebab itu CSR berperan meningkatkan nilai perusahaan.

Dari beberapa penelitian diatas, terdapat beberapa penelitian yang menyatakan hasil sebaliknya. Hermawan dan Nurul (2014) menyatakan bahwa variabel kinerja keuangan (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain hasil yang berbeda penelitian Putra (2014) yang menyatakan bahwa *debt to equity ratio* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, ini mengindikasikan semakin tinggi atau rendahnya hutang yang dimiliki sebuah perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan, karena dalam pasar Indonesia pergerakan harga saham dan penciptaan nilai tambah perusahaan disebabkan faktor psikologis pasar.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut diatas yang tidak konsisten, maka diduga ada variabel lain yang mempengaruhi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* yang sekarang menjadi *mandatory* dalam lingkungan bisnis terutama perusahaan dengan aktivitas terkait dengan sumber daya alam diduga mampu menjadi *pemoderating* antara kinerja keuangan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan uraian diatas, maka hipotesis ketiga yang dapat dirumuskan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (obyek)

Tujuan dari penelitian ini adalah sesuai dengan hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini menguji pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan dengan menambahkan satu variabel pemoderasi (CSR) yang diduga dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Adapun data yang digunakan adalah data sekunder yang diambil dari laporan tahunan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2014-2016.

Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan dalam sektor pertambangan (*mining*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*.

Jenis Data

Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016. Perusahaan sektor pertambangan yang menyajikan laporan tahunan yang dipublikasikan berturut-turut selama tiga tahun peneliti. Perusahaan sektor pertambangan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* berturut-turut selama tiga tahun penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan teknik dokumentasi yaitu data penelitian yang berupa laporan-laporan. Dengan mengumpulkan dan memanfaatkan data laporan tahunan perusahaan *mining* tahun 2014-2016. Data tersebut didapat dari situs yaitu www.idx.co.id

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan dua variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Tobins'Q* sedangkan variabel independennya *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas yang di proksikan dengan *return on assets* (ROA).

Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi keberadaan variabel dependen, yaitu kinerja perusahaan dalam hal ini profitabilitas indikator yang digunakan adalah *return on asset* (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada. Dimana dalam hal ini variabel independen () adalah profitabilitas. Menurut Hanafi dan Halim (2003: 27) ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang keberadaannya dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diproksikan dengan (*Tobin's Q*) dan salah satu alternatif

yang digunakan menilai nilai perusahaan adalah Tobin's Q. Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar asset yang lebih besar daripada nilai bukunya. Apabila nilai Q lebih kecil dari 1, berarti investasi dalam aktiva tidak menarik menurut Herawaty (2008) dalam Rosiana *et al.* (2013). Variabel ini digunakan oleh Yuniasih dan Wirakusuma (2007) perhitungan rasio Tobin's Q sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\{(CP \times \text{Jumlah Saham}) + TL + I\} - CA}{TA}$$

Variabel Pemoderasi

Variabel moderating adalah variabel independen yang akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen lainnya terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016:213). Variabel moderasi diukur dengan megacu pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merujuk pada standar yang dikembangkan oleh Sembiring (2005) dengan melakukan *checklist* berdasarkan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) jumlah item pengungkapan CSRI adalah 78 item pengungkapan terdiri dari 13 item lingkungan, 7 item energi, 8 item kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, 29 item lain-lain tenaga kerja, 10 item produk, 9 item keterlibatan masyarakat, 2 item umum. Perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrumen penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut Rumus perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) digunakan oleh Purwaningsih dan Wirajaya (2014), Rosiana *et al.* (2013) dan Rustiarini (2010).

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan perusahaan}}{\text{jumlah yang seharusnya diungkapkan (78 item)}}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Pengujian statistik deskriptif merupakan pengujian pertama yang dilakukan bertujuan untuk menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Sehingga dapat memberikan penjelasan atau gambaran mengenai kondisi perusahaan selama periode pengamatan. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu profitabilitas yang skala pengukuran menggunakan ROA, nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* (CSR).

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah pengujian dalam statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi berganda dengan tujuan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada dalam permodelan data penelitian. persyaratan yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda yang berbasis *Ordinary Least Square* (OLS). Tujuan dari asumsi klasik adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal, kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik. Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya (Ghozali, 2016:154).

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Selanjutnya dijelaskan bahwa deteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari besaran *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance*, dengan ketentuan sebagai berikut: Jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan $VIF > 10$, terjadi multikolinearitas, Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ dan $VIF < 10$, tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2016:134) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *crosssection* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran (kecil, sedang dan besar). Dasar analisis : Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2016:107) uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Ada beberapa cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi, salah satunya adalah uji Durbin-Watson (DW test). Uji Durbin Watson hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan mensyaratkan adanya *intercept* (konstanta) dalam model regresi dan tidak ada variabel *lag* di antara variabel independen. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi:

Pengujian Hipotesis

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Ghozali, 2016). Menurut Ghozali (2016:95) Ketepatan fungsi

regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 atau uji determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi, atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien *determinasi* adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel independen (Ghozali, 2006).

Uji F (Uji Kelayakan Model)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara kelayakan model atau bersama-sama antar variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F dilakukan dengan melihat nilai signifikansi F pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak, yang berarti model regresi tidak *fit*. Jika nilai signifikan lebih kecil dari α maka hipotesis diterima, yang berarti bahwa model regresi *fit*.

Uji T (Uji Signifikan Parameter Individual)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016:97). Uji t dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada *output* hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Hasil Penelitian

Analisis deskriptif memberi informasi mengenai deskripsi dari variabel yang digunakan dalam penelitian. Informasi tersebut disajikan dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai *mean*, dan nilai standar deviasi dari masing-masing variabel penelitian. Data penelitian ini didasarkan pada laporan tahunan (*annual report*) yang terdiri atas laporan laba rugi, neraca dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) setiap perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas menggunakan proksi *return on assets* (ROA) merupakan variabel independen, sedangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan menggunakan rasio Tobins Q dan variabel moderasi yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Tabel 1
Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	48	0.02	31.75	6.8185	6.67417
TobinsQ	48	0.05	7.62	0.9662	1.16325
CSR	48	0.38	0.85	0.6106	0.10420
Valid N (listwise)	48				

Sumber: Data sekunder diolah

Profitabilitas pada penelitian ini diukur menggunakan *return on asset* (ROA) merupakan presentase antara laba bersih setelah pajak dibagi dengan asset perusahaan. Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa *return on asset* (ROA) perusahaan pertambangan tahun 2014-2016 nilai *return on asset* (ROA) rata-rata sebesar 6.8185, variabel ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk memperoleh laba dalam rangka untuk meningkatkan nilai *shareholder* (pemegang saham), dengan nilai *return on asset* (ROA) tertinggi PT. Mitrabara Adiperdana sebesar 31.75 pada tahun 2016 dan nilai terendah PT. Surya Esa Perkasa sebesar 0.02 pada tahun 2016, sedangkan standart deviasi sebesar 6.67417 digunakan untuk menunjukkan rentang atau jarak antara data satu dengan data lainnya. Profitabilitas ini sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, semakin tinggi laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan maka semakin bagus perusahaan dalam berkinerja dan memiliki tingkat pengembalian dana yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah.

Nilai perusahaan yang diukur dengan rasio Tobin's Q menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini mengenai hasil pengembalian dari setiap rupiah yang diinvestasikan. Berdasarkan tabel 1 nilai perusahaan pertambangan tahun 2014-2016 nilai perusahaan rata-rata sebesar 0.9662, nilai perusahaan tertinggi PT. PT. Samindo Resources sebesar 7.62 pada tahun 2016 dan nilai terendah PT. Citatah 0.05 pada tahun 2016, sedangkan standar deviasi sebesar 1.16325 digunakan untuk menunjukkan rentang atau jarak antara data satu dengan data lainnya. Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik

Pengungkapan CSR yang diukur menggunakan penjumlahan setiap item dari keseluruhan skor perusahaan dibagi dengan total item pengungkapan. Berdasarkan tabel 1 pengungkapan CSR pertambangan tahun 2014-2016 rata-rata sebesar 0.6106, pengungkapan tertinggi PT. Tora Bara Sejahtera 0.85 pada tahun 2015 dan nilai terendah PT. Ratu Prabu Energi 0.38 pada tahun 2016, sedangkan standar deviasi sebesar 0.10420 digunakan untuk menunjukkan rentang atau jarak antara data satu dengan data lainnya. Nilai CSR cerminan dari program-program yang dilakukan perusahaan berhubungan dengan kegiatan CSR.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum menguji hipotesis, penggunaan model regresi perlu memperhatikan adanya kemungkinan penyimpangan asumsi klasik, karena pada hakikatnya jika asumsi dalam uji diagnostik ini tidak dapat dipenuhi, maka variabel-variabel yang menjelaskan akan menjadi tidak efisien. Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis telah memenuhi syarat keempat uji asumsi klasik atau tidak.

Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*, dengan kriteria jika nilai probabilitas > 0.05 , maka data tersebut berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas dengan alat bantu *computer* yang menggunakan SPSS (*Statistic Program for Social Science*) 23.0 for Windows, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
	-.0406961 <i>Mean</i>	0.000000
	.41236191 <i>Std. Deviation</i>	0.97849211
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	0.174
	<i>Positive</i>	0.174
	<i>Negative</i>	-0.132
<i>Test Statistic</i>		0.174
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0.001 ^{c,d}

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

Sumber: Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sig (2-tailed)* sebesar $0.001 < 0.05$. Hal ini berarti bahwa data residual terdistribusi tidak normal sehingga harus dilakukan *outlier* data pada program spss untuk menghasilkan residual data yang terdistribusi normal. Berdasarkan pengolahan data menggunakan program spss diperoleh hasil pada proses *outlier* data harus menghapus 7 perusahaan yang memiliki nilai zscore diatas 3 dan dibawah -3 sehingga mengurangi jumlah perusahaan sampel dari 48 perusahaan menjadi 41 perusahaan dan residual data menjadi terdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas setelah proses *outlier* data.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

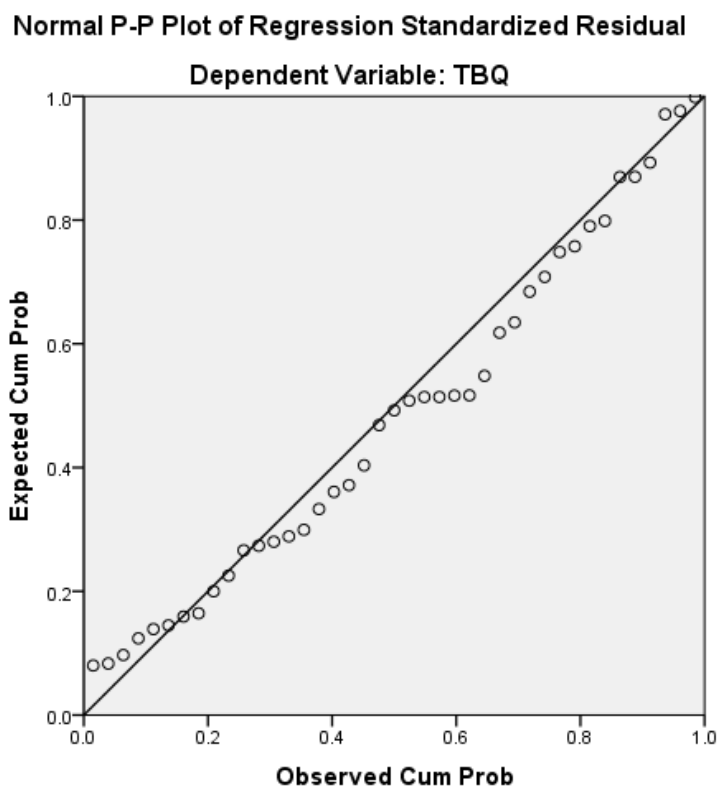
		Unstandardized Residual
N		41
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	0.96369835
	<i>Std. Deviation</i>	0.41236191
	<i>Absolute</i>	0.104
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Positive</i>	0.104
	<i>Negative</i>	-0.079
	<i>Test Statistic</i>	0.104
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0.200 ^{c,d}

a. *Test distribution is Normal.*

b. *Calculated from data.*

Sumber: Data sekunder diolah

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat diketahui bahwa besarnya nilai *Asymp sign (2-tailed)* sebesar $0.200 > 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual normal asumsi regresi terpenuhi, yang kemudian diperkuat dengan menambahkan *normal probability plot*, pada gambar 3, sebagai berikut:



Sumber: Data sekunder diolah

Gambar 1

Hasil Uji Heteroskedastisitas *Normal Probability Plot*

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2016:103).

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
ROA	0.727	1.376	Bebas Multikolinearitas
CSR	0.727	1.376	Bebas Multikolinearitas

a. *Dependent Variable:* TobinsQ

Sumber: Data sekunder diolah

Berdasarkan pada tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* masing-masing variabel > 0.01 dan nilai VIF (*variance inflation factor*) < 10 . Dengan demikian dalam model ini tidak terjadi masalah multikolinearitas. Maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel, sehingga dapat disimpulkan model penelitian bebas gangguan multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah adanya korelasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan data runtut waktu atau *time series*. Konsekuensi adanya autokorelasi dalam suatu model regresi adalah varian sampel tidak dapat menggambarkan varian populasinya.

Akibat lebih jauh, model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan mengestimasi nilai variabel dependen pada nilai variabel independen tertentu.

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b	
Model	Durbin-Watson
1	1.966

a. Predictors: (Constant), CSR, ROA

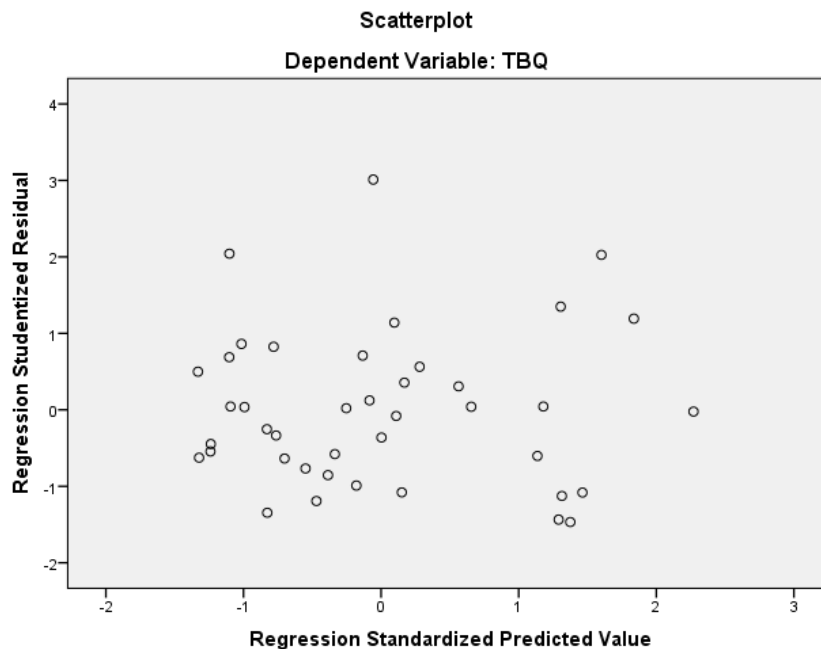
b. Dependent Variable: TobinsQ

Sumber: Data sekunder diolah

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson dari penelitian ini adalah 1,966, karena nilai Durbin Watson terletak antara batas atas atau *upper bound* (-2) dan (+2), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi dan model regresi tersebut dapat digunakan untuk pengambilan keputusan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual (kesamaan pengganggu) satu pengamatan ke pengamatan lain. Dalam penelitian ini deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y Prediksi - Y sesungguhnya)



Sumber: Data sekunder diolah

Gambar 2
Grafik Pengujian Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 grafik *scatterplot* di atas, diketahui titik menyebar secara acak baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y. Jadi, tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Persamaan Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebas profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan program *SPSS for windows 23.0* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	Koefisien Regresi		Sig.
Konstanta	0,40	0,76	0.940
ROA	0.31	2.292	0,028
CSR	0,860	0,941	0.353

a. Dependent Variable: TobinsQ
Sumber: Data sekunder diolah

Dari hasil pengolahan data menunjukkan persamaan regresi linear berganda yang menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dari data tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$\text{Tobins Q} = 0,40 + 0.31 \text{ ROA} + 0,860 \text{ CSR} + e$$

Dengan persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai konstanta (α) adalah sebesar 0,40, artinya jika semua variabel dependent (ROA dan CSR = 0), maka pertumbuhan nilai perusahaan pertambahan sebesar 0,40. Nilai koefisien regresi ROA adalah sebesar 0.31, menunjukkan arah hubungan yang positif (searah), hasil ini menunjukkan bahwa jika ROA meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi CSR adalah sebesar 0,860, menunjukkan arah hubungan yang positif (searah), hasil ini menunjukkan bahwa jika CSR meningkat maka akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.

Analisis Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien korelasi dan determinasi persamaan regresi linear berganda dalam penelitian dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7
Koefisien korelasi dan koefisien determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.483 ^a	0.233	0.193	0.41767

a. Predictors: (Constant), CSR, ROA

b. Dependent Variable: TobinsQ

Sumber: Data sekunder diolah

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel independen yaitu profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan, besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0,483 atau 48,3 %. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel profitabilitas dan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dengan variabel nilai perusahaan adalah cukup erat atau cukup kuat. Nilai koefisien determinasi atau R^2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel dependen (nilai perusahaan) yaitu 0.233. Hal ini berarti sebesar 23,3 % nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan sisanya 76.7 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

Uji Kelayakan Model (Uji Statistik F)

Hasil pengujian kelayakan model regresi dilakukan dengan uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil pengujian selengkapnya disajikan dalam tabel 8 berikut:

Tabel 8
Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2.015	2	1.008		
Residual				5.776	.006 ^b
Total	6.629	38	0.174		
	8.644	40	-		

a. Dependent Variable: TobinsQ

b. Predictors: (Constant), CSR, ROA

Sumber: Data sekunder diolah

Statistik Uji:

$F_{hitung} = 5.776$; nilai signifikan = 0.000

Dari hasil output diatas diperoleh nilai $F_{hitung} = 5.776$ dengan signifikan 0.000 dengan $\alpha < 0,05$, maka ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas terdiri dari profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki model regresi dianggap layak.

Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak (Ghozali, 2016). Adapun perumusan hipotesis dalam pengujian ini adalah sebagai berikut: H_0 = artinya, variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat $\alpha = 0,05$, Hasil pengujian uji t dari masing-masing variabel bebas profitabilitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Perhitungan Uji t

Model	Koefisien Regresi		Sig.
Konstanta	0.40	0.76	0.940
ROA	0.31	2.292	0.028
CSR	0.860	0,941	0.353

a. Dependent Variable: TobinsQ

Sumber: Data sekunder diolah

Uji parsial pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan berdasarkan tabel 9 besarnya nilai t_{hitung} variabel independen profitabilitas adalah 2.292, dengan nilai signifikan t sebesar 0.028, berarti nilai signifikansi $t < 0,05$ (berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$).

Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga variabel independen profitabilitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Uji parsial pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan berdasarkan table 9 besarnya nilai t_{hitung} variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah 0,941, dengan nilai signifikan t sebesar 0.353, berarti nilai signifikansi $t < 0,05$ (berada lebih kecil dari $\alpha = 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima sehingga variabel independen *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan.

Persamaan Uji Residual

Kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Tabel 10
Hasil Uji Residual Profitabilitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t_{hitung}	
1 Konstanta	0.142	0.073		1.933	0.061
TobinsQ	0.218	0.081	0.395	2.684	0.011

a. Dependent Variable: AbsRes_1

Sumber: Data sekunder diolah

Dari data tabel di atas persamaan regresi yang didapat adalah:

$$\text{AbsRes}_1 = 0.142 - 0.218 \text{ TobinsQ}$$

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji residual pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan berdasarkan tabel 10 besarnya nilai koefisien parameternya sebesar 0.218, dengan nilai signifikan sebesar 0.011 pada absolute residual (AbsRes_1), maka dapat disimpulkan adanya tidak adanya *lack of fit* antara profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mengakibatkan nilai perusahaan Tobins Q turun. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_3 ditolak sehingga variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh untuk memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan merupakan variabel pemoderasi.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Objek Penelitian

Objek penelitian ini yang digunakan adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014 sampai dengan 2016. Sektor pertambangan ini dipilih oleh peneliti dikarenakan sektor ini memiliki nilai investasi yang tinggi dengan melibatkan sumber daya alam yang tak terbarukan dan telah berlaku Undang-Undang No. 40 2007 tentang Perseroan Terbatas yang berkaitan dengan sumber daya alam serta wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Objek penelitian dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang dapat memberikan data secara maksimal sesuai dengan tujuan penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal ini dapat diketahui dari nilai sebesar 2.292 dengan nilai signifikan 0.005 yang berarti lebih kecil 0.05, maka ditolak sehingga simpulannya adalah variabel profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pada tabel 9 profitabilitas memberikan nilai koefisien parameter dengan koefisien 0.05 dengan tingkat probabilitas signifikan sebesar 0,005. Jika dilihat dari arah koefisiennya maka pengaruhnya adalah positif, yang artinya semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan karena nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah profitabilitas keuangan maka semakin rendah juga nilai perusahaan dengan asumsi variabel lain konstan.

Apabila profitabilitas dicerminkan oleh *return on asset* (ROA) tinggi maka nilai perusahaan juga semakin meningkat karena nilai perusahaan ditentukan oleh *earnings power* dari aset perusahaan. Semakin tinggi *earning power* semakin efisien perputaran aset dan semakin tinggi *profit margin* yang diperoleh perusahaan. Para manajer akan berusaha untuk meningkatkan prestasi perusahaan dan kemampuan menghasilkan laba, sehingga menjadi sinyal positif bagi calon investor/pemegang saham untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar pula keuntungan dari pembayaran devidennya dan hal ini dapat berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas sejalan dengan teori sinyal (*signaling theory*) dengan demikian, profitabilitas mampu menjadi mekanisme untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Purwaningsih dan Wirajaya (2014) serta Putri dan Suwitho (2015) yang meneliti tentang pengaruh kinerja pada nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi, hasil ini menunjukkan kinerja keuangan yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kinerja keuangan, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Rinnaya *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa *return on asset* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham karena ada harapan *return* yang tinggi dari modal yang di investasikan.

Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil yang dilakukan oleh Hermawan dan Nurul (2014) meneliti pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini adalah secara parsial variabel kinerja keuangan (*return on asset*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan cerminan harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara penjual dan pembeli disaat terjadi transaksi. Nilai pasar yang dibentuk melalui nilai pasar saham dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi yang dipertimbangkan oleh calon investor. Berdasarkan hasil penelitian didapat bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hal ini dapat diketahui dari nilai sebesar 0,941 dengan nilai signifikan 0.353 yang berarti lebih kecil 0.05, maka H_0 ditolak sehingga simpulannya adalah variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR)

mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pada tabel 9 *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan nilai koefisien parameter dengan koefisien 0.860 dengan tingkat *Corporate Social Responsibility* (CSR) signifikan sebesar 0.353. Jika dilihat dari arah koefisiennya maka pengaruhnya adalah positif, yang artinya semakin tinggi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka akan meningkatkan nilai perusahaan karena hal ini menggambarkan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menerima hipotesis pertama yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai perusahaan karena nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah profitabilitas, maka semakin rendah pula nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menerima hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan dan apresiasi bagi *stakeholder* dan akan meningkatkan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memoderasi hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh untuk memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor tidak merespon atas pengungkapan CSR yang telah dilakukan oleh perusahaan dikarenakan kebijakan perusahaan dalam melakukan pengungkapan CSR sudah diatur dalam UU Perseroan Terbatas no. 40 tahun 2007, yang menyatakan bahwa Perseroan yang menjalankan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan dan apabila perseroan tersebut tidak melaksanakan CSR serta mengungkapkannya, maka perusahaan tersebut akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pengaruh profitabilitas terhadap perusahaan. Dan kesimpulan yang telah diambil maka saran-saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut: Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan cara menemukan indeks pengukuran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berbeda, sehingga terjadi keberagaman penelitian. Pada Penelitian Selanjutnya diharapkan untuk menambah sampel pengamatan, tidak hanya terbatas pada perusahaan manufaktur saja tetapi dapat menggeneralisasikan semua jenis perusahaan. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel pemoderasi lainnya yang

mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan, misalnya kebijakan dividend.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA* 2(1): 42-47.
- Bursa Efek Indonesia. 2016. Laporan Keuangan & Tahunan. www.idx.co.id. Diakses 31 Oktober 2016.
- Epstein, M. J dan M. Freedman. 2007. Social Disclosure and Individual Investor. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. 7(1): 23-27.
- Fahmi, 2012. *Analisis Kinerja Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gultom, C. M. dan F. Syarif. 2009. Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Deviden, dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* 47.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap, S. S. 2004. *Analisis Kritis Laporan Keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hanafi, dan Halim. 2003. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Revisi. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Hackston, D dan M.J. Milne. Some Determinants Of Social And Environ mental Disclosures In New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* (1): 77-108.
- Hermawan, S. dan M. A. Nurul. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi*. 6(2):103-108
- Herawaty, V. 2008. Peran Praktek Corporate Governance sebagai Moderating Variabel dari Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak
- Hermuningsih, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal terhadap Nilai perusahaan Pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan* 16(2):128-148
- Helfert, Erich A (1996). *Teknik Analisis Keuangan: Petunjuk Praktis untuk mengelola dan mengukur kinerja perusahaan*. (Edisi kedelapan). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Husnan dan Pujiastuti. 2004. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta
- Juniarti dan Hudoyo. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Industri Metal, Pakan Ternak, Kertas dan Kayu Yang Terdaftar di BEI 2009-2013. *Business Accounting Review* 3 (2):121-130.
- Jumingan. 2006. *Analisis Laporan Keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Jensen dan Mackling. 1976. The Theory Of Firm: Manajerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure. *Journal of Financial and Economics*, 3:305-360.
- Kasmir. 2015. *Analisis laporan keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Purwaningsih, N. K. I. dan I. G. A. Wirajaya. 2014. Pengaruh Kinerja Pada Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Udayana* 7(3): 598-613.
- Putra, N. W. A. 2014. Pengaruh Faktor Fundamental pada Nilai Perusahaan Sektor Telekomunikasi di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 8(3): 385-407.
- Putri, O. A. dan Suwitho. 2015. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 4(4).

- Rosiana, G. A. M. E., G. Juliarsa, dan M. M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5(3): 723-738.
- Rustiarini, N. W. 2010. Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*.
- Rinnaya, I. Y., R. Andini dan A. Oemar. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan, Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Accounting* 2(2).
- Sari, R. A. 2012. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal* 1 (1): 124-140.
- Sari, R. C. dan Zuhrotun. 2006. Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan Saham: Uji Liquidation Option Hypothesis. *Simposium Nasional Akuntansi XI Padang*.
- Sasongko, D. E., E. D. Wahjuni, dan I. Ulum. 2011. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Official Website Perusahaan Publik di Indonesia. *QS-Star Universitas Muhammadiyah Malang*. 14(2):25-40.
- Servaes, H. dan A. Tamayo. 2013. The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awereness. *Management Science*. 59(5): 1045-1061.
- Sembiring, E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEJ. *SNA VIII Solo*: 379-395.
- Susilowati, Y. dan T. Turyanto. 2011. Reaksi Signal Profitabilitas Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Return Saham Perusahaan. *Dinamika Keuangan Dan Perbankan*: 17-37. ISSN: 1979-4878.
- Sukhemi. 2007. Evaluasi Kinerja Keuangan Pada PT. Telkom. Tbk. *Akmenika UPY*. 1
- Solihin, I. 2011. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tjia, O. dan L. Setiawati. 2012. Effect of CSR Disclosure to Value of the Firm: Study for Banking Industry in Indonesia. *World Journal of Social Sciences*. 2(6): 169-178.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas..
- Yuniasih, N. W. dan M. G. Wirakusuma. 2007. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Media Audit* (4): 1-10.
- Wahidahwati. (2002). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. 5(1), 1-16.
- Zuhro dan Sukmawati. 2008. Analisis Pengaruh Luas Pengungkapan Social dalam Laporan Tahunan Perusahaan terhadap Reaksi Investor (Study Kasus pada Perusahaan High Profil di BEI), *Simposium Nasional Akuntan*. VI(1):38-42

