

PENGARUH CSR DAN SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Johana Velania Adrianingsih Geme Tuga
velanyatuga@gmail.com
Endang Dwi Retnani

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research was aimed to observe the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and firm size (Size) on the firm value with profitability as the moderated variable. This research used quantitative method. Meanwhile, the research population of this research used manufacturing companies in the sub-sector of base industry and chemicals listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2015-2019 periods. Moreover, the sample collection technique used purposive sampling based on the determined criteria and it obtained a sample of 20 companies. The analysis technique used hypothesis tests i.e. multiple linear regressions. Based on the research result, first, Corporate Social Responsibility (CSR) affected negatively on the firm value. Second, firm size had a positive effect on the firm value, it meant that the amount of the total assets which were owned by the company would increase the firm value. Third, profitability was able to moderate the effect of CSR on the firm value, it meant that the increasing firm value. In addition, the fourth showed that probability did not moderate (weaken) the effect of firm value on the firm value.

Keywords: corporate social responsibility, firm size, profitability, firm value

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Sedangkan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan dan diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Pertama, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negative terhadap Nilai Perusahaan. Kedua Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, artinya semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Ketiga, Profitabilitas dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan, artinya kenaikan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh CSR dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. Keempat, Profitabilitas tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini perkembangan dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat dan persaingan yang begitu ketat. Saat perusahaan semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait dengan perusahaan, masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan juga merasakan dampak yang timbul oleh aktivitas operasi perusahaan. Di Indonesia terdapat banyak kasus yang menyebabkan kerusakan lingkungan, salah satu contoh yang melibatkan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang sektor

industri dasar dan kimia yakni PT Tjiwi Kimia. Pada tahun 2014, masyarakat disekitar pabrik Tjiwi Kimia mulai resah akibat pencemaran sungai dan kerusakan lingkungan. Hal ini diakibatkan adanya pembuangan limbah cair yang melebihi ambang baku mutu. Akibat pencemaran tersebut menyebabkan adanya bau tak sedap serta gagal panen ikan yang dialami warga, seperti di Desa Jeruk Legi, Desa Penambangan, dan Desa Tanjungsari.

Corporate Social Responsibility (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. Pentingnya masalah CSR di Indonesia telah di atur dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 Tahun 2007. Dalam pasal 15 huruf b Undang-Undang No 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pengungkapan CSR juga diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial perusahaan perseroan terbatas. Lampiran keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor. KEP-134/BL/2006 juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai tata kelola perusahaan dimana di dalamnya juga termasuk uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan pada laporan tahunan perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan. Faktor pertumbuhan perusahaan yang mudah terlihat adalah adanya penilaian yang tinggi dari eksternal perusahaan terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham. Nilai Perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi dan dimensi lingkungan hidup.

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain total aktiva, penjualan, dan nilai pasar saham. Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan pada *Log of total asset*, ini dikarenakan total aset dianggap lebih stabil dan dapat mencerminkan ukuran perusahaan (Nurminda, 2017).

Menurut Haryanto dan Toto (2003), Profitabilitas adalah salah satu cara untuk menilai secara tepat sejauh mana tingkat pengembalian yang akan di dapat dari aktivitas investasinya. Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik dimata investor.

Berdasarkan yang sudah dijelaskan pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diajukan adalah: (1) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, (2) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, (3) Apakah Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan?, (4) Apakah Profitabilitas memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan?. Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) Untuk menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (3) Untuk menguji apakah Profitabilitas memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan, (4) Untuk menguji apakah Profitabilitas memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder

Teori stakeholder (*Stakeholder theory*) telah muncul sejak pertengahan tahun 1980-an. Latar belakang dari *stakeholder theory* adalah untuk membangun suatu rencana kerja terhadap masalah yang dihadapi para manajer dalam sebuah perusahaan yaitu perubahan keadaan lingkungan. Istilah stakeholder adalah pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan, para stakeholder antara lain masyarakat, karyawan, pemerintah, supplier, pasar modal dan lain-lain.

Teori Sinyal

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973, yang mengemukakan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal tersebut dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan suatu informasi dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pemakainya. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak internal perusahaan yang memiliki sebuah informasi yang lebih baik tentang perusahaannya akan terdorong untuk mengungkapkan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya.

Corporate Social Responsibility(CSR)

Corporate Social Responsibility dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk mempertanggung jawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut menyumbang manfaat kepada masyarakat dan lingkungan hidupnya (Tanudjaja, 2006). Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungannya. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), mengemukakan CSR sebagai "*The continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of work life of workforce and their families as well as of the local community and social large*", yang berarti CSR merupakan komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Sujianto, 2001 (dalam Funawati, 2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aktiva. Jadi, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Sitanggang (2013) menyatakan bahwa, ukuran perusahaan dengan kapasitas pasar atau penjualan yang besar menunjukkan prestasi perusahaan. Menurut Analisa, 2011(dalam Funawati, 2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap nilai suatu perusahaan. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai aktual perlembar saham yang akan di terima apabila aset perusahaan di jual sesuai saham. Suharli (2009) Suatu perusahaan yang baik dapat

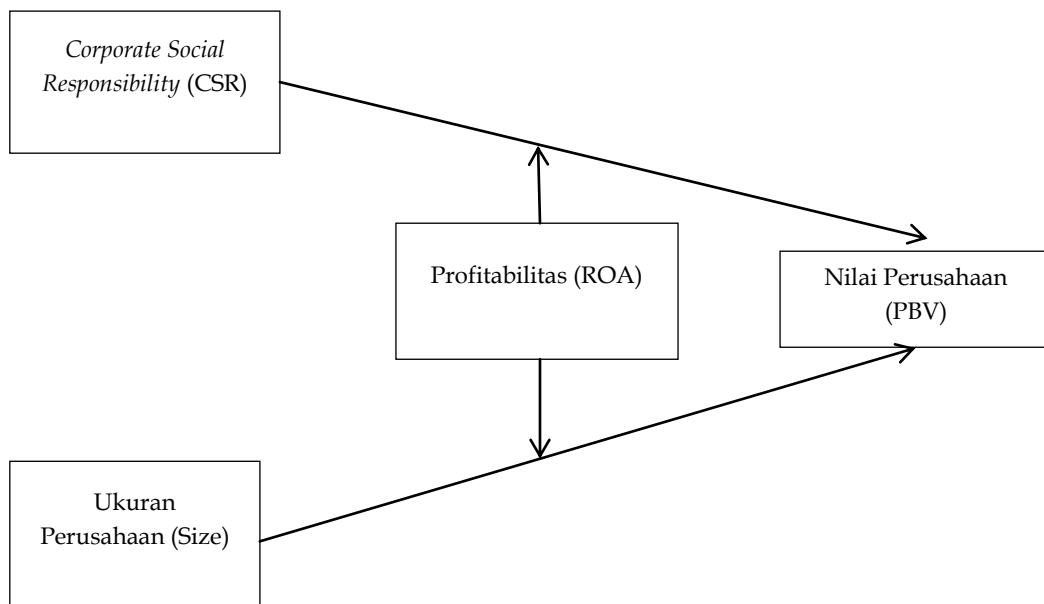
dilihat dari nilai perusahaan, nilai perusahaan yang baik dapat ditentukan dari kegiatan perusahaan dari waktu ke waktu agar mencapai nilai perusahaan yang maksimum, nilai perusahaan ditunjukkan dengan laporan keuangan perusahaan, nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Menurut Fama, 1978 (dalam Wahyudi dan Pawestri, 2006), menyatakan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya, karena apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para *stakeholder*, harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual di saat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atau laba. Performa manajerial dari setiap perusahaan dapat dikatakan baik apabila tingkat profitabilitas perusahaan yang dikelola tinggi ataupun dengan kata lain maksimal dimana profitabilitas ini umumnya selalu diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan sejumlah perkiraan yang menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan sejumlah aktiva perusahaan maupun penjualan dan investasi, sehingga diketahui efektivitas pengelolaan keuangan dan aktiva perusahaan. Dengan Profitabilitas yang maksimal secara tidak langsung akan menarik investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Rerangka Penelitian

Rerangkapenelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam suatu bagan seperti yang tersaji pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1
Rerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Sari (2018) tanggung jawab sosial atau sering disebut sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah proses pengkomunikasian efek-efek sosial dan lingkungan

atas tindakan-tindakan ekonomi perusahaan pada kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat dan pada masyarakat secara keseluruhan. 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 kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Sari (2018), berpendapat bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik pengungkapan CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Namun menurut penelitian Amanda (2018), variabel CSR secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ini berarti setiap peningkatan pengungkapan CSR akan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis pertama yang dapat diajukan adalah sebagai berikut.

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

Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan digambarkan melalui total penjualan bersih atau total aktiva yang dimiliki perusahaan. Semakin besar total aset perusahaan, laba yang diperoleh dan kapasitas pasar perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan mempunyai total aset perusahaan yang digambarkan dengan ukuran perusahaan, apabila ukuran perusahaan semakin besar maka perusahaan mempunyai aset yang juga semakin besar serta biaya yang diperlukan perusahaan guna menjaga kegiatan operasional perusahaan juga semakin banyak (Fauzi dan Aji, 2018). Hasil penelitian dari Pratama dan Wiksuana (2016) menunjukkan hasil yang sama dengan teori sinyal yaitu adanya pengaruh positif antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan investor menyukai perusahaan dengan ukuran yang besar, kualitasnya lebih dikenal banyak oleh masyarakat. Oleh karena itu perusahaan dengan ukuran atau skala yang besar lebih digemari oleh para investor. Respon positif dari para investor tersebutlah yang menjadikan nilai perusahaan akan semakin baik. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis kedua yang diajukan adalah sebagai berikut.

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Kusumadilaga (2010), mengindikasikan perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan (*Profit*) perusahaan terhadap nilai perusahaan. Menurut Browman dan Haire (1976), semakin tinggi tingkat profitabilitas yang didukung dengan pengungkapan informasi sosial maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan saat dilakukan informasi mengenai CSR. Kusumadilaga (2010), pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Wahyuning (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis ketiga yang dapat diajukan adalah sebagai berikut.

H₃: Profitabilitas dapat memoderasi (memperkuat) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Besar kecilnya Ukuran Perusahaan cukup mempengaruhi tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung mempunyai pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas dan nilai perusahaan. Sunarto dan Budi (2009) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap profitabilitas. Perusahaan yang berukuran lebih besar akan relatif stabil dan mampu menghasilkan profit. Begitu pula sebaliknya, jika ukuran perusahaan kecil maka perusahaan tersebut memiliki tingkat efisiensi yang rendah. Investor dalam hal ini akan jauh lebih berhati-hati dan cenderung melakukan investasi saham pada perusahaan yang memiliki ukuran besar karena memiliki tingkat resiko yang lebih kecil. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) yang memperoleh hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis keempat yang dapat diajukan adalah sebagai berikut.

H₄: Profitabilitas dapat memoderasi (memperkuat) pengaruh ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui variabel-variabel penelitian dalam angka-angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistika dan permodalan matematis. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang memberikan informasi mengenai laporan tahunan perusahaan manufaktur yang akan diteliti. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive sampling* adalah suatu teknik perusahaan dalam menetapkan ciri-ciri khusus untuk tujuan penelitian sehingga suatu penelitian bisa menjawab permasalahan tersebut. Adapun kriteria pemilihan sampel yang digunakan adalah (1) Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2019, (2) Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) selama periode 2015-2019 secara berturut-turut, (3) Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan tahunan selama periode 2015-2019, (4) Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang tidak memperoleh laba selama 2015-2019 secara berturut-turut.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder, metode penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kepustakaan dan studi observasi. Metode studi kepustakaan yaitu menghimpun informasi data dengan cara bantuan berbagai macam material atau fasilitas yang terdapat di perpustakaan STIESIA seperti dokume buku. Sedangkan studi observasi yaitu cara memperoleh data dengan menggunakan dokumen yang ada atau sudah

ada atau yang telah dipublikasikan oleh BEI dimana data yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari website Indonesia (*www.idx.co.id*).

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan. CSR dalam penelitian ini menggunakan proksi *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang digunakan untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan yang akan dinilai dengan membandingkan jumlah pengungkapan yang dilakukan perusahaan dengan jumlah pengungkapan Nurlala (2008) dan Rustriarini (2010). Variabel ini telah digunakan oleh Chumaidah (2018) dan Karina (2019). Perhitungan menggunakan rumus:

$$CSRI = \frac{X_j}{N_j}$$

Ukuran Perusahaan

Dalam hal ini ukuran perusahaan dinilai dengan *Log of total assets*. *Log of total assets* digunakan untuk mengurangi perbedaan signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan suatu ukuran perusahaan yang terlalu kecil. Menurut Rudangga dan Sudiarta (2016), maka nilai total aset suatu perusahaan di bentuk menjadi logaritma natural.

$$SIZE = \text{Log Of Total Asset}$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur Nilai Perusahaan yaitu menggunakan rasio *Price to Book Value (PBV)*. Rasio ini menunjukkan seberapa jauh semua perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan yang relative terhadap jumlah modal yang diinvestasikan. Menurut Weston dalam buku Kasmir (2014) Rumus *Price to Book Value* dapat dihitung menggunakan formula.

$$PBV = \frac{\text{Harga saham perlembar saham}}{\text{Harga buku perlembar saham}} \times 100\%$$

Variabel Moderating

Profitabilitas

Variabel moderating dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi *Return On Assets (ROA)*. *Return On Assets (ROA)* yaitu mengukur kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aktivitya untuk memperoleh laba (Hanafi dan Halim, 2003). Rasio ini menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dengan modal sendiri yang bekerja untuk menghasilkan keuntungan. Rumus untuk menghitung *Return On Assets* yaitu (Hanafi dan Halim, 2003):

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

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2006) Analisis deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran umum dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan

dapat digunakan untuk analisis deskriptif ini adalah statistik deskriptif. Statistik deskriptif menunjukkan hasil dari pengukuran *mean*, nilai minimum dan nilai maksimal serta standar deviasi semua variabel tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki suatu distribusi normal. Dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan uji *1-sample*. Jika didapatkan angka signifikan > 0.05 maka dikatakan normal, jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tersebut berdistribusi tidak normal. (Ghozali 2006).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji suatu penelitian apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen (Ghozali, 20018). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat dikatakan bahwa data tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai *tolerance* $< 0,1$ dan $VIF > 10$ maka dapat diartikan bahwa data terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik yang heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidak samaan variabel dan residual untuk semua pengamatan pada suatu model regresi. Suatu model yang baik adalah yang tidak mengandung heteroskedastisitas atau disebut homokedastisitas (Ghozali, 2006). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah glejser yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2006:110) uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu penelitian terdapat model regresi ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t (saat ini) dengan kesalahan pengganggu pada periode t (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka disebut masal autokorelasi, sedangkan model regresi yang baik adalah regresi yang tidak mengandung autokorelasi. Munculnya autokorelasi disebabkan karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini sering ditemukan pada runtutan waktu (*time serois*) karena gangguan pada seorang individu atau kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu atau kelompok yang sama pada periode berikutnya. Salah satu cara untuk mendeteksi gejala autokorelasi adalah menggunakan uji Durbin-Waston (*DW-test*).

Analisis Regresi Linear Berganda

Ghozali (2016) mengungkapkan bahwa analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui variabel dependent dapat dipengaruhi oleh lebih dari satu variabel independent. Analisis ini digunakan untuk menguji apakah masing-masing variabel independent berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi
X_1	: Variabel CSR
X_2	: Variabel Ukuran Perusahaan
e	: Error Term

Pengujian Hipotesis

Uji F

Menurut Ghozali (2011) Uji F merupakan uji yang bertujuan untuk menguji kelayakan model. Uji kelayakan model dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan level signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika F lebih $> 0,05$, maka hipotesis ditolak yang artinya model regresi ini tidak layak. Secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Jika F lebih $< 0,05$, maka hipotesis diterima yang artinya model regresi ini layak. Secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan koefisien untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai (R^2) adalah antara 0 sampai dengan 1. Apabila (R^2) = 0 artinya kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen memberikan informasi terbatas. Apabila (R^2) = 1 artinya kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen memberikan informasi tidak terbatas.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t atau uji parsial merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel independen secara individu dalam menjelaskan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila nilai signifikan uji t $> 0,05$ maka H_a ditolak, artinya koefisien regresi tidak signifikan dan secara parsial variabel bebas tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan uji t $< 0,05$ maka H_a diterima, artinya koefisien regresi signifikan dan secara parsial variabel bebas tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2019. Populasi pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *puposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan karakteristik penelitian yang telah ditetapkan maka diperoleh 20 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan suatu gambaran atau deskriptif suatu data yang di lihat dari rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum

(Ghozali, 2007). Berikut ini di sajikan statistic deskriptif hasil perhitungan SPSS yang terjadi di tabel berikut ini:

Tabel 1
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standar Deviasi
CSR	100	0,22	0,40	0,3164	0,02570
SIZE	100	11,80	17,20	14,5620	1,23664
PBV	100	0,30	2,79	2,2861	0,72054
ROA	100	0,14	16,46	5,0397	3,82982
ROA*CSR	100	0,04	5,07	1,6044	1,24070
ROA*SIZE	100	1,81	282,11	73,9264	58,03680
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui hasil perhitungan variabel CSR dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* memiliki nilai minimum 0,22, nilai maksimum sebesar 0,40, besarnya nilai standar deviasi adalah 0,02570 dan memiliki nilai rata-rata sebesar 0,3164. Pada variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan *Log off Total Assets* memiliki nilai minimum sebesar 11,80, nilai maksimum sebesar 17,20, besarnya nilai standar deviasi adalah 1,23664 dan memiliki rata-rata sebesar 14,5620. Variabel nilai perusahaan yang diprosikan *Price to Book Value (PBV)* memiliki nilai minimum sebesar 0,30, nilai maksimum sebesar 2,79, besarnya nilai standar deviasi adalah 0,72054 dan memiliki rata-rata sebesar 2,2861.

Variabel Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Assets (ROA)* memiliki nilai minimum sebesar 0,14, nilai maksimum sebesar 16,46, besarnya nilai standar deviasi adalah 3,82982 dan memiliki rata-rata sebesar 5,0397. Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,04, nilai maksimum sebesar 5,07, besarnya nilai standar deviasi adalah 1,24070 dan memiliki rata-rata sebesar 1,6044. Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1,81, nilai maksimum sebesar 282,11, besarnya nilai standar deviasi adalah 58,03680 dan memiliki rata-rata sebesar 73,9264.

Uji Asumsi Klasik

Normalitas Data

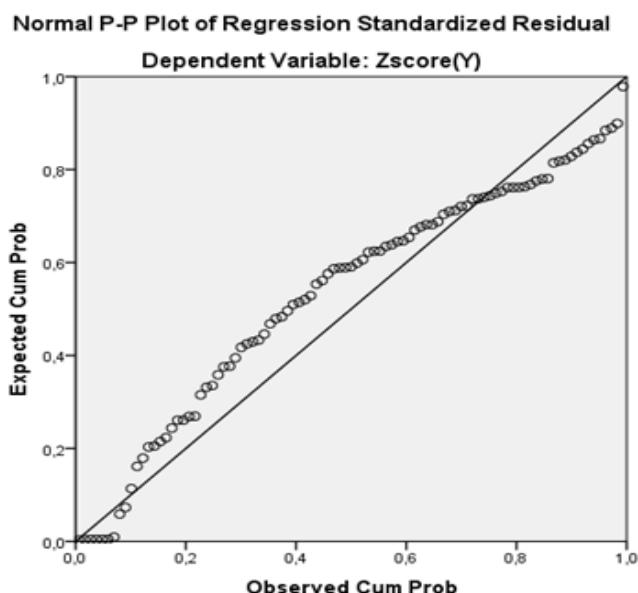
Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorof-Smirnov (K-S)* dengan kriteria jika $> 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 2
Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b} Mean		0,0000000
Std. Deviation		0,72236359
Most Extreme Differences	Absolute	0,125
	Positive	0,86
	Negative	-0,125
Kolmogorov-Smirnov Z		1,221
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		0,101
Test distribution is Normal		
Calculated from data		

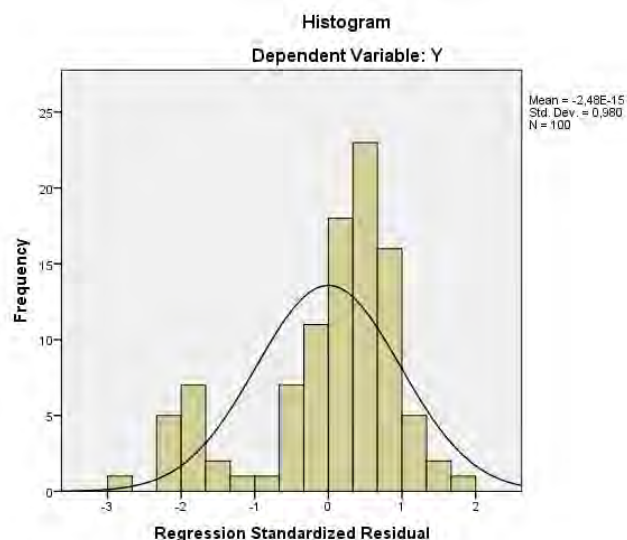
Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* didapatkan hasil bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* Sebesar $0,101 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal, yang kemudian di perkuat dengan menambahkan *normal probability plot* dan histogram (Ghozali, 2007).



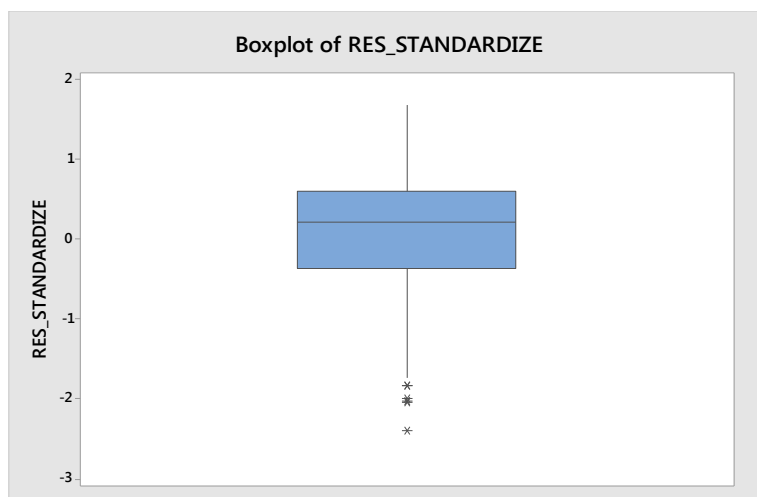
Gambar 2
Grafik Normal P-Plot
Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal, sehingga dapat diindikasikan bahwa residual data telah berdistribusi normal.



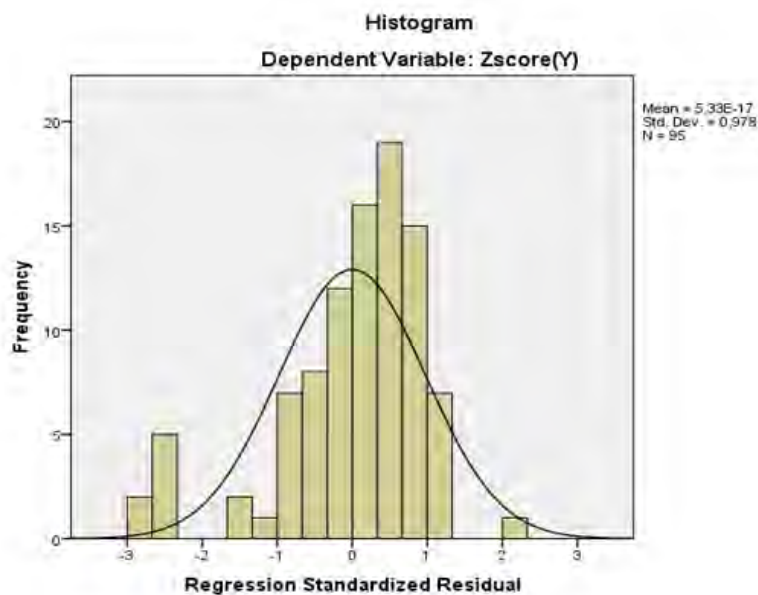
Gambar 3
Grafik Histogram Sebelum Outlier
Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Pada histogram dan normal probability plot juga menunjukkan bahwa residual tidak memenuhi asumsi kenormalan, sehingga perlu dilakukan eliminasi outlier.



Gambar 4
Outlier Data
Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Pada Gambar di atas dapat ditunjukkan bahwa terdapat beberapa outlier yaitu pada data ke 11, 12, 13, 14, dan 15, sehingga pada tahap selanjutnya kelima data tersebut akan dieliminasi.



Gambar 5
Grafik Histogram Sesudah Outlier
Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Pada gambar di atas dapat diketahui bahwa histogram setelah dilakukan eliminasi outlier, bentuk kurangnya sudah simetris sehingga diindikasikan residual data telah memenuhi asumsi kenormalan.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (Ghozali, 2007).

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Model		Colinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	0,991	1,009
	SIZE	0,910	1,099
	ROA*CSR	0,988	1,012
	ROA*SIZE	0,918	1,089

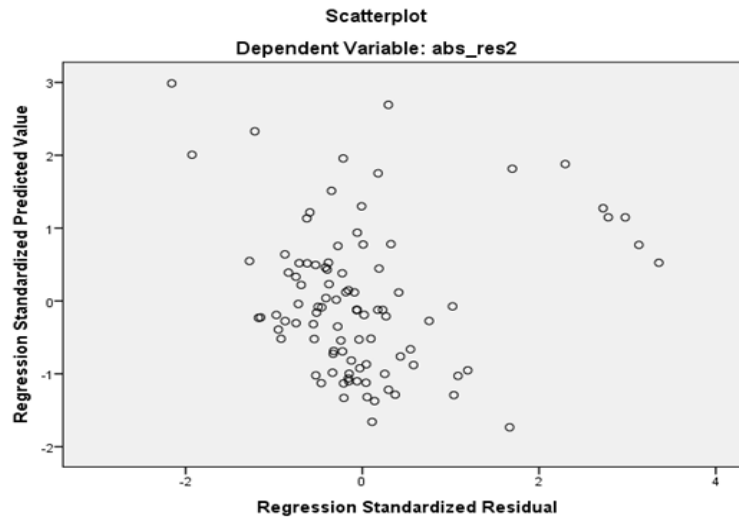
Dependent Variabel: PBV

Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Tabel 3 di atas dapat ditunjukkan bahwa semua nilai VIF < 10 untuk semua variabel prediktor atau independen, sehingga disimpulkan tidak terjadi kasus multikolinearitas antara variabel prediktor atau independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang ada pada model regresi mempunyai ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika sebuah regresi terdapat kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut heteroskedastisitas.



Gambar 6
Hasil Uji *Scatterplot*
Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Pada gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik dalam scatterplot tidak membentuk pola corong, sehingga dapat diidentifikasi bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas pada model regresi atau asumsi residual identik telah terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi yang dilihat dari besarnya nilai *Durbin Watson*, uji autokorelasi *Durbin Watson* dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi kesalahan pengganggu pada periode t (saat ini) dengan periode $t-1$ (sebelumnya). Apabila terjadi korelasi, maka mengandung masalah autokorelasi, model regresi yang baik adalah regresi yang tidak mengandung autokorelasi.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi (Model Summary^b)

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,586 ^a	0,343	0,314		0,73824161	0,630

Predictors: (Constan), CSR, SIZE, ROA*CSR, ROA*SIZE
Dependent Variabel: PBV

Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa uji asumsi residual independen telah terpenuhi atau tidak terjadi autokorelasi data. Hal tersebut ditunjukkan melalui nilai *Durbin Watson* = 0,630 yang berada diantara -2 sampai dengan +2.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor yang digunakan dalam model penelitian berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas dalam memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 5
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constan)	0,123	0,077		1,611	0,111
CSR	-0,258	0,087	-0,256	-2,984	0,004
SIZE	0,425	0,078	0,487	5,441	0,000
ROA*CSR	0,237	0,093	0,219	2,546	0,013
ROA*SIZE	-0,152	0,065	-0,210	-2,358	0,021

Dependent Variabel: PBV

Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Dari Tabel 5 diatas, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,123 - 0,258 + 0,425 + 0,237 - 0,152 + e$$

Konstanta (α) merupakan interpretasi garis persamaan regresi pada sumbu Y jika $X = 0$. Hal ini memperlihatkan variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian akan sebesar konstanta tersebut. Nilai konstanta (α) yang di dapat sebesar 0,123. Hasil ini memperlihatkan bahwa jika variabel CSR dan Ukuran Perusahaan mengalami perubahan, maka variabel nilai perusahaan sebesar 0,123. Koefisien regresi variabel CSR sebesar -0,258, hasil ini menunjukkan arah hubungan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan bersifat negatif. Koefisien regresi variabel ukuran perusahaan sebesar 0,425, hasil ini menunjukkan arah hubungan antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan bersifat positif. koefisien regresi variabel Profitabilitas moderasi CSR (ROA*CSR) sebesar 0,237, hasil ini memperlihatkan arah antara profitabilitas memoderasi (memperkuat) pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian yang telah dilakukan, diperoleh tingkat koefisien regresi variabel Profitabilitas moderasi ukuran perusahaan (ROA*SIZE) sebesar -0,152, hasil ini memperlihatkan arah antara profitabilitas dapat memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Menurut Ghozali (2011) Uji F merupakan uji yang bertujuan untuk menguji kelayakan model yang dilakukan dengan program SPSS. Kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat level of signifikan $\alpha = 5\%$. Prosedur pengujian yang digunakan sebagai berikut: (a) jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan) hal ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. (b) jika nilai signifikan $t < 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan) hal ini menunjukkan secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6
Uji Kelayakan Model (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	25,657	4	6,414	11,769	0,00 ^b
	Residual	49,050	90	0,545		
	Total	74,707	94			

Dependent Variabel: PBV

Predictors: (Constan), CSR, SIZE, ROA*CSR, ROA*UK SIZE

Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Tabel di atas memperlihatkan tingkat signifikan Uji F didapat sebesar $0,00 < 0,05$ (*level of signifikan*). Hasil ini mengindikasikan bahwa CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas dalam memoderasi CSR dan profitabilitas dalam memoderasi ukuran perusahaan layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model yang menerangkan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi yaitu sebagai berikut.

Tabel 7
Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,586 ^a	0,343	0,343

Predictors : (Constan), CSR, SIZE, ROA*CSR, ROA*SIZE
Dependent Variabel : PBV

Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Pada Tabel 7 maka, diperoleh nilai *Adjusted R Square* (R^2) sebesar 0,343 atau 34,3%. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel independen bisa menjelaskan variabel dependen sebesar 34,3%, sedangkan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa pengaruh variabel independen secara individu dalam menjelaskan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Tabel 8
Uji Hipotesis t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	
		B	Std. Error	T	Sig.
1	(Constan)	0,123	0,077	1,611	0,111
	CSR	-0,258	0,087	-2,984	0,004
	SIZE	0,425	0,078	5,441	0,000
	ROA*CSR	0,237	0,093	0,219	0,013
	ROA*SIZE	-0,152	0,065	-2,358	0,021

Dependent Variabel: PBV

Sumber: Data sekunderdiolah, 2021

Berdasarkan Tabel 8 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi parsial/statistik t dari masing-masing hipotesis sebagai berikut (1) Berdasarkan hasil uji statistik t diatas menunjukkan bahwa variabel CSR yang diprosikan dengan CSRI memiliki nilai t sebesar -2,984 dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar -0,258. Maka artinya variabel independen CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah yang negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehinggadapatdisimpulkanbahwaHipotesis 1 *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ditolak. (2) Variabel Ukuran Perusahaan yang diprosikan dengan *Log of Total Assets* memiliki nilai t sebesar 5,441 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar 0,425. Maka

artinya variabel independen Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan arah positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa, Hipotesis 2 Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, diterima. (3) Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan memiliki nilai t sebesar 2,546 dengan nilai signifikansi sebesar $0,013 < 0,005$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar 0,237. Maka artinya Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan memiliki arah positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga Hipotesis 3 Profitabilitas dalam memoderasi (memperkuat) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan, diterima. (4) Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan memiliki nilai t sebesar -2,358 dengan nilai signifikansi sebesar $0,021 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar -0,152. Maka artinya Profitabilitas dalam memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan memiliki arah negatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_4 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa, Hipotesis 4 yaitu Profitabilitas dalam memoderasi (memperkuat) pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, ditolak.

Pembahasan

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

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar -2,984 dan nilai signifikan t sebesar $0,004 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar -0,258. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H_1) yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ditolak.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Artinya meningkatnya pengeluaran perusahaan untuk CSR yang tidak diikuti dengan perubahan rasio keuangan lain dari perusahaan seperti profitabilitas, ukuran perusahaan dan rasio lainnya menyebabkan investor menilai bahwa pengeluaran untuk CSR merupakan suatu pemborosan sumber daya perusahaan. Hal inilah yang dapat menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan signaling theory yang mana investor ingin mendapatkan informasi terkait dengan laporan tahunan perusahaan yang didalamnya terdapat laporan CSR perusahaan tersebut, sehingga investor bisa mengetahui informasi yang terkait dengan biaya CSR perusahaan. Karena pengungkapan CSR dapat membawa kerugian bagi perusahaan, selain itu dapat menimbulkan biaya tambahan lainnya yang dapat memboroskan sumber daya perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Amanda (2018) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan (*Size*) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan $Size = \text{Log off Total Asset}$ memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 5,441 dan nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar 0,425. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H_2) yaitu Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, diterima.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi total aktiva atau aset yang dimiliki oleh

perusahaan maka semakin besar ukuran sebuah perusahaan dan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Peningkatan aset yang diikuti peningkatan hasil operasi akan semakin menambah kepercayaan pihak luar terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, investor akan merespon positif sehingga tertarik untuk menginvestasikan dananya dengan membeli saham perusahaan tersebut. Meningkatnya harga saham akan berdampak pada tingginya nilai perusahaan. Sejalan dengan Signaling teory dimana ukuran perusahaan dapat memberikan sinyal positif bagi para investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti dan Hartono (2019) menyatakan hasil yang sama bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa profitabilitas dalam memoderasi CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 2,546 dan nilai signifikansi t sebesar $0,013 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar 0,237. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) yaitu Profitabilitas dalam memoderasi (memperkuat) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan, diterima.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Artinya kenaikan profitabilitas (ROA) mampu memperkuat pengaruh positif CSR dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Sehingga masyarakat akan memilih produk yang baik yang di nilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Hasil penelitian ini mendukung teori stakeholder dan teori sinyal. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuning (2015), Chumaiah (2018). Hasil ini membuktikan bahwa profitabilitas yang didukung dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan Nilai Perusahaan.

Profitabilitas Dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa profitabilitas dalam memoderasi ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar -2,358 dengan nilai signifikansi t sebesar $0,021 < 0,05$ dengan nilai beta (*Unstandardized*) sebesar -0,152. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat (H_4) yaitu Profitabilitas (ROA) dalam memoderasi (memperkuat) pengaruh positif Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, ditolak.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Profitabilitas tidak mampu memoderasi (memperlemah) pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya jika Profitabilitas ditingkatkan maka dapat menurunkan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian hasil analisis berarti profitabilitas memperlemah hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan hasil bahwa setiap perkembangan profitabilitas (ROA) tidak menjamin dengan diikuti ukuran perusahaan dan harga saham, yang mungkin disebabkan investor tidak melihat dari besar kecilnya ukuran aktiva tetapi saham perusahaan tetap diminati oleh investor. Penelitian ini tidak sesuai dengan teori signaling yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan memberikan sinyal kepada investor. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hartono

(2016) membuktikan bahwa profitabilitas memperlemah ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan diantaranya: (1) CSR berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka akan menurunkan nilai perusahaan. (2) Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka akan meningkatkan Nilai Perusahaan. (3) Profitabilitas dapat memoderasi (memperkuat) pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa kenaikan Profitabilitas mampu memperkuat pengaruh CSR dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. (4) Profitabilitas tidak dapat memoderasi (memperlemah) pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Kondisi tersebut menjelaskan bahwa kenaikan profitabilitas tidak menjamin dengan diikuti peningkatan ukuran perusahaan maupun Nilai Perusahaan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka ada beberapa saran yang dapat diberikan peneliti untuk penelitian selanjutnya antara lain. (1) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengambil sampel yang lebih luas yang terdaftar di BEI bukan hanya dari sektor industri dasar dan kimia, melainkan sektor-sektor lain pada perusahaan manufaktur sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk menghasilkan hasil penelitian yang valid. (2) Bagi perusahaan diharapkan untuk lebih mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) pengungkapan praktik *Corporate Social Responsibility*, sehingga laporan tahunan tersebut dapat lebih terpercaya, terlebih oleh para investor. (3) Bagi investor yang ingin berinvestasi agar lebih bijaksana, tidak hanya memperhatikan faktor internal melainkan juga harus memperhatikan faktor eksternal perusahaan, misalnya kegiatan operasional perusahaan dalam hal tanggung jawab sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, R. 2018. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Browman, E. H. dan Haire, M. 1976. *Social Impact Disclosure and Corporate Annual Report. Accounting, Organizations and Society*. 1(1): 11-21.
- Chumaidah. 2018. Pengaruh Profitabilitas dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 7(3): 68-70.
- Fauzi, M. S. dan Aji, T. S. 2018. Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4(4): 1-7.
- Funawati, R. 2017. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 6(11): 62-71.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Edisi ke 4)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- . 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- . 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- . 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- . 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafy dan A. Halim. 2003. *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Revisi*. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Haryanto dan Toto. 2003. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Industri Minuman di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(8): 75-78.
- Karina, L. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai variabel Moderating: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*, cetakan ke-7. PT Raja Grafindo. Jakarta.
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Pasir Pengairan. Riau.
- Nurlela. 2008. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Nurminda. 2017. Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Barang Dan Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *e-Proceeding of Management*. 4(1). 64-67.
- Petrus, R. 2014. Ecoton Laporkan Pencemaran Sungai Akibat Limbah Cair Tjiwi Kimia. <https://www.mongabay.co.id/2014/05/09/ecoton-laporkan-pencemaran-sungai-akibat-limbah-cair-tjiwi-kimia>. 5 Mei 2021 (18:02).
- Pratama dan Wiksuana. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud* 5(2): 2302-8912.
- Rudangga dan Sudiarta. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(7) :2302-8912.
- Sari, P. Y. 2018. Pengaruh kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Jurnal nominal VII*(1).
- Sitanggang. 2013. *Manajemen Keuangan Perusahaan Lanjutan*. Edisi Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Spence, M. 1973. *Job Market Signaling The Quarterly Journal of Economics*. 87(3): 353-374.
- Suharli, M. 2006. Studi Empiris Terhadap Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Go Public* di Indonesia. *Jurnal Maksi VI*(1): 23-41.
- Sunarto dan Budi. 2009. Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Telaah Manajemen* 6(1).
- Susanti, A. Dan Hartono, A. 2019. Pengaruh *Goog Corporate Governance*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2011-2016. *Jurnal Ekonomi Manajemen & Akuntansi ISSN (online)* 3(11): 2599-0578.
- Tanudjaja, B. B. 2006. Perkembangan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia. *Nirmana* 8(2): 92-98.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang *Perseroan Terbatas*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 Tentang *Tanggung jawab Sosial Perusahaan Perseroan Terbatas*.

- Wahyudi, U. Dan H. P. Pawestri. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang: 1-25*.
- Wahyuning, S. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.