

DAMPAK PROFITABILITAS PADA PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Ayuni Istifarrin
istifarrin07@gmail.com
Nur Fadrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on the firm value, meanwhile, profitability was the moderating variable at BUMN construction company listed in IDX. The research sample used 10 BUMN construction companies listed in IDX in the 2015-2020 period. Furthermore, the sample collection technique of this research used purposive sampling i.e., a sampling method that was not random but based on objectives and considerations of determined criteria. Moreover, the research analysis used Moderated Regression Analysis (MRA). The result showed that this research had already fulfilled the classic assumption and feasibility model test, and also conducted the descriptive statistical analysis and regressions analysis. Moreover, the t count value for Corporate Social Responsibility (CSR) was -2,163, while, the t count value of profitability was -4,857. The research concluded that the disclosure variable of Corporate Social Responsibility (CSR) had a negative and significant effect on the firm value. The research result showed that profitability as the moderating variable was unable to strengthen the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the firm value effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the firm value.

Keywords: corporate social responsibility, profitability, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating pada perusahaan konstruksi BUMN yang terdaftar di BEI. Sampel penelitian ini adalah perusahaan konstruksi BUMN yang terdaftar di BEI, periode yang digunakan adalah tahun 2015-2020 sebanyak 10 perusahaan. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik sampling dengan metode pengambilan sampel secara tidak acak tetapi berdasarkan atas tujuan dan pertimbangan atas kriteria tertentu. Analisis yang digunakan adalah Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil penelitian ini telah memenuhi syarat uji asumsi klasik dan uji kelayakan model, serta dilakukan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi. Diperoleh nilai t hitung untuk Corporate Social Responsibility (CSR) sebesar -2,163, sedangkan untuk nilai t hitung profitabilitas sebesar -4,857. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating tidak mampu memperkuat pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: corporate social responsibility, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar saham karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan (Retno dan Priantinah, 2012). Nilai perusahaan adalah pandangan investor pada perusahaan, dan hal ini sering dihubungkan dengan harga saham (Puspita, 2011). Yang dimaksud harga saham adalah harga yang terjadi ketika saham diperdagangkan di pasar saham. Jika harga saham tinggi, maka nilainya pun ikut tinggi. Nilai perusahaan merupakan

sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan karena dengan peningkatan nilai perusahaan akan diikuti dengan peningkatan harga saham. Nilai perusahaan mengikhtisarkan penilaian kolektif investor tentang kinerja suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan (Brealey, 2007). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan dapat diukur dari nilai pasar yang ditentukan oleh pemegang saham.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan (Nurlela dan Islahuddin, 2008:19). Bagi perusahaan yang sudah go public nilai pasar perusahaan ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran di bursa yang dapat tercermin di harga saham. Nilai perusahaan di nilai mampu dalam menggambarkan kesejahteraan pemegang saham melalui jumlah sahamnya. Jumlah saham yang besar menggambarkan kemakmuran perusahaan, namun menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi bukan nilai yang mudah bagi pihak manajemen. 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, 2008:5). Menurut Hery (2016:145) bahwa *Price to Book Value* merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu profitabilitas.

Profitabilitas adalah suatu alat untuk mengukur perusahaan agar dapat mengetahui apakah kinerja suatu perusahaan tersebut sudah efektif dan memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan dikarenakan apabila profit perusahaan tinggi, maka perusahaan dapat membayar apa yang menjadi kewajiban perusahaan, dan perusahaan tersebut akan menjadi likuid (Putra *et al.* 2017). Profitabilitas dapat diukur menggunakan rasio profitabilitas yang dan menunjukkan seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga menghasilkan keuntungan untuk perusahaan tersebut melalui rasio-rasio seperti pengembalian asset atau disebut *Return on Asset*. ROA adalah suatu rasio profitabilitas yang menunjukkan laba perusahaan dengan membagi laba bersih terhadap total aktiva yang dimiliki perusahaan sehingga rasio ini disebut juga dengan *earning power* karena menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan (Brigham and Houston, 2010). Profit mempunyai peran yang sangat penting sebab profit adalah suatu alat ukur untuk dapat mengetahui suatu kinerja keuangan pada sebuah perusahaan, agar dapat di jadikan sebagai syarat untuk dapat memberikan nilai pada perusahaan tersebut.

Menurut Gray (1995), sebuah teori yang melandasi pengungkapan CSR adalah teori legitimasi. Sari (2013) bahwa teori legitimasi adalah sebuah gagasan yang berhubungan dengan kontrak sosial antara masyarakat dengan perusahaan. Menurut teori legitimasi ini agar dapat di terima oleh masyarakat, maka perusahaan harus lebih banyak melakukan pengungkapan aktivitas sosial perusahaan yang mana dapat menjamin berlanjutnya suatu perusahaan. Tujuan perusahaan bukan hanya mencari keuntungan saja, tetapi memberikan manfaat terhadap pemegang saham. *Stakeholder* menyarankan karena perusahaan tersebut perusahaan yang beroperasi, jadi harus memberikan suatu manfaat bagi pihak yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, intinya menurut teori *stakeholder* ini eksistensi perusahaan untuk memerlukan dukungan dari *stakeholder* sehingga dari dukungan tersebut memerlukan persetujuan dari *stakeholder* untuk mempertimbangkan aktivitas perusahaan (Pattisahusiwa dan Diyanti, 2017).

Dapat diberi kesimpulan jika profitabilitas mengalami peningkatan maka hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan akan berdampak baik, sebab dengan naiknya profitabilitas perusahaan maka akan berdampak baik jika perusahaan melakukan tanggung

jawab sosial, serta akan naiknya nilai perusahaan (Putra *et al.* 2017). Beberapa penelitian meneliti bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pernah dilakukan. Penelitian Yuniarsih dan Wirakusuma (2007) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Carningsih (2009) menunjukkan hasil profitabilitas mempunyai pengaruh yang negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Handoko (2010) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan menjadi lebih kuat apabila perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi juga melakukan pengungkapan informasi mengenai langkah apa yang sudah dilakukan perusahaan untuk kebaikan lingkungan (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan aktivitas bisnis dimana perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial perusahaan kepada pemangku kepentingan dan juga masyarakat luas dalam menunjukkan bentuk perhatiannya guna untuk meningkatkan kesejahteraan dan bisa berdampak positif bagi lingkungan sekitar. Menurut Wibisono (2007) prinsip CSR merujuk pada 3 aspek yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ketiga aspek ini dikenal dengan istilah "*Triple Bottom Line*" yang dijadikan sebagai acuan dalam aktivitas suatu perusahaan.

Perusahaan harus menerapkan CSR guna mengatasi masalah yang diakibatkan oleh aktivitas operasional perusahaan, dimana perusahaan perlu sesuatu nilai yang baik, sesuai dengan bukti yang sudah dilakukan kepada masyarakat dan lingkungan sekitar, terutama kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*) agar para pemegang saham dapat menilai seberapa banyak aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan dapat menjadi salah satu strategi atau upaya untuk meningkatkan legitimasi dan meningkatkan reputasi baik perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk mengungkap seberapa penting peran pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan dalam upaya peningkatan profitabilitas, menarik para investor dan juga kreditur guna menanamkan modal dan berinvestasi pada perusahaan. Pengungkapan CSR dapat memberikan informasi signal positif bagi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut jauh lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain dikarenakan perusahaan tersebut peduli dengan lingkungan, ekonomi dan juga sosial dari aktivitas operasi perusahaan. Saham perusahaan jauh lebih diminati yang artinya permintaan saham oleh para investor akan menjadi lebih tinggi dan meningkatnya permintaan saham akan lebih mendorong meningkatnya nilai perusahaan.

Dengan uraian latar belakang masalah diatas, maka permasalahan dirumuskan sebagai berikut: 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?; 2) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?; 3) Apakah terdapat dampak profitabilitas sebagai variabel moderating pada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) Untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan; 2) Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan; 3) Untuk menguji dampak profitabilitas sebagai variabel *moderating* pada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Legitimasi

Gray *et al.*, (1996) menyatakan bahwa teori legitimasi merupakan organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Dasar pemikiran teori ini adalah organisasi atau perusahaan yang akan terus berlanjut keberadaannya apabila masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai masyarakat itu

sendiri. Legitimasi ini dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan kedepan. Dengan adanya legitimasi di lingkungan sekitar diharapkan nilai perusahaan bisa membantu perusahaan agar bisa memperoleh laba sesuai dengan yang diharapkan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan salah satu teori pilar dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum, sinyal diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak luar (investor). Sinyal tersebut dapat berwujud dengan berbagai bentuk, baik yang secara langsung dapat diamati maupun yang harus dilakukan penelaahan lebih mendalam untuk dapat mengetahuinya. Apapun bentuk atau jenis dari sinyal yang dikeluarkan, semuanya dimaksudkan untuk menyiratkan sesuatu dengan harapan pasar atau pihak eksternal akan melakukan perubahan penilaian atas perusahaan. Artinya, sinyal yang dipilih harus mengandung kekuatan informasi (*information content*) untuk dapat merubah penilaian pihak eksternal perusahaan. Hubungan signaling theory dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang baik dapat menjadi signal positif dan sebaliknya nilai perusahaan yang buruk dapat menjadi signal negatif. Dengan kata lain investor tidak akan menginvestasikan dananya pada perusahaan yang bernilai tidak baik. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diharapkan dapat dijadikan sinyal positif bagi investor untuk menanamkan modalnya pada saham perusahaan. Perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Sari, 2013).

Teori Stakeholder

Menurut Chariri dan Ghazali (2007) Teori *Stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Teori pemangku kepentingan adalah teori yang mempertimbangkan kepentingan masing-masing kelompok pemangku kepentingan agar mampu menciptakan strategi baru bagi perusahaan untuk menciptakan dan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal menyeimbangkan peran dan hubungan antara *stakeholder*, maka perusahaan harus memiliki tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal dengan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) kepada para *stakeholdernya* jika menginginkan perusahaannya terus beroperasi dalam jangka panjang, terlebih lagi dalam hal memaksimalkan keuntungan. Memenuhi keinginan *stakeholder* merupakan salah satu strategi *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Semakin baik kinerja pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk perusahaan dengan tujuan agar meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) menjelaskan bahwa CSR merupakan komitmen dunia usaha untuk terus bertindak etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara luas. Menurut Hamim (2020) pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah komitmen dari bisnis atau perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam buku tersebut Elkington menyebutkan bahwa CSR dikemas dalam 3P yaitu profit, planet, dan people. Menurut Elkington perusahaan yang baik tidak hanya mencari profit (keuntungan) belaka melainkan juga perusahaan yang peduli akan kelestarian planet (lingkungan hidup) dan juga memperhatikan kesejahteraan people (masyarakat). Nilai perusahaan akan terus

meningkat jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sekitar. Industry menyadari kalau keterkaitannya dengan sosial serta area dekat ialah perihal yang sangat berarti guna meningkatkan nilai industri secara berkepanjangan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Pengungkapan adalah pengeluaran informasi yang ditujukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Tujuan dari *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Pengungkapan CSR merupakan pengungkapan suatu informasi mengenai aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan yang diharapkan dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan dan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Industri melaksanakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bertujuan guna membangun *image* maupun reputasi industri dan guna menemukan atensi dari masyarakat. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah salah satu metode guna mempertahankan nilai industri, serta untuk meningkatkan *stakeholder* industri. Apabila industri sanggup guna menaikkan nilai industri serta mempertahankan *stakeholdernya* sehingga industri sudah sukses mengoperasikan industri dengan baik. Dengan terdapatnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sehingga diharapkan bisa membuat ikatan baik antara kawasan warga dengan industri, dengan begitu industri memperoleh legitimasi sosial guna mampu mengoptimalkan tingkatan profitabilitas industri.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah salah satu pertimbangan investor sebelum memutuskan untuk memberikan dana kepada perusahaan. Jika dikaitkan dengan kepemilikan saham, semakin tinggi nilainya, maka semakin tinggi pula kemakmuran para pemegang saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan merupakan penunjuk guna memperhitungkan keadaan perusahaan secara totalitas. Nilai perusahaan pula dijadikan cerminan untuk perusahaan guna mengenali aktivitas bisnisnya semenjak perusahaan tersebut didirikan sampai masa yang hendak tiba. Apabila aktivitas operasional perusahaan berjalan dengan baik, maka nilai sahamnya juga meningkat, dengan begitu nilai perusahaan juga ikut meningkat dan perusahaan tidak terpengaruh dengan utang perusahaan. Jadi dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa harga saham merupakan index yang tepat untuk mengukur tingkat keefektifan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

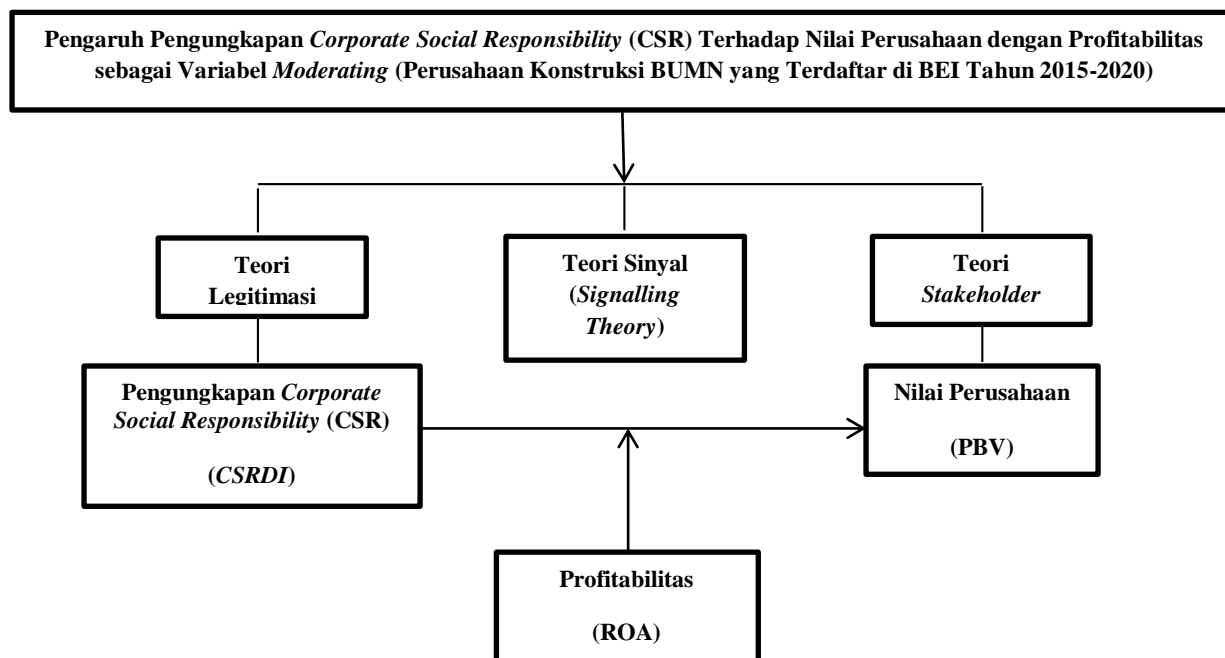
Profitabilitas

Kasmir (2013) menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio guna mengukur keahlian suatu industri dalam operasionalnya untuk memperoleh keuntungan serta memberikan gambaran tingkat efektifitas manajemen sebuah perusahaan. Profitabilitas menggunakan alat ukur rasio keuangan guna menganalisis kondisi keuangan suatu perusahaan. Struktur modal yang dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan baik. Struktur modal yang rendah akan meningkatkan tingkat profitabilitasnya, begitu pula sebaliknya apabila struktur modal tinggi akan menurunkan tingkat profitabilitasnya. Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas sangatlah penting bagi perusahaan karena dapat mempertahankan kondisi keuangan perusahaan dan juga profitabilitas dianggap sebagai elemen untuk menciptakan nilai perusahaan dimasa yang akan datang.

Semakin baik perusahaan mengelola aktivitas bisnisnya, semakin baik profitabilitas yang diperoleh perusahaan. Profitabilitas merupakan hasil dari keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengatur kegiatan operasional suatu perusahaan.

Rerangka Konseptual

Berdasarkan uraian penjelasan diatas, maka dapat dibuat suatu rerangka konseptual mengenai dampak profitabilitas pada pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Rerangka konseptual dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Perhatian perusahaan terhadap kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan akan meningkatkan loyalitas produk yang akan dijual dan dipasarkan oleh perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dapat menaikkan nilai perusahaan, hal ini bisa dilihat dari meningkatnya laba yang diperoleh dari industry dampak para investor yang berinvestasi. Hal ini sudah dijelaskan didalam teori legitimasi, teori sinyal, dan teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa perusahaan harus melakukan aktivitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan semaksimal mungkin agar kegiatan perusahaan bisa diterima dengan baik oleh masyarakat. Rosiana *et al.*, (2013) menyatakan bahwa Pengaruh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

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

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Rizqia *et al.*, (2013) perusahaan yang dapat menjaga kestabilan dan meningkatkan laba dapat dilihat sebagai sinyal positif oleh investor berkaitan dengan kinerja perusahaan. Hal tersebut terjadi disebabkan perusahaan yang mengalami peningkatan laba

mencerminkan bahwa perusahaan mempunyai kinerja yang baik, sehingga menimbulkan sentimen positif dari investor dan dapat membuat harga saham perusahaan mengalami peningkatan. Meningkatnya harga saham di pasar berarti meningkat pula nilai perusahaan di mata investor. Menurut Kasmir (2010:196) profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hidayati (2010) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Dampak Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh laba. Tahap profitabilitas yang banyak bisa memicu industri semakin pasti untuk menerapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang bisa menaikkan nilai industri karena lebih banyak investor untuk berinvestasi kepada perusahaan dan dengan itu investor merasa bahwa memperoleh keuntungan atas dana yang telah diinvestasikan. Profitabilitas merupakan bahan yang sangat penting sebagai pertimbangan bagi para investor untuk berinvestasi. Dengan profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat para investor semakin tertarik untuk berinvestasi kepada perusahaan sehingga bisa menaikkan nilai perusahaan. Hal ini didukung penelitian Rosiana *et al.*, (2013)

H₃: Profitabilitas sebagai variabel *moderating* memperkuat pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009: 14) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, periode penelitian ini mencakup data tahun 2015-2020. Data pada penelitian yang digunakan adalah data sekunder yaitu data tentang ringkasan laporan keuangan perusahaan konstruksi selama periode 2015-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel ini dilakukan menggunakan *purposive sampling* yaitu melalui pengambilan sampel secara khusus berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yang akan dijadikan sampel adalah sebagai berikut: 1) Perusahaan Konstruksi BUMN yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2015-2020; 2) Perusahaan yang laporan keuangan tahun 2015 sampai tahun 2020 dapat diperoleh secara lengkap di idx.co.id dan GIBEI STIESIA Surabaya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang tersimpan seperti laporan keuangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti, biasanya didapatkan dari data

dokumenter yang dipublikasikan. Dalam penelitian ini, data yang diambil dari Galeri Investasi Bursa Efek Indonesia STIESIA Surabaya.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini diukur memakai *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)* bersumber pada standar *Global Reporting Initiative (GRI)* versi G-4 dengan indikator sebanyak 91 item. Fitur yang ada di GRI G-4 menjadikan pedoman ini lebih digunakan, baik bagi pembuat laporan yang berpengalaman maupun bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun. Perhitungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dilakukan dengan memanfaatkan variabel *dummy*, yakni untuk setiap item pengungkapan yang diungkapkan akan diberi skor 1 dan apabila tidak diungkapkan maka diberi skor 0. Secara sistematis CSR dapat dihitung dengan rumus:

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan bisa dilihat dari segi analisis laporan keuangan perusahaan, yaitu berupa rasio keuangan dan harga saham. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara baik apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka kemakmuran pemegang saham akan terwujud dengan baik. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value (PBV)*. Secara sistematis PBV dapat dihitung dengan rumus:

$$PBV = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}} \times 100\%$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan keahlian industri guna mencapai sebuah keuntungan. Profitabilitas didalam penelitian ini digunakan untuk mempengaruhi interaksi antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Nilai Perusahaan. Pada penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return On Assets (ROA)*. *Return On Assets (ROA)* merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas yang mampu menilai kemampuan perusahaan dalam hal memperoleh laba dari aktiva yang digunakan. *Return On Assets (ROA)* digunakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi apakah pihak manajemen sudah mendapatkan imbalan yang sesuai berdasarkan aset yang sudah dimilikinya. Secara sistematis ROA dapat dihitung dengan rumus:

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

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2013:206) analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Analisis statistik deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (pada Perusahaan Konstruksi BUMN yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2020).

Analisis Regresi Moderasi

Pada penelitian ini juga menggunakan metode analisis regresi moderasi sebagai metode analisis. Analisis regresi moderasi ini digunakan untuk melihat Dampak Profitabilitas Pada Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Analisis regresi ini digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh peralihan jumlah variabel dependen, apabila jumlah variabel independen diubah-ubah atau dinaik turunkan. Hasil analisis regresi dimanfaatkan guna membentuk keputusan apakah naik turunnya variabel dependen dapat dilihat melalui kenaikan variabel independen atau tidak. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan metode analisis statistik yaitu analisis regresi linier. Model analisis regresi linier dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{CSRDI} + \beta_2 \text{PROF} + \beta_3 \text{CSRDI} * \text{PROF} + e$$

Keterangan:

- Y : Nilai Perusahaan
- α : Konstanta
- $\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi
- CSRDI : *Corporate Social Responsibility*
- PROF : Profitabilitas
- e : Tingkat kesalahan penduga dalam penelitian (error)

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh gambaran yang sebenarnya tentang kondisi perusahaan dalam analisis. Dalam analisis deskriptif penelitian ini meliputi variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur memakai *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI), variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan yang diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV), dan variabel moderating yaitu Profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA).

Tabel 1
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	57	.19	.27	.2285	.02480
PBV	57	.41	8.72	1.3622	1.20170
ROA	57	-.44	.16	.0207	.07594

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2021

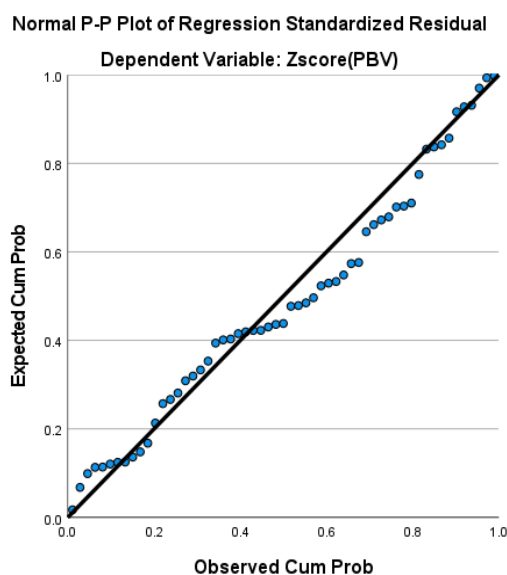
Berdasarkan pada Tabel 1 tersebut variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *minimum* 0,19. Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,27. Nilai standar deviasi yang dimiliki variabel CSR yaitu sebesar 0.02480 dan rata-rata (*mean*) pada variabel CSR sebesar 0,2285 menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan sebesar 22,85%. Diperoleh nilai terendah sebesar 0,1868 dan nilai tertinggi sebesar 0,2747. Artinya nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) berkisar antara 0,1868 sampai dengan 0,2747. Nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) terendah dimiliki oleh PT Acset Indonusa Tbk. pada tahun 2015 yang berarti perusahaan tersebut mampu menciptakan nilai melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 18,68% sedangkan nilai *Corporate Social Responsibility* (CSR) tertinggi dimiliki oleh PT Waskita Karya Tbk. pada tahun 2020 yang berarti perusahaan tersebut mampu menciptakan nilai sebesar 27,47%. Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai *minimum* sebesar -0,44. Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,16. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel profitabilitas (ROA) sebesar 0,0207 dan standar deviasi yang dimiliki variabel profitabilitas (ROA) yaitu sebesar 0.07594. Diperoleh nilai terendah sebesar -0,4386 dan nilai tertinggi sebesar 0,1649. Artinya nilai

profitabilitas (ROA) berkisar antara -0,4386 sampai dengan 0,1649. Nilai profitabilitas (ROA) terendah dimiliki oleh PT Acset Indonusa Tbk. pada tahun 2020 yang berarti perusahaan tersebut tidak mampu menciptakan nilai melalui profitabilitas (ROA) sebesar -43,86% sedangkan nilai profitabilitas (ROA) tertinggi dimiliki oleh PT Indonesia Pondasi Raya Tbk. pada tahun 2015 yang berarti perusahaan tersebut mampu menciptakan nilai sebesar 16,49%. Variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai *minimum* sebesar 0,41. Sedangkan nilai maksimum sebesar 8,72. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel nilai perusahaan (PBV) sebesar 1,3622 dan standar deviasi yang dimiliki variabel nilai perusahaan (PBV) yaitu sebesar 1,20170. Diperoleh nilai terendah sebesar 0,4017 dan nilai tertinggi sebesar 8,7244. Artinya nilai perusahaan (PBV) berkisar antara 0,4017 sampai dengan 8,7244. Nilai perusahaan (PBV) terendah dimiliki oleh PT Nusa Konstruksi Enjiniring Tbk. pada tahun 2016 yang berarti perusahaan tersebut mampu menciptakan nilai melalui nilai perusahaan (PBV) sebesar 40,17% sedangkan nilai perusahaan (PBV) tertinggi dimiliki oleh PT Acset Indonusa Tbk. pada tahun 2020 yang berarti perusahaan tersebut mampu menciptakan nilai sebesar 872,44%.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan guna memeriksa apakah variabel residual berdistribusi normal. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dan grafik normal *p-plot*. Uji normalitas pada analisis grafik dengan normal *probability plot* dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga data berdistribusi normal, begitu juga sebaliknya. Uji normalitas pada analisis grafik dengan normal *probability plot* dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sehingga data berdistribusi normal, begitu juga sebaliknya. Sedangkan uji normalitas yang menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila tingkat signifikansi $> 0,05$ dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal sehingga dapat digunakan dalam penelitian, begitu juga sebaliknya. Berikut hasil dari uji normalitas menggunakan grafik normal *p-plot* dari residual yang disajikan pada gambar 2 dibawah ini:



Gambar 2

Grafik Normal *P-Plot*

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Gambar 2 diatas, hasil uji normalitas menggunakan analisis grafik normal *P-Plot* membuktikan hasil penelitian grafik pola berdistribusi normal, karena terlihat dari grafik penyebaran titik-titik data disekitar garis diagonal sehingga data mengikuti arah garis diagonal, maka penelitian memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan. Berikut adalah hasil uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) yang disajikan pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

		<i>Unstandardized Residual</i>	
N		57	
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000	
	<i>Std. Deviation</i>	.76844441	
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.106	
	<i>Positive</i>	.106	
	<i>Negative</i>	-.058	
<i>Test Statistic</i>		.106	
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>		.170	
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)^d</i>	<i>Sig.</i>	.110	
	<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i>	.102
		<i>Upper Bound</i>	.118

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 2 diatas, hasil uji normalitas menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) menunjukkan signifikansi *asymp sig (2-tailed)* sebesar 0,170. Karena nilai signifikansi > 0,05 (0,170 > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bermaksud guna mengukur apakah model regresi ditemukan korelasi antara variabel independen. Apabila terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas sehingga model regresi tidak dapat digunakan. Menguji ada tidaknya gejala multikolinearitas ialah dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang diperoleh melalui pengolahan data di SPSS. Besarnya tingkat multikolinearitas yang dapat ditolerir, yaitu: *tolerance* < 0,10, dan nilai VIF > 10. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat melalui Tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

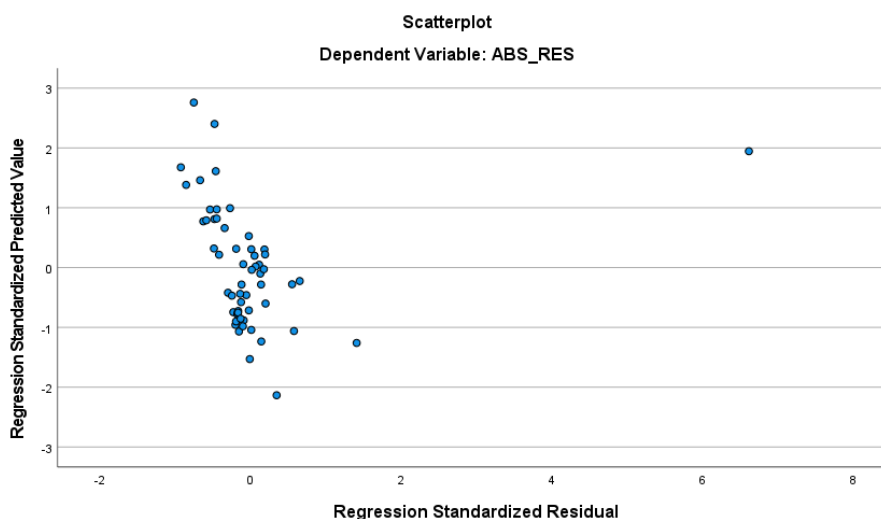
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)		
	(CSR)	.952	1.050
	(ROA)	.680	1.471
	ROA_CSR	.655	1.527

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 3 hasil uji multikolinearitas dengan *tolerance* dan VIF, menunjukkan bahwa hasil tidak ada variabel independen yang mempunyai nilai *tolerance* kurang dari sama dengan 0,10 ($\leq 0,10$) dan hasil perhitungan VIF juga tidak ada variabel independen yang mempunyai nilai VIF lebih dari sama dengan 10 (≥ 10). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel independen dalam penelitian ini atau dapat dikatakan bebas multikolinearitas dan seluruh variabel independen dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual. Model regresi yang baik yaitu yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Metode yang digunakan untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas adalah *rank spearman*. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas data dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola pada grafik *scatterplot* antara ZPRED dan SRESID. Berikut ini menggambarkan hasil dari uji heteroskedastisitas, disajikan dalam gambar 3 berikut ini:



Gambar 3
Grafik Scatterplot
Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Bersumber pada Gambar 3 diatas, hasil dari uji heteroskedastisitas *scatterplot* dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu pada penyebaran data tersebut. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi ini bertujuan guna melihat apakah dalam suatu model regresi linier ada atau tidaknya korelasi pada data observasi. Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah autokorelasi dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (Uji DW). Model regresi linier dianggap baik apabila regresi bebas dari masalah autokorelasi. Berikut hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

Model	<i>Durbin-Watson</i>
1	1.545

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 4 diatas, hasil uji autokorelasi membuktikan bahwa nilai *Durbin-Watson* terletak -2 sampai dengan +2 dengan nilai sebesar 1,545. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi atau terbebas dari autokorelasi.

Uji Kelayakan Model (uji F)

Uji F sebagai alat untuk menguji apakah model regresi didalam penelitian signifikan atau tidak signifikan. Apabila model dalam suatu penelitian signifikan bahwa model regresi bisa digunakan menjadi prediksi, begitu kebalikannya jika model pada penelitian tidak signifikan maka model regresi tidak bisa dijadikan prediksi. 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 F dapat dilihat pada Tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.313	3	7.104	11.386	.000 ^b
	Residual	33.068	53	.624		
	Total	54.381	56			

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 5 diatas, dapat dilihat bahwa nilai F hitung dengan tingkat signifikansi 0,000 dibawah 0,05 adalah sebesar 11,386. Dilihat dari tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka model penelitian layak dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian yang menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas (ROA) layak diuji terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji Signifikansi Individual (uji t)

Uji t ini bertujuan untuk menunjukkan apakah terdapat pengaruh hubungan antara variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan variabel dependen yaitu nilai perusahaan, serta variabel *moderating* yaitu profitabilitas. Hasil uji t bisa dilihat pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		
		B	T	Sig.
1	(Constant)	.054	.506	.615
	(CSR)	-.231	-2.163	.035
	(ROA)	-.728	-4.857	.000
	(ROA_CSR)	-.099	-.430	.669

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Dari Tabel 6 diketahui bahwa CSR menghasilkan nilai koefisien sebesar -0,231, serta nilai t hitung sebesar -2,163 dan nilai signifikan sebesar 0,035 yang berarti menunjukkan bahwa nilai signifikan CSR $< 0,05$. Hal ini berarti hipotesis menunjukkan bahwa H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. ROA menghasilkan nilai koefisien sebesar -0,728, serta nilai t hitung sebesar -4,857 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti menunjukkan bahwa nilai signifikan ROA $< 0,05$. Hal ini berarti hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien dari variabel *moderating* sebesar -0,099, serta nilai t hitung sebesar -0,43 dan nilai signifikan sebesar 0,669 yang berarti menunjukkan bahwa nilai signifikan dari variabel *moderating* $> 0,05$. Hal ini hipotesis menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas sebagai variabel *moderating* tidak berdampak signifikan atau tidak

memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) diperlukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan atau ketepatan model regresi yang digunakan dalam menerangkan variasi variabel dependen. Penilaian dalam menguji koefisien determinasi adalah jika $R^2 = 1$ atau mendekati 1, maka hasil uji tersebut mengindikasikan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang sangat kuat dan variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi variabel dependen semakin kecil. Namun jika $R^2 = 0$ atau mendekati nol, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen mempunyai hubungan yang sangat lemah dan variabel independen lainnya yang mempengaruhi variabel dependen semakin besar. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) bisa dilihat pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	<i>R Square</i>
1	.392

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 7 diatas, dapat dilihat bahwa nilai *R-square* sebesar 0,392. Hal ini dapat disimpulkan bahwa hubungan atau korelasi antara faktor-faktor yang mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 39,2% dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan sisanya 60,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Dari Tabel regresi dapat dilihat besarnya *t* hitung untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar -2,163 dan nilai signifikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 0,035 berarti nilai signifikan CSR $0,035 < 0,05$ (H_1 ditolak) yang artinya bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan analisis statistik deskriptif dari data setelah di *outlier* pada perusahaan konstruksi di tahun 2015-2020 diperoleh nilai *mean* sebesar 22,85%. Pada penelitian ini tidak mampu mendukung teori *stakeholder* yang artinya perusahaan sudah melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan sangat baik, tetapi investor menangkap bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan perusahaan kurang tepat, Sehingga value perusahaan tidak bertambah. Karena khususnya perusahaan konstruksi berfokus pada profitabilitas.

Berkurangnya tingkat laba yang dimiliki perusahaan akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan, karena pada umumnya para investor lebih cenderung untuk melakukan kegiatan investasi dan membeli saham pada perusahaan yang memiliki tingkat laba tinggi. Perusahaan melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku agar perusahaan tidak dikenakan sanksi, perusahaan tersebut menganggap bahwa nilai perusahaan tidak diperoleh dari aktivitas tanggung jawab sosial saja. Sedangkan CSR merupakan salah satu bentuk strategi jangka panjang yang dilakukan oleh perusahaan untuk tetap menjamin keberlangsungan pertumbuhan suatu perusahaan dan pengaruh dari beban yang harus dikeluarkan perusahaan untuk pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian

Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki t hitung sebesar -4,857 dengan nilai signifikan sebesar 0,000, maka profitabilitas secara individual mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi profitabilitas $0,000 < 0,05$ (H_2 ditolak) yang artinya bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan analisis statistik deskriptif dari 10 sampel perusahaan konstruksi setelah di *outlier* untuk nilai *mean* profitabilitas sebesar 2,07%. Yang artinya perusahaan tidak bisa memanfaatkan asset yang dimiliki, sekalipun adanya tambahan modal disetor dari penjualan saham, perusahaan tidak bisa memaksimalkan laba yang diperoleh dan itu ditangkap oleh investor atau *stakeholder*.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik ataupun karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan menjalankan investasi baru. Oleh karena itu manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Dampak profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki t hitung sebesar -0,43 dengan nilai signifikan sebesar 0,669, maka profitabilitas secara individual mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi profitabilitas $0,669 > 0,05$ (H_3 ditolak) yang artinya bahwa profitabilitas sebagai pemoderasi tidak berpengaruh signifikan atau tidak mampu memperkuat pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Dalam hal perolehan aktiva perusahaan sudah dapat dikatakan bagus, karena harta yang dimiliki dapat ditingkatkan. Namun harta yang meningkat jugatidak menjamin laba ikut meningkat karena jika perputaran dari harta tersebut meningkat tetapi tidak diikuti dengan peningkatan pada laba maka akan mengakibatkan laba suatu perusahaan menurun, tujuan jangka pendek perusahaan tidak tercapai, aktivitas perusahaan menjadi terganggu dan tujuan jangka panjang tidak dapat terealisasi.

Menurut Kasmir, (2012, 201) Sehingga untuk dapat mengatasi hal tersebut perusahaan dapat melakukannya dengan menekan serta mengendalikan biaya operasional perusahaan, menaikkan tingkat laba, mengatasi persaingan yang semakin tajam antara perusahaan sejenis, serta perlu adanya kebijaksanaan dari pimpinan perusahaan dalam menetapkan suatu standar profit yang harus dicapai pada periode yang mendatang. Semakin tingginya profitabilitas yang dihasilkan perusahaan diharapkan dapat menarik minat investor dalam mengambil keputusan untuk menginvestasikan modalnya. Semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan, maka dapat menarik perhatian investor terlebih bila didukung dengan profitabilitas yang tinggi, sehingga dapat memperkuat ketertarikan pasar atas perusahaan tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa, profitabilitas dapat memperkuat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang

dilakukan oleh Kusumadilaga (2010) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mempengaruhi hubungan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Setelah dilakukan pengujian dan pembahasan mengenai “Dampak Profitabilitas Pada Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan” maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) *Corporate social responsibility* (CSR) secara parsial tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan tidak memiliki hubungan antara *Corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan yang diukur dengan harga saham, yang berarti perusahaan tidak dapat mengelola *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan baik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya; 2) Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa profitabilitas memiliki hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value*, yang berarti perusahaan berhasil dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba sehingga laba yang dihasilkan bertambah dan investor tertarik untuk menginvestasikan modalnya keperusahaan tersebut; 3) Profitabilitas tidak dapat memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola dan mengatur kegiatan bisnisnya diukur dari tingkat profitabilitas yang diperoleh. Profitabilitas dianggap sebagai sesuatu yang sangat penting didalam perusahaan karena dapat mempertahankan kondisi keuangan dan profitabilitas digunakan menjadi suatu bagian bagi perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan dimasa yang akan datang.

Keterbatasan

Pada penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan, sehingga bisa dijadikan arahan untuk penelitian berikutnya diantaranya sebagai berikut: 1) Hasil penelitian menemukan besaran koefisien determinasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan sebesar 39,2%, masih perlu dikaji kembali variabel independen yang lain seperti *Good Corporate Governnace* (GCG), *leverage*, kepemilikan manajemen, dan lain-lain; 2) Perusahaan yang menjadi sampel penelitian adalah perusahaan konstruksi yang berjumlah 18 perusahaan dengan tahun pengamatan pada tahun 2015-2020, namun 8 perusahaan konstruksi tidak dapat diakses laporan keuangan secara lengkap terkait informasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Saran

Bersumber pada hasil penelitian, kesimpulan, dan beberapa keterbatasan pada penelitian ini, maka adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis terkait penelitian ini agar penelitian selanjutnya bisa menghasilkan hasil yang lebih baik adalah sebagai berikut: 1) Penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah atau menggunakan lebih dari 1 variabel independen yaitu bisa dengan menambah variabel *Good Corporate Governance* (GCG), *leverage*, kepemilikan manajemen, dan lain-lain agar dapat merumuskan hasil uji hipotesis yang lebih banyak lagi; 2) Penelitian selanjutnya diharapkan guna memperbanyak sampel perusahaan agar dapat memperoleh informasi perusahaan yang lebih baik lagi; 3) Penelitian selanjutnya diharapkan melibatkan pihak lain dalam membantu menentukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh perusahaan untuk memeriksa kembali keakuratan dan kebenaran dalam menentukan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang diungkapkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Chariri dan Ghozali. I. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Adhitya, R., Suhadak, dan Nuzula, N. F. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Probabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 31(1): 66-72.
- Brealey, M. dan Marcus. 2007. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.
- Brigham, Eugene F. Dan J.F. Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.
- Carningsih.2009. Pengaruh *Good Corporate Governance* Terhadap Hubungan Antar Kinerja Keuangan Dengan Nilai Perusahaan. *Jurnal penelitian*.Universitas Guna Dharma. Jakarta.
- Diana, Sari. 2013. *Konsep Dasar Perpajakan*. PT Refika Adimata. Bandung.
- _____. 2013. *Konsep Dasar Perpajakan*. PT Refika Adimata. Bandung.
- Gray, R., R, dan L. Simon. 1995. Corporate Social and Environmental Reporting: A Review og the Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8 (2): 47-77.
- Gray. R., Owen, D. and Adams, C. 1996. *Accounting and Accountib8lity: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice-Hall. London.
- Gultom, M. C., dan F. Syarif. 2008. Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Dividen, dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi* 47.
- Hamim, M. 2020. Membangun Pathfinder Perpustakaan Perguruan Tinggi-Islam.Webinar APPTIS 2020.
- Handoko. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Cetakan ke-15. BPFE. Yogyakarta.
- Hery. 2016. *Mengenal dan Memahami dasar dasar laporan keuangan*. PT Grasindo. Jakarta.
- Hidayati, E. E. 2010. Analisis Pengaruh DER, DPR, ROE, dan Size terhadap PBV Perusahaan Manufaktur Yang Listing di BEI Periode 2005-2007. *Jurnal Bisnis Strategi*, 19(2), 166-174. doi:<https://doi.org/10/14710/jbs.19.2.166-174>
- Kasmir. 2010. *Dasar-dasar Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2013. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi XI.
- _____. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Pattisahusiwa, S., dan Diyanti, F. 2017. Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Struktur Corporate Governance dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 25-36.
- Poddi, L.dan V, Sergio. 2009. Does Corporate Social Responsibility Affect The Performance of Firms.*Paper* disampaikan pada EACES Conference University of Perugia. June. 25-27.
- Puspita, N. S. 2011. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, ukuran Perusahaan, dan profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.*Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*.

- Putra, A. A., Kristanti, F. T., dan Yudowati, S. P. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *E-Proceeding of Management* 4(3).
- _____.2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015). *E-Proceeding of Management* 4(3).
- Retno M., R. Dyah dan D. Priantinah. 2012. Pengaruh *Good Corporate Governance* dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010), *Jurnal Nominal*, 1(1).
- Rizqia, D. Ayu, A., S., dan S. 2013. Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value. *Research Journal of Finance and Accounting*. 4 (11): 120-130
- Rosiana, G.A.M.E., G Juliarsa dan M.M.R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5(3): 723-738.
- _____.2013. Pengaruh Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5(3): 723-738.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- _____. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Fascho Publishing. Gresik.
- Yuniarsih dan Wirakusuma.2007. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi.*Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 25 Mei 2011. Hal 1-10.