

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Irnia Nur Jaziro
irnianj@gmail.com
Anang Subardjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of profitability on firm value, with Corporate Social Responsibility (CSR) as the moderating variable. The profitability was measured by Net Profit Margin (NPM), Return On Asset (ROA), and Return On Equity (ROE). While firm value was measured by PBV. Meanwhile, the disclosure of Corporate Social Responsibility was measured by giving scores on CSR items. The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used purposive sampling, in which the sample was based on the criteria given. In line with that, there were 45 samples from 15 Consumer Goods companies that were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2019. Furthermore, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 23. The research result showed that NPM affected companies' performance. On the other hand, both ROA and ROE did not affect companies' performance. In addition, CSR could moderate the effect of NPM on firm value. However, CSR could not moderate the effect of ROA and ROE on firm value.

Keywords: profitability, net profit margin, return on assets, return on equity, firm value, corporate social responsibility

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan diperkuat oleh pengungkapan *corporate social responsibility*. Profitabilitas diukur dengan *Net Profit Margin* (NPM), *Return On Assets* (ROA), *Return On Equity* (ROE), sedangkan nilai perusahaan diukur dengan PBV dan pengungkapan *corporate social responsibility* diukur dengan pemberian skor pada item *corporate social responsibility* yang diungkapkan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan *purposive sampling* tersebut didapatkan sebanyak 45 sampel dari 15 perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2017-2019. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa NPM berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, sedangkan ROA dan ROE tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. CSR dapat memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh ROA dan ROE terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, net profit margin, return on assets, return on equity, nilai perusahaan, corporate social responsibility

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, persaingan perusahaan semakin ketat dan perusahaan dalam perkembangannya selalu dituntut untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dan eksistensi perusahaannya. Persaingan bisnis yang ada memerlukan pemikiran kritis dan pemanfaatan sumber daya perusahaan secara optimal, agar perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain, baik perusahaan dalam negeri maupun perusahaan asing. Keberlanjutan perusahaan memiliki pengaruh besar dari investor. Kehadiran investor dapat meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Persaingan perusahaan yang begitu kompetitif juga harus didukung dengan penyajian laporan keuangan yang tepat dan akurat.

Laporan keuangan ini menunjukkan kondisi dan posisi keuangan perusahaan. Pencapaian yang dicapai oleh perusahaan, dapat dilihat dari laporan keuangan yang dipublikasikan. Laporan keuangan sebagai alat ukur bagi investor dalam menganalisis kondisi keuangan perusahaan. Sehingga data yang diperoleh menjadi acuan bagi investor dalam proses pengambilan keputusan.

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi tujuan calon investor, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar pula kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan. Fitria (2010) berpendapat bahwa seorang investor akan menginvestasikan dananya dengan memilih saham-saham yang efisien, yang dapat memberikan imbal hasil yang maksimal dengan tingkat risiko tertentu. Salah satu penyebab kenaikan nilai perusahaan adalah kinerja keuangan. Pengukuran kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan rasio keuangan. Rasio keuangan menunjukkan perubahan kondisi keuangan perusahaan dan potensi perusahaan dalam mengelola aset perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah harga yang ditawarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, maka semakin tinggi kemakmuran yang akan diterima oleh perusahaan tersebut (Husnan dan Pudjiastuti 2012:7).

Jika kinerja keuangan menunjukkan prospek yang baik, maka saham tersebut akan diminati oleh investor dan akan mempengaruhi nilai jual saham tersebut. Penilaian kinerja keuangan perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis rasio-rasio keuangan. Untuk Mengukur kinerja keuangan dapat dilihat dari rasio profitabilitas yang salah satunya meliputi *net profit margin* (NPM), *return on assets* (ROA), *rasio return to equity* (ROE). *Net Profit Margin* (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur margin keuntungan atas penjualan. Rasio ini akan menggambarkan laba bersih perusahaan berdasarkan total penjualan bersih. *Return on Assets* (ROA) sendiri merupakan salah satu bentuk untuk mengukur kemampuan perusahaan, dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada. ROA yang positif menunjukkan bahwa dari total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika ROA negatif menunjukkan total aktiva yang digunakan tidak memberikan keuntungan. Oleh karena itu dengan semakin positif nya nilai dari ROA maka akan menunjukkan kinerja keuangan yang baik pula yang akan di ikuti dengan meningkatnya harga saham dari perusahaan tersebut. Sedangkan Menurut Sawir (2009: 20) *Return On Equity* (ROE) adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemiliki modal sendiri atau pemegang saham perusahaan.

Faktor lain yang juga mampu memberikan pengaruh antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Saat ini di Indonesia, praktik CSR belum menjadi perilaku umum, namun di era informasi dan teknologi serta tekanan globalisasi, penerapan CSR oleh perusahaan akan semakin besar. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan wacana yang saat ini sedang marak di dunia perusahaan multinasional. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar modal. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bagian dari strategi bisnis, untuk menunjang keberlangsungan perusahaan dimasa mendatang menurut Yuniasih dan Wirakusuma (2007), akuntabilitas dapat dipenuhi dan asimetri informasi dapat dikurangi jika perusahaan melaporkan dan mengungkapkan kegiatan CSRNya ke para *stakeholders*. Dengan pelaporan dan pengungkapan CSR, para *stakeholders* akan dapat mengevaluasi bagaimana pelaksanaan CSR dan memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut: (1) Apakah profitabilitas NPM dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di bidang *consumer goods*?, (2) Apakah profitabilitas ROA dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di bidang *consumer goods*?,

(3) Apakah profitabilitas ROE dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan di bidang *consumer goods*?, (4) Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan NPM terhadap nilai perusahaan di bidang *consumer goods*?, (5) Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan ROA terhadap nilai perusahaan di bidang *consumer goods*?, (6) Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan ROE terhadap nilai perusahaan di bidang *consumer goods*? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : (1) Untuk mengetahui apakah profitabilitas NPM berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods*, (2) Untuk mengetahui apakah profitabilitas ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods*, (3) Untuk mengetahui apakah profitabilitas ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Consumer Goods*, (4) Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan NPM terhadap nilai perusahaan di bidang *consumer goods*, (5) Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan ROA terhadap nilai perusahaan di bidang *consumer goods*, (6) Apakah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) mampu memoderasi hubungan ROE terhadap nilai perusahaan di bidang *consumer goods*.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Signal theory atau teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan didorong untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Perusahaan mendesak untuk memberikan informasi yang asimetris antara perusahaan dengan pihak luar karena perusahaan lebih mengetahui tentang perusahaan dan prospeknya di masa depan dibandingkan dengan pihak luar (investor, kreditor). Menurut Brigham dan Houston (2014) isyarat atau *signal* adalah tindakan yang diambil perusahaan untuk memberi petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen melihat prospek perusahaan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik.

Teori Stakeholder (*Stakeholders Theory*)

Stakeholder adalah semua pihak, baik internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung (Hadi, 2011:93). Menurut Ghozali dan Chariri (2007), keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan stakeholders, menciptakan nilai tambah dari produk dan jasa bagi stakeholder dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakan tersebut (Wahyudi dan Busyra, 2011:82)

Profitabilitas

Menurut Sartono (2010, 122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas suatu perusahaan akan mempengaruhi kebijakan para investor atas investasi yang dilakukan. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba akan dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah akan menyebabkan para investor menarik dananya. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan adalah keseluruhan kinerja atau perkembangan perusahaan yang menunjukkan hasil kegiatan yang dilakukan perusahaan selama periode tertentu. Atau dapat juga diartikan bahwa kinerja keuangan adalah penampilan perkembangan posisi keuangan suatu perusahaan selama periode tertentu (Brigham dan Houston, 2014). Laporan keuangan yang dipublikasikan pemilik merupakan cerminan kinerja keuangan perusahaan dimana informasi keuangan berfungsi sebagai sarana informasi, alat pertanggungjawaban manajemen kepada perusahaan, gambaran indikator keberhasilan perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan (Harahap, 2004). Semakin baik kinerja keuangan perusahaan maka semakin tinggi pula *return* yang akan di dapatkan oleh investor. Investor akan berusaha mencari perusahaan yang memiliki kinerja yang terbaik dan menanamkan modal pada perusahaan tersebut dengan cara membeli saham perusahaan tersebut.

Nilai Perusahaan

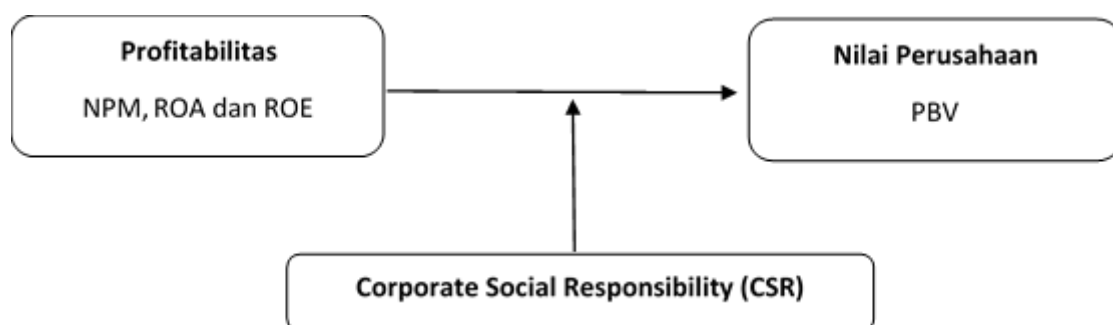
Nilai perusahaan merupakan persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Wijaya dan Panji (2015) menyatakan bahwa harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat. Perusahaan *go public* cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Menurut Gitman, Nilai Perusahaan adalah nilai aktual per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Untung (2009:1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan berfokus pada keseimbangan antara perhatian pada ekonomi, sosial dan aspek lingkungan. Secara garis besar *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonominya, yaitu kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi tujuan sosial tanpa memperhitungkan keuntungan atau kerugian ekonomi.

Rerangka Konseptual

Variabel-variabel yang terkait dengan penelitian ini dapat digambarkan dengan rerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan

Net Profit Margin adalah perbandingan antara laba bersih dengan penjualan. Menurut Bastian dan Suhardjono (2006), rasio ini menunjukkan berapa besar presentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin besar rasio ini, maka dianggap semakin baik kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba yang tinggi. Penelitian dengan menggunakan rasio penghitungan NPM sudah banyak dilakukan, salah satunya seperti penelitian yang dilakukan oleh Anita (2015) penelitian ini menemukan bahwa kinerja keuangan yang diprosikan dengan NPM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₁: *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang paling sering digunakan sebagai variabel kinerja keuangan. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aset perusahaan. Hasil penelitian dari Dhuhriansyah (2018) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu Rinnayaet *et al.*, (2016) menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur menggunakan ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan *Price per Book Value* (PBV). Semakin besar ROA, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan dan semakin baik posisi perusahaan dalam hal penggunaan aset.

H₂: *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

ROE dimaksudkan untuk menghitung tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh perusahaan untuk setiap satuan mata uang yang menjadi modal perusahaan. Dalam pengertian ini, seberapa besar perusahaan memberikan imbal hasil tiap tahunnya per satu mata uang yang diinvestasikan investor ke perusahaan tersebut digunakan untuk mengukur besarnya pengembalian terhadap investasi para pemegang saham. Semakin besar ROE maka semakin besar pula harga pasar, karena besarnya ROE memberikan indikasi bahwa pengembalian yang akan diterima investor akan tinggi sehingga investor akan tertarik untuk membeli saham tersebut dan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Kenaikan harga saham dan harga pasar akan mempengaruhi nilai perusahaan. Maka dengan ini dapat disimpulkan hipotesis kedua yang dapat dirumuskan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₃: *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

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

CSR merupakan strategi perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham. Semakin baik CSR yang dilakukan perusahaan, maka pemegang saham juga akan semakin memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atau seluruh kegiatannya. Hal ini juga akan berdampak positif bagi perusahaan, selain membangun citra yang baik di mata pemegang saham karena kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sosial akan meningkatkan keuntungan perusahaan melalui peningkatan penjualan sekaligus juga menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan sehingga perusahaan nilai akan meningkat. Menurut Suhardjono (2006) dalam Julduha dan Kusumawardhani (2013) jika *net profit margin* tinggi ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu, sebaliknya jika rasionya rendah menunjukkan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu.

H₄: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi NPM terhadap nilai

perusahaan.

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

CSR merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki permasalahan sosial dan lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan, karena CSR juga berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Secara teori menurut Bowman dan Haire (dalam Kusumadilaga, 2010) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR akan meningkatkan nilai perusahaan ketika profitabilitas perusahaan meningkat. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya disebutkan bahwa pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan adalah konsisten, hal ini menunjukkan bahwa ada faktor lain yang juga berinteraksi.

H₅: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan.

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

Para stakeholders akan memberikan dukungan penuh kepada aktivitas perusahaan apabila pengungkapan CSR dapat dilakukan dengan baik dengan melakukan pengungkapan informasi lingkungan dan sosial secara sukarela, senantiasa peduli terhadap lingkungan. Sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba dapat tercapai. Dengan demikian diharapkan tingkat profitabilitas terutama nilai ROE akan ikut meningkat, hal ini akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Rahayu, 2010).

H₆: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi ROE terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu jenis kuantitatif dengan melakukan pengujian hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk melaksanakan hipotesis yang disusun pada awal penelitian dan berdasarkan teori yang dibangun. Penelitian ini mengenai variabel pemoderasi pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Populasi

Populasi yang digunakan adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 -2019.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Dengan kriteria sampel sebagai berikut: (1)Perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019,(2) Perusahaan *consumer goods* yang selama proses pengambilan mempublikasi laporan tahunan secara berturut-turut 2017-2019, (3) Perusahaan *consumer goods* yang mengungkapkan CSR secara konsisten dalam laporan tahunan selama tahun 2017-2019, (4) Perusahaan *consumer goods* yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2017-2019.

Tabel 1
Variabel dan Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Proksi
1	Net Profit Margin (NPM)	Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur margin keuntungan atas penjualan. (Riyanto, 2013:336)	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$
2	Return On Assets (ROA)	Return On Asset (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat laba terhadap asset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut. (Prihadi, 2008:68)	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$
3	Return On Equity (ROE)	Return On Equity (ROE) adalah rasio yang memperlihatkan sejauh manakah perusahaan mengelola modal sendiri secara efektif mengukur tingkat keuntungan dari investasi yang telah dilakukan pemiliki modal sendiri atau pemegang saham perusahaan. (Sawir, 2009 : 20)	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$
4	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. (Harmono, 2009:233)	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$
5	Corporate Social Responsibility (CSR)	Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat di luar tanggung jawab ekonominya, yaitu kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan demi tujuan sosial tanpa memperhitungkan keuntungan atau kerugian ekonomi.	$CSR = \frac{\text{Jumlah Skor item CSR}}{\text{Jumlah maksimum item CSR}} \times 100\%$

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu metode analisis statistik dengan menggunakan program aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Pengujian ini dilakukan untuk memudahkan pemahaman variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah tahap pertama yang dilakukan bertujuan untuk mendeskripsikan variabel-variabel dalam penelitian ini, atau dalam arti lain analisis ini digunakan untuk menganalisis data kuantitatif yang diolah menurut perhitungan untuk masing-masing variabel, sehingga dapat menjelaskan atau menggambarkan kondisi dari suatu perusahaan selama periode pengamatan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian data dengan membandingkan data yang akan diteliti dengan data yang berdistribusi normal berdasarkan mean dan standardeviasi. Uji normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen, dan variabel dependen keduanya berdistribusi normal atau tidak.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2002:69).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2002:61).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi antar variabel bebas, maka model regresi dinyatakan mengandung gejala multikolinear (Suliyanto, 2011:80).

Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Apabila hasil perkalian variabel antara variabel bebas dan variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel pemoderasi signifikan, maka dapat dikatakan bahwa variabel yang dihipotesiskan sebagai variabel pemoderasi sebenarnya dapat memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Suliyanto, 2011:212).

Uji Koefisien Determinan Berganda (R^2)

Uji Koefisien determinan berganda (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi pula kemampuan variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variasi perubahan variabel terikat.

Uji Statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh bersama terhadap variabel terikat.

Uji Statistik t

Uji statistika t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif menentukan ukuran variabilitas dari data NPM, ROA, ROE, *corporate sosial responsibility (CSR)* dan nilai perusahaan yang diperoleh dari nilai PBV pada perusahaan consumer goods yang tercatat di BEI periode 2017 sampai dengan 2019 meliputi nilai minimum, maksimum, mean (rata-rata), dan tingkat penyimpangan atau standar deviasi variabel yang diteliti, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NPM	45	0,018	0,263	0,083	0,054
ROA	45	0,014	0,991	0,119	0,150
ROE	45	0,019	1,388	0,173	0,205
CSR	45	0,443	0,747	0,628	0,071
PBV	45	0,019	5,049	0,942	1,247
Valid N (listwise)	45				

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2021

Berdasarkan statistik deskriptif pada Tabel 2 yang menunjukkan bahwa penelitian ini terdiri dari 15 perusahaan selama 3 tahun dengan total 45 data observasi.

NPM memiliki nilai minimum 0,018 yaitu PT Budi Starch and Sweetener Tbk pada tahun 2017 sedangkan nilai maksimum 0,263 yaitu PT Sido Muncul Tbk pada tahun 2019. Net Profit Margin pada tahun 2017-2019 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 0,083 dan nilai standar deviasi sebesar 0,105.

ROA memiliki nilai minimum 0,014 yaitu PT Chitose Internasional Tbk pada tahun 2019 sedangkan nilai maksimum 0,991 yaitu PT Darya Varia Tbk pada tahun 2019. Profitabilitas (ROA) pada tahun 2017-2019 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 0,119 dan nilai standar deviasi sebesar 0,259.

ROE memiliki nilai minimum 0,019 yaitu PT Chitose Internasional Tbk pada tahun 2019 sedangkan nilai maksimum 1,388 yaitu PT Darya Varia Tbk pada tahun 2019. Profitabilitas (ROE) pada tahun 2017-2019 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 0,173 dan nilai standar deviasi sebesar 0,324.

Tanggung jawab sosial perusahaan paling sedikit 35 kali dari 79 yang diungkapkan yaitu PT Budi Starch and Sweetener Tbk pada tahun 2017 serta hampir keseluruhan pengungkapan item CSR diungkapkan secara berturut-turut pada beberapa perusahaan. CSR pada tahun 2017-2019 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 0,628 dan nilai standar deviasi sebesar 0,071.

Nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum 0,019 yaitu PT Gudang Garam Tbk pada tahun 2019 sedangkan nilai maksimum 5,049 yaitu PT Indofood CBP Tbk pada tahun 2017. Nilai perusahaan (PBV) pada tahun 2017-2019 memiliki nilai rata-rata (mean) sebesar 0,942 dan nilai standar deviasi sebesar 1,247.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

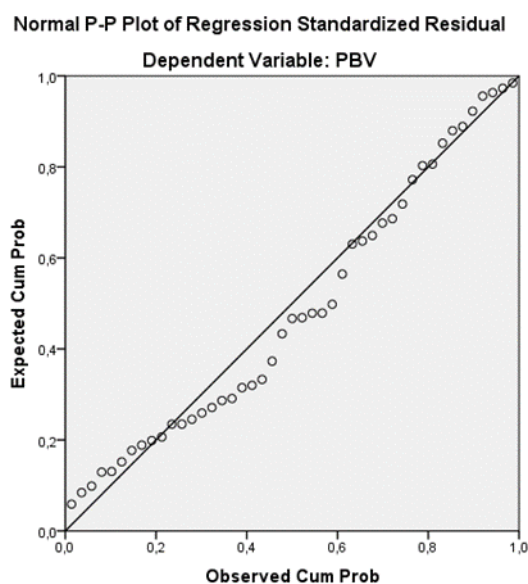
Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier variabel independen dengan variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik yaitu yang memiliki data berdistribusi normal atau mendekati normal. Dibawah ini merupakan tabel hasil dari uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yang diperoleh setelah dilakukannya outlier sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58158557
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.119
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.115 ^c

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2021

Tabel 3 di atas menunjukkan bahwa hasil dari uji normalitas pada variabel profitabilitas dengan indikator ROA dan ROE, CSR dan nilai perusahaan dengan hasil nilai kolmogorov-smirnov Z sebesar 0,438 dengan nilai signifikansi (asyp. Sig 2-tailed) sebesar 0,991. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian berdistribusi normal karena nilai signifikansi > 0.05 . Untuk menguatkan bahwa model regresi berdistribusi normal maka dilakukan analisis grafik sebagai berikut:



Gambar 2

Grafik Normal P-Plot

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Gambar P-Plot di atas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka dapat simpulkan bahwa data dalam penelitian berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen, apabila terdapat hubungan sesama variabel independen maka terdapat masalah multikolinearitas dalam penelitian tersebut. Uji multikolinearitas dapat dilakukan

dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Variabel	Tolerance	Collinearity Statistic	
		VIF	Keterangan
(Constant)			
NPM	0,365	2,742	Bebas Multikolinearitas
ROA	0,646	1,547	Bebas Multikolinearitas
ROE	0,391	2,555	Bebas Multikolinearitas
CSR	0,885	1,130	Bebas Multikolinearitas

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Hasil dari pengujian pada Tabel 4 diatas diketahui nilai tolerance dari tiap variabel > 0,1 dan nilai VIF untuk tiap variabel < 10 maka dapat disimpulkan bahwa penelitian tersebut tidak terdapat multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi dapat dilakukan dengan uji Durbin-Watson seperti yang nampak dalam tabel 5.

Tabel 5
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,739a	0,546	0,501	0,609972	1,960

Predictors: (Constant), NPM,ROA,ROE,CSR

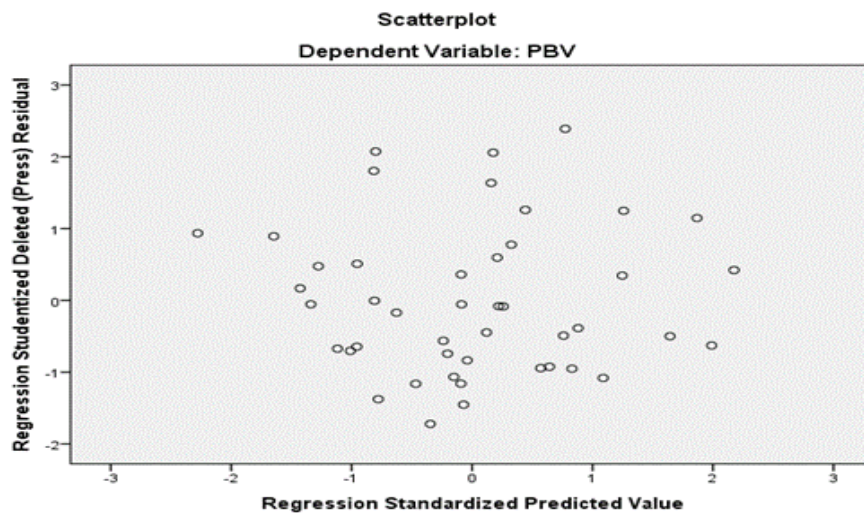
Dependent Variable:PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Pada Tabel 5 di atas diketahui bahwa hasil dari uji autokorelasi menunjukkan angka Durbin-Watson sebesar 1,348. Penelitian dalam uji ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai DW berada diantara $-2 < 1,960 > 2$.

Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas yaitu untuk menganalisis apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2016). Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik. Gambar 3 berikut menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:



Gambar 3
Uji Heterokedastisitas
Sumber: Data Sekunder diolah,2021

Dari Gambar 3 terlihat bahwa grafik tersebut tidak membentuk pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga bebas dari kasus heteroskedastisitas.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Metode regresi linear berganda dilakukan untuk menguji hubungan dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Untuk menguji pengaruh Profitabilitas dengan indikator aset (ROA) dan ekuitas (ROE) terhadap Nilai Perusahaan diperkuat dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, Hasil dari perhitungan uji analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Analisis Regresi Linear berganda Coefficientsa

Model	Unstandardized coefficients		standardized coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	,774	,665		1,165	,251
NPM	,153	,077	,291	1,991	,043
ROA	,001	,001	,084	,555	,582
ROE	-,001	,004	-,050	-,326	,746
CSR	,045	,010	,532	4,694	,001
CSR*NPM	,026	,015	1,039	1,741	,047
CSR*ROA	-3,573	,000	-,273	-,436	,665
CSR*ROE	-6,435	,001	-,095	-,074	,941

a. Dependent variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Tabel 6 di atas diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$PBV = 0,251 + 0,153NPM + 0,000ROA - 0,001ROE + 0,045CSR*NPM - 3,573CSR*ROA - 6,435CSR*ROE$$

Penjelasan untuk persamaan model di atas sebagai berikut: Nilai Konstanta atau *intercept* adalah 0,251 bernilai positif yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, CSR dan nilai perusahaan sama dengan 0 atau bernilai 0 maka nilai perusahaan sebesar 0,251. Nilai koefisien regresi *Net Profit Margin* (NPM) adalah 0,153 bernilai positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel NPM dengan nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi *Return On Asset* (ROA) adalah 0,001 bernilai positif yang menunjukkan adanya hubungan yang searah antara variabel ROA dengan nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi *Return On Equity* sebesar -0,001, nilai koefisien regresi ini bersifat negatif atau tidak memiliki hubungan yang searah. Nilai koefisien regresi NPM adalah 0,026 bernilai positif yang menunjukkan adanya hubungan yang yang tidak searah antara variabel NPM dengan nilai perusahaan yang diperkuat dengan pengungkapan CSR. Nilai koefisien regresi ROA adalah -3,573 bernilai negatif yang menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel ROA dengan nilai perusahaan yang diperkuat dengan pengungkapan CSR. Nilai koefisien regresi ROE adalah -6,435 bernilai negatif yang menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel ROE dengan nilai perusahaan yang diperlemah dengan pengungkapan CSR.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen, nilai koefisien determinasi terletak antara nol dan satu.

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1.	.291 ^a	.084	.063	.835674	

a.Predictors: (Constant), NPM, ROA, ROE

b.Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Pada Tabel 7 di atas diketahui nilai koefisien determinasi model menunjukkan nilai R square sebesar 0,084 atau 8,4 persen, artinya variabel NPM, ROA dan ROE dapat menjelaskan variasi tanggung jawab perusahaan atau CSR hanya sedikit, sisanya (100% - 8,4% = 91,6%) dijelaskan oleh faktor lain diluar model pada penelitian ini.

Uji Kelayakan F

Uji F digunakan untuk melihat seberapa jauh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan level signifikan 0,05 ($\alpha=5\%$). Hasil uji F model nampak pada tabel berikut:

Tabel 8
Hasil Uji F
ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1 Regression	17,915	4	4,479	12,037	,000 ^b
Residual	14,883	40	,372		
Total	32,000	44			

Predictors: (Constant), NPM, ROA, ROE, CSR

Dependent Variable:PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa hasil regresi pada model ini layak untuk diteliti dan dianalisis.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis atau uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara individu atau parsial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018). Pengujian menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Berdasarkan hasil uji f pada Tabel 8, maka dapat diperoleh uji t sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji t

Variabel	Coefficients ^a		Keterangan
	T	Sig.	
NPM	1,991	0,043	Hipotesis diterima
ROA	0,555	0,582	Hipotesis ditolak
ROE	-0,326	0,746	Hipotesis ditolak
CSR*NPM	1,741	0,047	Hipotesis diterima
CSR*ROA	-0,436	0,665	Hipotesis ditolak
CSR*ROE	-0,074	0,941	Hipotesis ditolak

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data Sekunder diolah, 2021

Profitabilitas (NPM) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,043 dengan t-hitung sebesar 1,991 yang artinya profitabilitas dengan indikator laba bersih (NPM) berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas memiliki nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa NPM berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas (ROA) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,582 dengan t-hitung sebesar 0,555 yang artinya profitabilitas dengan indikator aset (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas (ROE) terhadap nilai perusahaan Hasil perhitungan pada tabel diatas menunjukkan bahwa keputusan investasi memiliki nilai signifikansi sebesar 0,746 dengan t-hitung sebesar -0,326 yang artinya profitabilitas dengan indikator ekuitas (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas memiliki nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

CSR dapat memoderasi gabungan profitabilitas dengan indikator NPM terhadap nilai perusahaan, terbukti dengan nilai t-hitung sebesar 1,741 dengan signifikansi sebesar 0,047 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR memoderasi NPM terhadap nilai perusahaan.

CSR tidak dapat memoderasi gabungan profitabilitas dengan indikator aset (ROA) terhadap nilai perusahaan, terbukti dengan nilai t-hitung sebesar -0,436 dengan signifikansi sebesar 0,665 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan.

CSR tidak dapat memoderasi gabungan profitabilitas dengan indikator ekuitas (ROE) terhadap nilai perusahaan, terbukti dengan nilai t-hitung sebesar -0,074 dengan signifikansi sebesar 0,941 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi ROE terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Net Profit Margin* (NPM) terhadap Nilai Perusahaan

Net Profit Margin (NPM) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dengan nilai t-hitung sebesar 1,991 dengan signifikansi 0,043 karena $0,043 < 0,05$. Dalam penelitian ini hasil NPM berpengaruh positif dalam memperhitungkan nilai perusahaan, sehingga dapat diputuskan bahwa H_1 diterima. Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa semakin tinggi NPM akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tandelilin (2011) yang mengatakan jika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dari penjualan, maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan, akibatnya harga saham menjadi tinggi, dimana nilai perusahaan merupakan nilai keuntungan yang ditawarkan kepada investor sebagai cara untuk memperoleh modal. Dengan modal yang cukup, maka perusahaan dapat meningkatkan efektivitas bisnisnya, dengan begitu operasional dapat memperoleh laba dengan optimal.

Pengaruh *Return On Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dengan nilai t-hitung sebesar 0,555 dengan signifikansi 0,582 karena $0,582 > 0,05$. Dalam penelitian ini hasil ROA tidak memiliki pengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai ROA tidak menentukan bahwa nilai perusahaan baik dimata investor karena banyak faktor lain yang diperhitungkan oleh seorang investor seperti dari faktor kondisi ekonomi, sosial, politik dan stabilitas nasional suatu negara.

Hal ini disebabkan oleh kinerja manajemen dalam menggunakan aset perusahaan yang dimiliki belum bisa dikelola secara efisien dan efektif yang menyebabkan laba bersih yang dihasilkan menjadi kecil sedangkan aset yang dimiliki oleh perusahaan sangat besar. Berdasarkan hasil statistik deskriptif bahwa nilai min menunjukkan 0,014 dan nilai max 0,991 dengan nilai mean 0,119, sehingga nilai rata-rata ROA tidak mencerminkan data yang sesungguhnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktrima (2017) dimana profitabilitas yang diprosikan dengan *return on assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price Book Value* (PBV) pada PT Mayora Indah, Tbk. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan Hermawan dan Mafulah (2014) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan menilai bahwa profitabilitas hanya ukuran kinerja perusahaan dalam jangka pendek dan tidak menjamin kelangsungan usaha dan prospek pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang.

Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dengan nilai t-hitung sebesar -0,326 dengan signifikansi 0,746 karena $0,746 > 0,05$. Dalam penelitian ini hasil ROE tidak memiliki pengaruh dalam memperhitungkan nilai perusahaan, sehingga dapat diputuskan bahwa H_3 ditolak. Semakin kecil ROE semakin kecil pula harga pasar, dengan melihat pengembalian modal perusahaan (ROE) yang rendah, dapat memberikan indikasi bahwa investor akan mendapatkan pengembalian yang kecil atau bahkan tidak mendapatkan pengembalian jika ROE benar-benar sangat rendah, perusahaan cenderung memilih menggunakan keuntungan tersebut untuk kepentingan operasional perusahaan atau ditambahkan dalam modal perusahaan. Hal ini membuat investor sulit untuk menanamkan modal pada perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Carningsih (2009) ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil statistik deskriptif bahwa nilai min menunjukkan 0,019 dan nilai max 1,388 dengan nilai mean 0,173, sehingga nilai rata-rata ROE tidak mencerminkan data yang sesungguhnya.

Pengaruh Pengungkapan CSR Memoderasi NPM terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR sebagai pemoderasi kinerja keuangan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dengan nilai thitung sebesar 1,741 dengan signifikansi 0,047 karena $0,047 < 0,05$. Dalam penelitian ini hasil CSR sebagai pemoderasi kinerja keuangan *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh dalam memperhitungkan nilai perusahaan, sehingga dapat diputuskan bahwa H_4 diterima. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa CSR mampu memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan, karena dengan laba yang dihasilkan, perusahaan dapat menggunakan laba tersebut untuk melakukan kegiatan lingkungan dan sosial pada masyarakat sekitar. Perusahaan mendapat respon baik dari masyarakat, hal ini dapat meningkatkan citra baik perusahaan di mata investor. Dengan begitu harga saham akan meningkat dan perusahaan dapat mengoptimalkan peningkatan nilai perusahaan.

Dengan CSR, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, investasi sosial perusahaan dan menciptakan hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Dengan terpenuhinya kewajiban tersebut maka investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang akan menghasilkan harga pasar saham yang lebih baik (Anggitasari dan Mutmainah, 2012).

Selain melihat kinerja keuangan, pasar juga merespon alokasi biaya CSR oleh perusahaan, sehingga alokasi biaya CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan yang baik, karena dengan keterbukaan informasi tentang operasi perusahaan dalam kaitannya dengan lingkungan, perusahaan dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat bahwa dalam menjalankan kegiatannya, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan tetapi juga dampak terhadap lingkungan.

Pengaruh Pengungkapan CSR Memoderasi ROA terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR sebagai pemoderasi kinerja keuangan *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dengan nilai thitung sebesar -0,436 dengan signifikansi 0,665 karena $0,665 > 0,05$. Dalam penelitian ini hasil CSR sebagai pemoderasi kinerja keuangan *Return On Assets* (ROA) tidak memiliki pengaruh dalam memperhitungkan nilai perusahaan, sehingga dapat diputuskan bahwa H_5 ditolak. Perusahaan yang mengungkapkan item CSR belum tentu mampu meningkatkan nilai perusahaan, dimana masyarakat belum memberikan respon yang baik terhadap kegiatan lingkungan dan sosial yang dilakukan perusahaan, karena masyarakat merasa bahwa kegiatan tersebut tidak sedang dibutuhkan oleh mereka.

Penelitian ini sejalan dengan Rahayu (2010) bahwa nilai CSR tidak berpengaruh atau berdampak dengan pengaruh kinerja keuangan ROA terhadap nilai perusahaan. Konsep dan praktik CSR dipandang sebagai strategi perusahaan yang dapat memacu dan meningkatkan pertumbuhan bisnis jangka panjang (Indrawan, 2011:17), Artinya CSR merupakan strategi jangka panjang perusahaan yang hasilnya tidak dapat dirasakan dalam waktu singkat, sedangkan investor cenderung menanamkan modalnya untuk mendapatkan keuntungan (*capital gain*) dalam jangka pendek.

Pengaruh Pengungkapan CSR Memoderasi ROE terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Return On Equity* (ROE) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terbukti dengan nilai thitung sebesar -0,074 dengan signifikansi 0,941 karena $0,941 > 0,05$. Dalam penelitian ini hasil ROE

mengalami pengaruh negatif dalam memperhitungkan nilai perusahaan, sehingga dapat diputuskan bahwa H_6 ditolak. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2010) yang menunjukkan bahwa pengungkapan tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan (ROE) dengan nilai perusahaan.

Dengan adanya kegiatan sosial dan lingkungan (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan kepada masyarakat sekitar dengan tujuan meningkatkan citra baik perusahaan di mata masyarakat. Namun, pemegang saham menganggap bahwa CSR sebagai biaya tambahan (cost additional) yang cukup besar dan mengurangi keuntungan yang seharusnya pemegang saham dapatkan. Sama halnya dengan H_5 , bahwa keuntungan CSR ini dapat dinikmati dalam jangka waktu yang cukup panjang. Pemegang saham menganggap CSR hanya mengurangi keuntungan perusahaan dan tentu mengurangi pengembalian investasi dan manfaatnya tidak dapat dirasakan secara langsung.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (2) *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya tinggi rendahnya ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3) *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya tinggi rendahnya ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (4) *Net Profit Margin* (NPM) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan CSR, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, investasi sosial perusahaan dan menciptakan hubungan baik dengan masyarakat sekitar. Dengan begitu, pengungkapan CSR semakin memperkuat pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan. (5) *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. CSR merupakan strategi jangka panjang perusahaan yang hasilnya tidak dapat dirasakan dalam waktu singkat, sedangkan investor menanamkan modalnya untuk mendapatkan capital gain dalam jangka pendek. Dengan begitu, pengungkapan CSR memperlemah pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan. (6) *Return On Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pemegang saham menganggap bahwa CSR sebagai biaya tambahan (cost additional) yang cukup besar dan mengurangi keuntungan yang seharusnya pemegang saham dapatkan. Dengan begitu, pengungkapan CSR semakin memperlemah pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan simpulan di atas, beberapa saran yang dapat dikemukakan penulis adalah sebagai berikut: (1) Bagi perusahaan sebaiknya memperhatikan setiap akun yang ada pada NPM, ROA dan ROE agar memiliki pengaruh dengan nilai perusahaan, (2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel lain agar dapat melihat pengaruh nilai perusahaan. Untuk mencerminkan kinerja keuangan dapat menggunakan rasio lainnya seperti, likuiditas, solvabilitas dan lainnya, (3) Peneliti selanjutnya bisa memperluas objek penelitian yang ada seperti sub sektor manufaktur, perbankan, dan perusahaan dagang.

DAFTAR PUSTAKA

- Anita, F. 2015. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris pada Perusahaan Real Estate dan Property yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2013)*. Fakultas Ekonomi. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Anggitasari, N. dan Siti, M. 2012. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Struktur Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi*. *jurnal akuntansi*. 1(2): 1-15.

- Bastian, Indra dan Suhardjono. 2006. *Akuntansi Perbankan*. Edisi 1. Salemba Empat. Jakarta.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Buku 1. Edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.
- Carningsih. 2009. Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Hubungan Antara Kinerja Keuangan dengan Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Universitas Gunadarma. Jakarta.
- Dhuhriansyah, M. 2018. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 7(11). e-ISSN: 2460-0585.
- Fitria, S. 2010. Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Utang, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kesempatan Investasi terhadap Kebijakan Dividen. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret. Surakarta.
- Ghozali, I. 2002. *Statistik Non-Parametrik Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali dan Chariri, 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Undip. Semarang.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap, Sofyan Syarif. 2004. *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Hermawan, S. dan Afifah S. Maf'ulah. 2014. Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi Universitas Negeri Semarang*. 6(2).
- Husnan dan Pudjiastuti. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (6 th ed)*. UPP STIM YPKN. Yogyakarta.
- Indrawan, Danu Candra. 2011. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Skripsi*. Akuntansi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Oktrima, Bulan. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: Pt. Mayora Indah, Tbk Tahun 2011 - 2015). *Jurnal Sekurita*, 1(1). ISSN: 2581-2696.
- Pramana, I G N Agung Dwi dan I Ketut Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1): 561-594.
- Rahayu, S. 2010. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rinnaya Yansi Ista, Andini Rita, Oemar Abrar. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Rasio Aktivitas, Keputusan Pendanaan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi*. 2(2).
- Riyanto, B. 2013. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Edisi Keempat. BPFE. Yogyakarta.

- Sartono, A. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi. Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Sawir, A. 2009. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan keuangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Andi. Yogyakarta.
- Tandelilin, Eduardus. 2011. *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. BPFE. Yogyakarta.
- Prihadi, Toto. 2008. *Deteksi Cepat Kondisi Keuangan: 7 Analisis Rasio Keuangan*. Cetakan 1. PPM. Jakarta.
- Untung, Hendrik Budi. 2009. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Wahyudi, Isa dan Busyra Azheri. 2008. *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. In-Trans Publishing. Malang.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan I.B. Panji Sedana. 2015. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(12): 4477-4500.
- Yuniasih, Ni Wayan dan Wirakusuma, Made Gede. 2007. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi*. Universitas Udayana, Bali.