



Seminar Nasional I Universitas Pamulang  
Program Studi D3 Akuntansi  
Aula Rektorat, 13 Desember 2018  
ISSN : 977 25993430 04

# PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CSR SEBAGAI PEMODERASI

<sup>1</sup>Fahri Yulandani, <sup>2</sup>Rina Hartanti, <sup>3</sup>Susi Dwimulyani

<sup>1,2,3</sup>Program Study Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

## Abstract

*The purpose of this study was to determine the effect of profitability and size of the Company's value, and to know the role of CSR in the moderating influence of the causal relationship to the profitability and size of the company's value of participating companies Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA). This study took a sample 20 companies during the study period the year 2014-2015 by using purposive sampling method. The analysis technique using two (2) methods : multiple regression analysis to test the effect of independent variables partially on the dependent variable, and the absolute value of the difference test to determine whether the moderating variables able to moderate the relationship between independent variables and the dependent variable. Hypothesis testing results show that profitability is partially affect the value of the company but the size of the company's value and CSR has no effect on the value of the company, and CSR is not able to moderate the effect of profitability and the size of the company to corporate value.*

**Keywords : Profitability, Company Size, CSR, Corporate Value**

## Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan dampak dari profitabilitas dan ukuran nilai perusahaan, dan untuk mengetahui peran CSR dalam pengaruh moderat hubungan kausal untuk profitabilitas dan ukuran nilai perusahaan perusahaan peserta Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA). Studi ini mengambil sampel 20 perusahaan selama masa studi tahun 2014-2015 dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis menggunakan dua (2) metode: analisis regresi untuk menguji efek dari variabel independen sebagian pada variabel dependen, dan nilai absolut perbedaan tes untuk menentukan apakah variabel moderat mampu moderat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Hipotesis hasil pengujian menunjukkan bahwa profitabilitas sebagian mempengaruhi nilai perusahaan tetapi ukuran nilai dan CSR perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, dan CSR tidak mampu moderat efek profitabilitas dan ukuran perusahaan untuk c nilai orporate.

**Kata kunci:** Profitabilitas, perusahaan ukuran, CSR, nilai perusahaan



## PENDAHULUAN

Banyaknya jumlah perusahaan dalam industri, serta kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan manufaktur. Persaingan dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang telah go public adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan (Kusumajaya, 2011).

Secara umum tujuan pendirian perusahaan dapat dibedakan menjadi tujuan ekonomis dan tujuan social. Yang membedakan perusahaan dengan lembaga social terletak pada penekanan (prioritas) perusahaan terhadap laba, kelangsungan hidup, dan tanggung jawab sosial. Lembaga sosial lebih menitikberatkan prioritasnya pada tanggung jawab sosial (dalam hal ini laba tidak menjadi tolak ukur keberhasilan). Sebaliknya, perusahaan yang berorientasi pada perolehan keuntungan, umumnya akan memfokuskan kegiatannya untuk meningkatkan nilai perusahaan hingga mencapai nilai maksimum (laba merupakan tolak ukur keberhasilan). Dalam hal ini, nilai perusahaan merupakan harga jual perusahaan yang dianggap layak oleh calon investor sehingga ia mau membelinya, jika suatu perusahaan akan dijual (Fuad, 2006).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan profit dari kegiatan operasional perusahaan. Kemampuan menghasilkan laba dapat dilihat dari modal sendiri yang disetorkan ataupun jumlah dana yang diinvestasikan. Batasan ini akan memberikan informasi tentang banyaknya modal sendiri yang dipakai untuk memperoleh laba tersebut maupun laba perusahaan pada periode tertentu. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *return on asset* (Wiagustini dalam Arimbawa dan Made, 2016).

Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar

menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan *total asset* yang kecil. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan. Hal tersebut dapat membantu investor memprediksirisiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan itu. (Daniati dan Suhairi, 2006 dalam Sofyaningsih dan Pancawati, 2011).

Variabel penelitian yang telah diuraikan diatas, masih terdapat adanya *research gap*. Oleh karena itu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimasukkan sebagai variabel yang dapat memoderasi dan memperjelas hubungan diantara kedua variabel tersebut terhadap nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2016). Hal ini juga didukung dengan adanya UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan penerbitan PP No. 47/2012 yang menyatakan bahwa perusahaan yang memanfaatkan atau berdampak terhadap fungsi sumber daya alam dituntut tidak hanya mencari keuntungan semata, akan tetapi juga dituntut untuk memperhatikan masyarakat luas dengan melakukan Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan (TJSL).

Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas (Daniri, 2008). CSR adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana CSR mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibatnya terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan, termasuk lingkungan hidup. Hal ini mengharuskan perusahaan untuk membuat keseimbangan antara kepentingan



beragam pemangku kepentingan eksternal dengan kepentingan pemegang saham, yang merupakan salah satu pemangku kepentingan internal.

Hubungan CSR dalam memoderasi profitabilitas yang diprosikan oleh ROA terhadap nilai perusahaan ditunjukkan melalui hasil penelitian yang dilakukan Pramana dan Mustanda (2016:564), menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif pada nilai perusahaan yang diukur dengan Tobin's Q dan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi terbukti berpengaruh positif terhadap ROA dan nilai perusahaan.. Namun hasil yang berbeda diperoleh oleh Dewa dan Utaminingsih (2014:68), dimana CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan.

Peran moderasi CSR pada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui hasil penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016), yang menunjukkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini dipilih perusahaan partisipan *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA)* sebagai sampel penelitian dan periode penelitian pada tahun 2014 – 2015. Dasar pertimbangannya adalah bahwa praktik CSR yang menggunakan standarisasi terbaru yaitu *Global Reporting Initiative (GRI)* versi ke 4 yang baru mulai berlaku efektif pada tahun 2013. Dengan demikian periode penelitian yang digunakan adalah tahun 2014 – 2015 karena pada tahun tersebut perusahaan dianggap telah mampu dan siap untuk melakukan pengungkapan dan pelaporan tanggung jawab sosialnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2015 dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai pemoderasi. Adapun tujuan dari pengembangan ini karena penelitian masih belum meyakinkan dan sebagai usaha untuk menyempurnakan hasil penelitian terdahulu.

Perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya adalah: penelitian ini menggunakan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) yang terbaru di dalam mengukur

pengungkapan tanggung jawab sosial. Alasan digunakannya standar GRI di dalam penelitian ini karena pengungkapan yang terdapat di dalam GRI bersifat internasional dan bisa digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan sample perusahaan partisipan *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA)* dari tahun 2014-2015. Alasan menggunakan tahun tersebut karena pada periode 2013 perusahaan baru mengadopsi dan mengimplementasi *G4 Guidelines*.

### **TEORI dan PERUMUSAN HIPOTESA**

Penelitian ini didasarkan pada *stakeholder theory* (Daud dan Amri, 2008), teori ini lebih menitik beratkan pada posisi para *stakeholder* yang dipandang lebih memiliki pengaruh. Kelompok inilah yang menjadi pertimbangan utama bagi suatu perusahaan untuk mengungkapkan atau tidak mengungkapkan suatu informasi dalam laporan keuangan. Kelompok-kelompok *stakeholder* disini bukan hanya mencakup pelaku usaha dan pemegang saham perusahaan, tetapi juga para pekerja/buruh/karyawan, pelanggan, pemasok, kreditor, pemerintah, masyarakat, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. Menurut Warsono, dkk. (2009:17), dasar dari teori kepentingan adalah bahwa perusahaan telah menjadi sangat besar, dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat *pervasive* sehingga perusahaan perlu melaksanakan akuntabilitasnya terhadap berbagai sektor masyarakat dan bukan hanya kepada pemegang saham saja.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan yang berhasil diraih oleh perusahaan selama menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin tinggi keuntungan yang dihasilkan, semakin baik kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan pengoperasian aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Dapat dikatakan bahwa tingkat keuntungan yang tinggi mencerminkan kinerja manajer yang baik sehingga prospek



perusahaan pada masa mendatang juga baik (Yunita dan Prasetiono, 2011).

Menurut Analisa dan Wahyudi (2011), semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham (EPS atau *earning per share*) perusahaan. Adanya peningkatan EPS akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan. Kinerja perusahaan dalam mengelola manajemen dapat digambarkan dengan profitabilitas. Menurut Sujono dan Soebiantoro (2007) dalam Apriada dan Made (2016), semakin tinggi profitabilitas dapat menunjukkan prospek perusahaan yang berkualitas baik sehingga pasar akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat pula.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016); Hermuningsih (2013); Kusumajaya (2011); Prasetyorini (2013); Zarlina dan Salim (2014); Dewa, dkk. (2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat ditarik hipotesis :

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

### Ukuran Perusahaan

Menurut Sofyaningsih dan Pancawati (2011), aktiva merupakan tolok ukur besaran atau skala suatu perusahaan. Biasanya perusahaan besar mempunyai aktiva yang besar pula nilainya. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan. Hal tersebut dapat membantu investor memprediksi risiko yang mungkin terjadi jika ia berinvestasi pada perusahaan itu.

Perusahaan dengan aktivitas operasi yang besar, memiliki pengaruh yang besar di lingkungan perusahaan karena masyarakat akan memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial akan semakin besar (Cowen *et al* dalam Sudana (2011).

Perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan-perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumberdaya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil (Yunita, 2011 dalam Prasetyorini, 2013).

Menurut Analisa dan Wahyudi (2011:30), dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal.

Penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016); Prasetyorini (2013); Nuraina (2012); Febriyanti (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### Corporate Social Responsibility

*Corporate responsibility* adalah suatu tanggung jawab di mana perusahaan harus *compliance* dengan peraturan pemerintah dan undang-undang yang ada. Artinya merupakan syarat yang harus dipenuhi perusahaan untuk mendapatkan *license to operate* di suatu tempat atau negara. Dengan kata lain, perusahaan berjanji untuk mematuhi undang-undang peraturan dan ketentuan yang berlaku dinegara tersebut, seperti undang-undang tentang investasi, tenaga kerja dan lingkungan hidup. Ini merupakan *corporate responsibility* (Welirang, 2011).

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan kinerja keuangan



serta dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu, dengan adanya kinerja keuangan dan praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Putri, 2015).

Menurut Pratiwi (2016), berdasarkan teori CSR, jika perusahaan menerapkan CSR maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang direspon positif oleh *stakeholder*. Respon positif dikarenakan *stakeholder* melihat bahwa resiko perusahaan untuk dikenakan sanksi, boikot, dan protes semakin rendah. Karena resiko perusahaan rendah dan memiliki reputasi yang baik dimata pelanggan maka perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan dan mampu meningkatkan laba perusahaan sehingga harga saham perusahaan meningkat yang memberikan keuntungan bagi investor dan nilai perusahaan meningkat.

Penelitian yang dilakukan Zarlina dan Salim (2014); Putri (2015) menemukan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H<sub>3</sub>: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Hal ini menunjukkan adanya faktor lain yang turut mempengaruhi hubungan ROA dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini memasukkan variabel CSR sebagai variabel moderating (Munawaroh, 2015). Pemilihan variabel CSR didasari oleh hasil penelitian mengenai pengaruh Alokasi Biaya Tanggung Jawab Sosial terhadap profitabilitas yang menunjukkan bahwa alokasi tanggung jawab sosial memiliki pengaruh terhadap profitabilitas.

Menurut Yuniasih dan Wirakusuma (2007) dalam Pramana dan Mustanda (2016), Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Oleh sebab itu,

perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk menyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (profit), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian Pramana dan Mustanda (2016) menemukan CSR dapat memoderasi profitabilitas, sedangkan penelitian Putri (2015) menemukan hasil bahwa pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

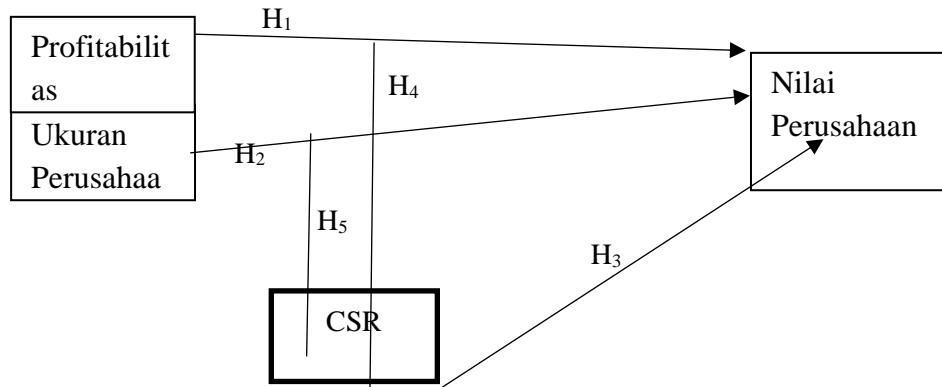
H<sub>4</sub>: *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan yang dibuat. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil. Hal ini karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teori perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial. Pengungkapansosial yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis bagi perusahaan. Dengan mengungkapkan kepedulian pada lingkungan melalui pelaporan keuangan, maka perusahaan dalam jangka waktu panjang bisa terhindar dari biaya yang sangat besar akibat dari tuntutan masyarakat. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil (Barus dan Maksim, 2016). Berdasarkan kajian teoritis dan uraian tersebut, maka hipotesis yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

H<sub>5</sub>: *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hipotesis satu (H<sub>1</sub>) sampai hipotesis lima (H<sub>5</sub>) dapat dibuat rerangka konseptual sebagai berikut:

**Gambar**  
**Rerangka Konseptual**



**Metode Penelitian**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang terbatas pada jenis orang tertentu yang dapat memberikan informasi yang diinginkan, entah karena mereka adalah satu-satunya yang memilikinya, atau memenuhi beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sekaran, 2010). Kriteria perusahaan yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Perusahaan yang *go public* di Bursa Efek Indonesia pada periode Januari 2014 sampai dengan Desember 2015; 2. Perusahaan yang sudah Mengungkapkan Sustainability Report yang sesuai dengan GRI yang terdaftar di *Indonesian Sustainability Reporting Award* (ISRA) dari tahun 2014-2015. Alasan menggunakan tahun tersebut karena pada tahun tersebut standar GRI 4 perusahaan baru dikeluarkan.

Berdasarkan kriteria pada penelitian ini maka perusahaan yang terdaftar di BEI yang memenuhi syarat dalam penelitian ini sebanyak 20 perusahaan selama 2 tahun periode 2014-2015 sehingga jumlah observasi sebanyak 40 data. Sehingga dengan pertimbangan bahwa

jumlah tersebut sudah melebihi jumlah sampel minimal (n=30) dalam penelitian yang dilakukan untuk studi korelasional dan studi kausal-komparatif (Gay dan Diehl dalam Fauzi, 2016).

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan partisipan *Indonesian Sustainability Reporting Award* (ISRA) dari tahun 2014-2015 dan Berdasarkan data yang diperoleh melalui situs BEI di [www.idx.ac.id](http://www.idx.ac.id) yang diakses tanggal 9 Juni 2016.

Analisis data dilakukan dengan uji statistik menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 22. Data diuji menggunakan 2 (dua) metode yaitu uji regresi linier berganda untuk menguji pengaruh antara variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, dan uji nilai selisih mutlak untuk mengetahui apakah variabel moderasi mampu memoderasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Menurut Ghazali (2013), Sebelum melakukan uji linier berganda, metode mensyaratkan untuk melakukan uji asumsi klasik guna mendapatkan hasil yang terbaik (uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas)



## Hasil dan Pembahasan

Tabel 1 :Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	40	-4.75	18.26	5.8228	6.07497
SizeFirm	40	24.82	34.44	31.7314	1.79475
PBV	40	.15	4.79	2.0668	1.21822
CSRi	40	.23	.81	.4753	.13646
Valid N (listwise)	40				

[u1][d2]

Pada Tabel 1 memperlihatkan bahwa rata-rata nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015 sebesar 2,06 dan standar deviasi sebesar 1,2 dimana nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya. kondisi ini menunjukkan tidak adanya fluktuasi nilai perusahaan yang besar pada perusahaan yang menjadi sampel. Pada Tabel 1 juga dapat dilihat nilai perusahaan ( PBV) terendah 0.15 dan nilai tertinggi 4,79. Hal ini menunjukkan sebagian besar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki nilai perusahaan yang positif .

Tabel 1 memperlihatkan bahwa rata-rata profitabilitas (ROA) perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015 sebesar 5,8 dan standar deviasi sebesar 6,07 dimana nilai standar deviasinya lebih besar dari nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan fluktuasi profitabilitas yang besar pada perusahaan yang menjadi sampel.Pada Tabel 1 juga dapat diketahui nilai profitabilitas terendah sebesar -4,75 dan tertinggi sebesar 18,26. Hal ini menunjukkan bahwa ada sebagian perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia nilai profitabilitasnya yang negatif .

Tabel 1 memperlihatkan bahwa rata-rata ukuran (*SizeFirm*) perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015 sebesar 31,73dan standar deviasi sebesar 1,79 dimana nilai standar deviasinya lebih kecil dari nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan tidak adanya fluktuasi ukuran perusahaan yang besar pada perusahaan yang menjadi sampel.Pada Tabel 1 juga dapat diketahui nilai ukuran perusahaan terendah sebesar 24,82 dan tertinggi sebesar 34,4 . Hal ini menunjukkan sebagian besar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki nilai ukuran perusahaan yang positif .

Tabel 1 memperlihatkan bahwa nilai rata-rata nilai CSR perusahaan pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2015 sebesar 0,47 dan standar deviasi sebesar 0,13 dimana nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-ratanya. Kondisi ini menunjukkan tidak adanya fluktuasi nilai CSR yang besar pada perusahaan yang menjadi sampel.Pada Tabel 1 juga dapat dilihat nilai CSR terendah 0,23 dan nilai tertinggi 0,81. Hal ini menunjukkan sebagian besar perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki nilai CSR yang positif .



**Tabel 2**  
**Uji Multikolinearitas (Variance Inflation Factor)**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Zscore(ROA)	.893	1.119
Zscore(SizeFirm)	.925	1.081
Zscore(CSRi)	.825	1.212
ZROA_CSRi	.925	1.081
ZSizeFirm_CSRi	.929	1.076

Hasil dari uji VIF pada Tabel 2 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tidak terjadi multikolonieritas karena nilai VIF < 10 dan TOL > 0,1. Hal ini dapat dilihat besarnya nilai *tolerance* untuk variabel profitabilitas (ROA), ukuran Perusahaan (*Size*), tanggung jawab sosial (CSR) nilai *tolerance* semua variabel diatas 0,1. Sedangkan nilai *variance inflation factor* (VIF) dari variabel profitabilitas (ROA),

ukuran perusahaan (*Size*), tanggung jawab sosial (CSR) nilai *variance inflation faktor* (VIF) semua variabel dibawah 10. Dengan demikian ketiga variabel independen profitabilitas (ROA), ukuran perusahaan (*Size*), tanggung jawab sosial (CSR) dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan (PBV) selama periode pengamatan .

**Tabel 3**  
**Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.656 <sup>a</sup>	.431	.347	.80797467	1.798

a. *Predictors*: (Constant), ZSizeFirm\_CSRi, Zscore(ROA), ZROA\_CSRi, Zscore(SizeFirm), Zscore(CSRi)

b. *Dependent Variable*: Zscore(PBV)

Berdasarkan hasil uji Durbin-Watson sebesar 1,7984 ; sedangkan dalam tabel Durbin-Watson (DW) untuk “k” = 3 dan N = 40 besar Durbin-Watson tabel: dl (batas luar) = 1,230 dan du (batas dalam) = 1,785; 4 – du = 1,44 dan 4 – dl = 2,73. Oleh karena nilai Durbin-Watson (DW) 1,798 lebih besar dari batas (du) 1,785 dan

Durbin-Watson (DW) kurang dari 2,215, maka dapat disimpulkan bahwa Durbin-Watson (DW)-test tidak dapat menolak H<sub>0</sub> yang menyatakan bahwa tidak ada autokorelasi positif atau negatif atau dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.





**Tabel4**  
**Uji Heteroskedastisitas(Glejser)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.819	.168		4.871	.000
Zscore(ROA)	-.064	.083	-.127	-.767	.449
Zscore(SizeFirm)	-.142	.082	-.284	-1.743	.090
Zscore(CSRi)	.114	.086	.228	1.323	.195
ZROA_CSRi	-.143	.105	-.221	-1.358	.183
ZSizeFirm_CSRi	-.108	.096	-.183	-1.123	.269

a. Dependent Variable: abs\_Res

Dari output di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketiga variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan

bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

**Tabel 5**  
**Uji Normalitas(kolmogorov-smirnov)**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.75440560
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.542
Asymp. Sig. (2-tailed)		.931

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Untuk menentukan data dengan uji statistik non – parametrik Kolmogrov-Smirnov, nilai signifikansi harus diatas 0,05 atau 5%. Hasil sampel pada Tabel 4.5 tersebut menunjukkan bahwa nilai kolmogrovsmirnov sebesar 0,095

dan tingkat signifikan pada 0,93(karena  $p = 0,93$  lebih besar dari 0,05). Jadi tidak dapat menolak  $H_0$  yang mengatakan bahwa residual terdistribusi secara normal atau [u3] dengan kata lain residual berdistribusi normal.



Tabel 6[u4]  
Uji Analisis Regresi Moderasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.067	.277		.241	.811
Zscore(ROA)	.642	.137	.642	4.689	.000
Zscore(SizeFirm)	.179	.134	.179	1.329	.193
Zscore(CSRi)	.075	.142	.075	.526	.602
ZROA_CSRi	.035	.173	.027	.203	.841
ZSizeFirm_CSRi	-.080	.158	-.068	-.508	.615

Berdasarkan pada hasil analisis regresi moderasi menggunakan uji nilai selisih diatas, maka dapat dibuat model persamaan regresi moderasi sebagai berikut :

$$\text{Tobin's } Q = 0,067 + 0,642 \text{ ROA} + 0,179 \text{ SIZE} + 0,075 \text{ CSR} + 0,035 | \text{ROA-CSR} | - 0,080 | \text{SIZE-CSR} |$$

Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa Konstanta sebesar 0,067 menyatakan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka nilai perusahaan (PBV) sebesar 0,067.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,00, maka hipotesis H<sub>1</sub> diterima, hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel profitabilitas (ROA) terhadap perubahan variabel nilai perusahaan (PBV). Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tingginya profitabilitas perusahaan juga akan meningkatkan laba per lembar saham (EPS atau *earning per share*) perusahaan. Adanya peningkatan EPS akan membuat investor tertarik untuk menanamkan modalnya dengan membeli saham perusahaan. Buktinya yaitu dengan banyaknya insvestor yang membeli saham perusahaan maka akan menaikkan harga saham perusahaan tersebut sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan Pramana dan Mustanda (2016); Hermuningsih (2013); Kusumajaya (2011); Prasetyorini (2013); Zarlina dan Salim (2014); Dewa, dkk.(2014) yang menunjukan variabel profitabilitas berpengaruh

positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,193, maka hipotesis H<sub>2</sub> ditolak, hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel ukuran perusahaan (Size) terhadap perubahan variabel nilai perusahaan (PBV). Dalam penelitian hasilnya tidak signifikan yang menunjukkan bahwa ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi hipotesa, misalnya seperti: para investor membeli saham tanpa melihat atau mempertimbangkan ukuran perusahaannya, atau juga disebabkan karena dengan meningkatnya ukuran perusahaan maka dapat meningkatkan biaya politisi, perusahaan besar akan cenderung untuk tidak akan melakukan penghindaran pajak karena perusahaan besar akan menjadi sorotan pemerintah. Penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prasetyorini (2013); Pramana dan Mustanda (2016); Febriyanti (2015), hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan juga penelitian yang dilakukan oleh Nuraina (2012), ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, akan tetapi menunjukan hasil yang sama dengan penelitian Pantow, dkk (2015), ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat pada indeks LQ 45.



Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,602, maka hipotesis  $H_3$  ditolak, hal ini berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel tanggung jawab sosial (CSR) terhadap perubahan variabel nilai perusahaan (PBV). Dalam penelitian hasilnya tidak signifikan yang menunjukkan bahwa ada beberapa faktor lain yang dapat mempengaruhi hipotesa, misalnya seperti: para investor membeli saham tanpa melihat atau mempertimbangkan pengungkapan CSR, atau disebabkan karena pengungkapan CSR manfaatnya tidak bisa dirasakan secara langsung sehingga pengungkapan CSR hanya akan menimbulkan biaya tambahan bagi perusahaan. Penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Putri (2015); Zarlina dan Salim (2014) bahwa CSR yang diukur dengan indikator *Sustainability Reporting Guidelines (SGR)* yang diterbitkan oleh *Global Reporting Initiative (GRI)*, berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan rasio *Tobin's Q*, tetapi penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016) bahwa: CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan *Corporate Social Responsibility*.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,841, maka hipotesis  $H_4$  ditolak, hal ini berarti CSR tidak dapat memperkuat pengaruh antara variabel profitabilitas (ROA) terhadap perubahan variabel nilai perusahaan (PBV). Dalam penelitian hasilnya tidak signifikan yang menunjukkan bahwa ada faktor lain yang dapat mempengaruhi hipotesa, misalnya : karena perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya untuk melaksanakan ketentuan perundang-undangan agar perusahaan tidak akan terkena sanksi. Penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Dewa dkk (2014), *Corporate Social Responsibility (CSR)* tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, akan tetapi penelitian ini menunjukkan hasil yang sebaliknya dengan penelitian Putri (2015), variabel interaksi antara kinerja keuangan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel *moderating* dapat mempengaruhi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, dan Pramana dan Mustanda (2016), *Corporate*

*Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimana sifat moderasinya adalah positif.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial diperoleh nilai signifikan sebesar 0,615, maka hipotesis  $H_5$  ditolak, hal ini berarti CSR tidak dapat memperkuat pengaruh antara variabel ukuran perusahaan (*Size Firm*) terhadap perubahan variabel nilai perusahaan (PBV). Dalam penelitian hasilnya tidak signifikan yang menunjukkan bahwa ada faktor lain yang dapat mempengaruhi hipotesa, misalnya menurut Barnea dan Rubin dalam Pramana Mustanda (2016), bahwa CSR dapat membawa kerugian bagi perusahaan karena dapat menimbulkan biaya keagenan (*Agency Cost*) dan biaya tambahan lainnya yang memboroskan sumber daya perusahaan sehingga menurunkan kinerja dan nilai perusahaan. Penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian Pramana dan Mustanda (2016), *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan Febriyanti (2015), CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan.

### Simpulan dan Saran

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan, landasan teori, hipotesis, dan hasil pengujian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan.  $H_1$  mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016); Prasetyorini (2013); Nuraina (2012); Febriyanti (2015); 2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.  $H_2$  mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016); Prasetyorini (2013); Nuraina (2012); Febriyanti (2015), akan tetapi penelitian ini mendukung penelitian Pantow, dkk (2015) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan; 3. Tanggung jawab sosial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.  $H_3$  tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Zarlina dan Salim (2014); Putri (2015), tetapi penelitian ini



mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2016) bahwa: CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan; 4. Tanggung jawab sosial tidak dapat memperkuat profitabilitas terhadap nilai perusahaan.  $H_4$  tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana dan Mustanda (2015) dan Putri (2015) akan tetapi penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewa, dkk. (2014) bahwa CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan; 5. Tanggung jawab sosial tidak dapat memperkuat ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.  $H_5$  mendukung penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti (2015) bahwa CSR tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Perusahaan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti yang dijelaskan pada penelitian ini dan juga dapat menjadi model sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Ruang lingkup atau sampel di dalam penelitian ini terbatas pada obyek penelitian, yaitu perusahaan partisipan *Indonesian Sustainability Reporting Award (ISRA)* dari tahun 2014-2015 dan Berdasarkan data yang diperoleh melalui situs BEI. Penelitian ini dapat dikatakan tidak dapat mewakili seluruh perusahaan di Indonesia, karena hanya melakukan penelitian pada perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan keberlanjutan yang memiliki kriteria tertentu. Penelitian ini mengumpulkan data sampel hanya berdasarkan laporan yang diterbitkan perusahaan (data sekunder), peneliti tidak melakukan *questioner* atau terlibat langsung dalam aktivitas perusahaan, sehingga data yang diperoleh hanya berdasarkan pada data yang dikumpulkan melalui laporan secara tertulis.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian pada perusahaan – perusahaan yang tidak hanya terdapat pada situs BEI dan memiliki kriteria tertentu saja, dan data yang dikumpulkan dapat melalui *questioner* pada perusahaan atau terlibat langsung dalam aktivitas perusahaan sehingga

kesimpulan hasil penelitiannya diharapkan dapat digeneralisasikan.

#### Daftar Pustaka

Analisa, Y., & Wahyudi, S. (2011). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Apriada, K. and Suardikha, M.S., (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(02).

Arimbawa, Putu dan Made Gede Wirakusuma. (2016). Pengaruh pengungkapan informasi Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Pembagian Dividen pada harga saham. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol.14 .

Barus, R dan Maksun, A. (2016). Analisis Pengungkapan Informasi Corporate Social Responsibility dan Pengaruhnya terhadap Return Saham. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*.

Daud, R. M., & Amri, A. (2008). Pengaruh Intellectual Capital Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Telaah dan Riset Akuntansi*, 1(2), 192-213.

Fauzi, Achmad. (2016). "Pengaruh karakteristik merek, karakteristik perusahaan dan karakteristik pelanggan-merek terhadap loyalitas merek (Studi pada Pengguna Smartphone Android Advan di Purworejo)." *SEGMENT-Management* 12.1A



Febriyanti, D. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (csr) Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar DI Bei.

Fuad, M., dkk.(2006), *Pengantar Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Ghozali, Imam .(2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Hermuningsih, S., (2014).Pengaruh profitabilitas, growth opportunity, struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan publik di Indonesia.*Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*, 16(2), pp.127-148.

Kusumajaya, D. K. O. (2011). Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Unpublished Thesis, *Universitas Udayana, Denpasar*.

Munawaroh, Aisyatul. (2015). "PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERATING." *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 3.4.

Nuraina, Elva. (2012). "Pengaruh Kepemilikan Institusional dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)." *Jurnal AKRUAL* 4.1

Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh ukuran perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*.

Pratiwi, Eklesia Hosana Randi. (2016) "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada sektor

Properti, Real Estate, dan Konstruksi." *Business Accounting Review* 4.1 37-48.

Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Penjualan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tercatat Di Indeks LQ 45. *JURNAL RISET EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI*, 3(1).

Putri, Ayu Oktyas. (2015). *PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN CSR SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.Vol 4.

Pramana, I., and I. Ketut Mustanda. (2016). "PENGARUH PROFITABILITAS DAN SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CSR SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 5.1 .

Sekaran, uma. (2010), *Research Methods For Business: A skill-Building Approach*, edisi 5., John Wiley & sons: Inc.

Sofyaningsih, Sri dan Pancawati Hardiningsih. (2011). Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, Kebijakan Utang dan Nilai Perusahaan OwnershipStructure, DividendPolicyand Debt Policy and Firm Value. *Dinamika Keuangan Perbankan. Vol.3. Hal 68-87*.

Yunita, I., & Prasetiono, P. (2011). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Size, dan Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2010)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Zarlia, J., & Salim, H. (2014). ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: STUDI



**Seminar Nasional I Universitas Pamulang  
Program Studi D3 Akuntansi  
Aula Rektorat, 13 Desember 2018  
ISSN : 977 25993430 04**

EMPIRIS PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI

BURSA EFEK INDONESIA TAHUN  
2013. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 136-154.