



---

## PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2013-2016

Wildan Zain Fuady<sup>1)</sup>, Anny Widiastara<sup>2)</sup>, Maya Novitasari<sup>3)</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun  
email: [wildanzain@gmail.com](mailto:wildanzain@gmail.com)<sup>1)</sup>, [anny.asmara@gmail.com](mailto:anny.asmara@gmail.com)<sup>2)</sup>,  
[maianov87.mn@gmail.com](mailto:maianov87.mn@gmail.com)<sup>3)</sup>

---

### Abstract

This study aims to empirically prove the influence of Corporate Social Responsibility, and Company Size on Company Value with Profitability as a Moderating Variable. The population in this study is the mining company period 2013-2016. The sample selection in this study uses a purposive sampling method with established criteria obtained by 9 companies for 4 years so that the total sample used is 36 data. The type of data used is secondary data obtained from annual reports in the 2013-2016 period. This hypothesis is tested using descriptive test, statistical test, classic assumption test and multiple linear analysis. The results showed that partially Corporate Social Responsibility and Company Size did not significantly influence Company Value. Profitability as a moderating variable does not moderate the effect of Corporate Social Responsibility and Company Size on Company Value.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Company Size, Company Value, Profitability

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris dari pengaruh *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan periode 2013-2016. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria yang sudah ditetapkan diperoleh 9 perusahaan selama 4 tahun sehingga total sampel yang digunakan adalah 36 data. Jenis data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan pada periode 2013-2016. Hipotesis ini diuji menggunakan uji deskriptif, uji statistik, uji asumsi klasik dan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

**Kata Kunci :** *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan, Profitabilitas.

---

## PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap nilai keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham perusahaan mencerminkan nilai perusahaan tersebut semakin meningkat. Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa



tahun, yaitu sejak perusahaan itu didirikan sampai dengan saat ini. (Hery 2017: 2). Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayarkan oleh calon investor seandainya perusahaan itu dijual. (Herispon 2018: 17). Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selaras dengan keinginan para pemilik perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan bagi pemilik perusahaan juga meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar saham, yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. (Heprison 2018: 17)

Faktor yang bisa mempengaruhi nilai sebuah perusahaan adalah corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan. Corporate social responsibility atau yang biasa disebut pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu konsep atau program yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Keberlangsungan dapat dicapai dengan lahirnya suatu konsep yang dikenal sebagai corporate social responsibility (CSR). Secara simultan sebuah perusahaan senantiasa dihadapkan pada tanggung jawab sosial yang mana hal tersebut guna memenuhi kontrak sosialnya terhadap masyarakat (Solihin, 2009:2). Rumusan CSR dari The Global Reporting Initiative/GRI (2002) dibuat dengan maksud mempermudah dalam membedakan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan dari perusahaan. Ada 6 hal yang menyebabkan perlu dilaksanakannya CSR khususnya pada dimensi sosial (sustainability), hal tersebut termasuk didalamnya karyawan, konsumen, komunitas lokal, rantai pasokan, serta rekan bisnis. Aktivitas CSR dalam hal ini menyangkut 4 konteks, yaitu : the workplace (health & safety, wages & benefit, non discrimination, training, child labor, etc.), human right, supplier, product and services (Kartini : 2009).

Ukuran perusahaan menurut Hery (2017:3) adalah suatu skala untuk mengklarifikasi besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat memberikan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga lebih mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Investor cenderung memberikan perhatian yang khusus terhadap perusahaan besar karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal.

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. (Kasmir 2010:115)

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh signifikan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.



3. Untuk menguji secara empiris pengaruh signifikan *Corporate Social Corporate Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating.
4. Untuk menguji secara empiris pengaruh signifikan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating

## DAN KAJIAN TEORI PENGEMBANGAN HIPOTESA

### Teori Stakeholder

Stakeholder adalah semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Stakeholder yang tergolong pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, kompetitor, masyarakat sekitar, lingkungan, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Freeman, 1984:46).

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayarkan oleh calon investor seandainya perusahaan itu dijual. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selaras dengan keinginan para pemilik perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan bagi pemilik perusahaan juga meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar saham, yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Heripson (2018: 17).

### *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility atau tanggung jawab social perusahaan adalah suatu konsep atau program yang dimiliki oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Keberlangsungan dapat dicapai dengan lahirnya suatu konsep yang dikenal sebagai corporate social responsibility (CSR). Secara simultan sebuah perusahaan senantiasa dihadapkan pada tanggung jawab sosial yang mana hal tersebut guna memenuhi kontrak sosialnya terhadap masyarakat (Solihin, 2009:2). Rumusan CSR dari The Global Reporting Initiative/GRI (2002) dibuat dengan maksud mempermudah dalam membedakan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan dari perusahaan. Ada 6 hal yang menyebabkan perlu dilaksanakannya CSR khususnya pada dimensi sosial (sustainability), hal tersebut termasuk didalamnya karyawan, konsumen, komunitas lokal, rantai pasokan, serta rekan bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Murnita (2018) menyatakan bahwa variabel corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Aktivitas CSR dalam hal ini menyangkut 4 konteks, yaitu : the workplace (health & safety, wages & benefit, non discrimination, training, child labor, etc.), human right, supplier, product and services (Kartini : 2009).

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Hery (2017:3) adalah suatu skala untuk mengklarifikasi besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat memberikan persepsi investor terhadap



perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga lebih mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Investor cenderung memberikan perhatian yang khusus terhadap perusahaan besar karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal.

## **Profitabilitas**

Rasio profitabilitas adalah Rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan sebaliknya jika semakin buruk rasio profitabilitas maka semakin rendah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan (Fahmi, 2014 : 81)..

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016.

H<sub>2</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016

H<sub>3</sub> : *Corporate Social Responsibility* akan Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Saat Profitabilitas Perusahaan Tinggi

H<sub>4</sub>: Ukuran Perusahaan akan Meningkatkan Nilai Perusahaan pada Saat Profitabilitas Perusahaan Tinggi

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat Dan Waktu**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia dengan rentang tahun 2013-2016 dengan menggunakan laporan keuangan. Proses penelitian ini dilakukan bertahap dimulai pada februari 2019 sampai bulan juni 2019. Sumber data penelitian ini laporan keuangan yang diperoleh dari website masing-masing perusahaan serta website [www.kinerjaemiten.com](http://www.kinerjaemiten.com)

### **Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013- 2016. Jumlah populasi ini adalah 36 perusahaan Pertambangan (Bursa Efek Indonesia 2013- 2017).

### **Sampel**

Menurut Sugiyono (2016:81) Sampel adalah suatu bagian dari populasi dalam penelitian tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin untuk melakukan

penelitian pada populasi tersebut. Sehingga diperlakukan teknik pengambilan sampel. Sampel yang diambil harus betul-betul representatif (mewakili).

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2016:85) *Purposive Sampling* adalah suatu teknik pengumpulan sampel dengan pertimbangan atau kriteria tertentu. Dalam hal ini, sample perusahaan yang diambil akan menggunakan ketentuan sebagai berikut :

- a) Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2016 dan mempublikasikan laporan keuangan secara berturut- turut.
- b) Perusahaan Pertambangan yang menerbitkan laporan keuangannya dalam bentuk satuan Rupiah.
- c) Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mempunyai data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

#### **Nilai Perusahaan**

Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan *Price Earning Ratio*. Bagi para investor semakin tinggi *Price Earning Ratio* pertumbuhan laba yang diharapkan juga mengalami kenaikan. Dengan begitu *Price Earning Ratio* adalah perbandingan antara *market price per share* dengan *earning per share* (Fahmi, 2014: 138) Menurut (Fahmi, 2014: 138) Rumus *Price Earning Ratio* sebagai berikut :

$$Price\ Earning\ Ratio = \frac{Market\ price\ per\ share}{Earning\ per\ share}$$

#### **Corporate Social Responsibility**

Rumus pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan dapat diprosikan sebagai mana yang dikatakan Haniffa & Cooke (2005) berikut:

$$CSRDI = \frac{Jumlah\ CSR\ Disclosure\ yang\ diungkapkan\ perusahaan}{Total\ item\ CSR\ Disclosure\ menurut\ GRI}$$

#### **Ukuran Perusahaan**

Menurut Aswani & Wijaya (2005: 274) secara umum biasanya ukuran perusahaan diprosi dengan total aset. Karena nilai total aset biasanya sanagt besar daripada variabel keuangan lainnya. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Aswani & Wijaya (2005: 274) sebagai berikut :

$$Firm\ Size = Ln (Total\ Asset)$$

#### **Pertumbuhan Perusahaan**

Profitabilitas merupakan variabel moderating dalam penelitian ini, disimbolkan dengan (Z) . Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu

perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. (Kasmir 2010: 115). Menurut Fahmi (2014: 84) *Return On Assets* dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

### Teknik Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda dan Uji Hipotesis menggunakan program komputer dan aplikasi SPSS versi 16.0

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Statistik Deskriptif

**Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	36	.13	.96	.5939	.17052
UKURAN PERUSAHAAN	36	15.24	28.96	23.3022	5.45088
NILAI PERUSAHAAN	36	10.15	30.56	15.8317	6.02295
PROFITABILITAS	36	.001	.327	.07103	.069680
CSRxPROFIT	36	.001	.187	.04247	.042910
UKURANPxPROFIT	36	.04	8.58	1.6217	1.81563
Valid N (listwise)	36				

Sumber: *Output SPSS*

Model penelitian pertama menjelaskan hubungan pengaruh antara variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* dengan variabel nilai perusahaan. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa jumlah pengamatan pada model penelitian pertama adalah sebanyak 60 sampel. Adapun hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut: variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -75,65; nilai maksimum sebesar 17,07; nilai rata-rata (mean) sebesar 2,2202 dan standar deviasi sebesar 12,15737. Dalam penelitian ini profitabilitas sebagai variabel moderating.

Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 1,31; nilai maksimum sebesar 44,23; nilai rata-rata (mean) sebesar 11,0308; dan nilai standar deviasi sebesar 12,53255. Variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,07; nilai maksimum sebesar 0,29; nilai rata-rata (mean) sebesar 0,1813; dan nilai standar deviasi sebesar 0,05832. Variabel Ukuran Perusahaan (UP) memiliki nilai minimum sebesar 1,00; nilai maksimum sebesar 991,27; nilai rata-rata (mean) sebesar 3,200,400; dan nilai standar deviasi sebesar 384,76358.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas****Tabel 2 Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.74837808
Most Extreme Differences	Absolute	.115
	Positive	.115
	Negative	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		.692
Asymp. Sig. (2-tailed)		.724

a. Test distribution is Normal.

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan uji normalitas yang dilakukan dengan One Sample Kolmogorov-Smirnov didapatkan hasil bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,724 > alpha (0,05). Sehingga dapat disimpulkan data pada model penelitian pertama berdistribusi normal.

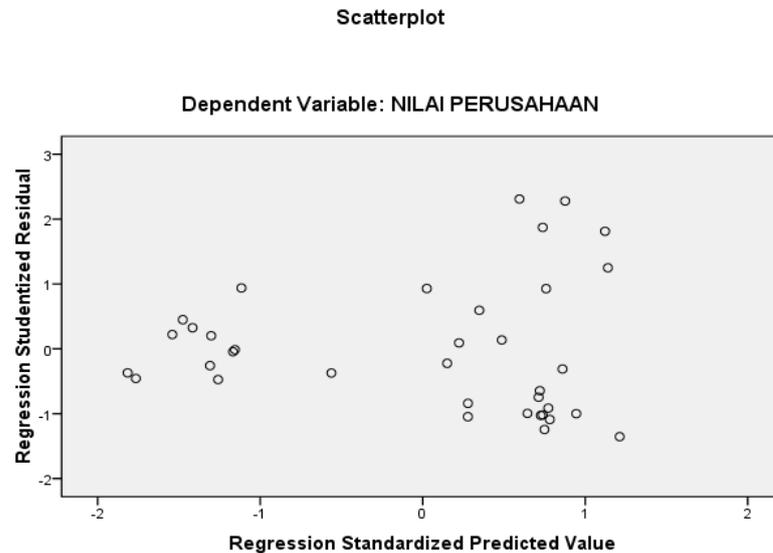
**Uji Autokorelasi****Tabel 3. Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
1	1.495

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,495 sesuai dengan syarat untuk bebas autokorelasi yaitu angka D-W diantara -2 sampai +2, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari autokorelasi (Ghozali, 2016:108).

## Uji Heteroskedastisitas



Sumber: *Output SPSS*

Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini membuktikan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

## Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Tabel 4. Uji Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	9.715	5.289		1.837	.075
	CSR	-2.658	5.920	-.075	-.449	.656
	UKURAN PERUSAHAAN	.330	.185	.299	1.783	.084

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: *Output SPSS*

Intepretasi hasil uji regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. CSR dengan signifikasi 0,656 menunjukkan arah pengaruh negatif ( $\beta = -2,658$ ) artinya

jika CSR turun satu satuan, maka nilai perusahaan akan naik sebesar -2,658. Sebaliknya jika variabel CSR naik satu satuan, maka nilai perusahaan juga akan menurun.

- b. Ukuran Perusahaan dengan signifikansi 0,084 menunjukkan arah pengaruh positif ( $\beta = 0,330$ ) artinya jika ukuran perusahaan naik satu satuan, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,136. Sebaliknya jika variabel profitabilitas menurun satu satuan, maka nilai perusahaan juga akan menurun.

### Hasil Uji Hipotesis

### Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.298 <sup>a</sup>	.089	.034	5.92001

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, CSR

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan pada Tabel 5, diperoleh hasil bahwa nilai koefisien determinasi regresi berganda (Adjusted R<sup>2</sup>) adalah sebesar 0,034 atau 3,4%, hal ini mengindikasikan bahwa Nilai Perusahaan mampu dijelaskan sebesar 3,4% oleh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 96,6% (100%-3,4%) dijelaskan oleh variabel lain.

### Uji t

**Tabel 6. Hasil Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9.715	5.289		1.837	.075
	CSR	-2.658	5.920	-.075	-.449	.656
	UKURAN PERUSAHAAN	.330	.185	.299	1.783	.084

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: *Output SPSS*

1. Corporate Social Responsibility (X1)  
Nilai thitung dari variabel CSR (X1) sebesar -0,449 dan ttabel sebesar 2,0369 (thitung < ttabel). Kemudian dari tingkat signifikan 0,656 lebih besar dari 0,05 (0,656 > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan (X2)  
Nilai thitung dari variabel ukuran perusahaan (X2 sebesar 1,783 dan ttabel sebesar 2,0369 (thitung < ttabel). Kemudian dari tingkat signifikan 0,084 lebih besar dari 0,05 (0,084 > 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Moderasi Regression Analysis

**Tabel 7. Moderasi Regression Analysis**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.723	10.134		.367	.716
	CSR	6.827	10.774	.193	.634	.531
	UKURAN PERUSAHAAN	.455	.332	.411	1.368	.181
	PROFITABILITAS	60.628	98.062	.701	.618	.541
	CSRxPROFIT	-84.908	94.566	-.605	-.898	.376
	UKURANPxPROFIT	-1.998	3.634	-.602	-.550	.586

a. Dependent Variable: NILAI\_PERUSAHAAN

Persamaan regresi diatas mengandung beberapa arti, yaitu:

1. CSR dengan nilai signifikansi 0,531 menunjukkan arah pengaruh positif ( $\beta = 6,827$ ). Artinya semakin besar pengungkapan CSR, maka semakin besar pula nilai perusahaan.
2. Ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,181 menunjukkan arah pengaruh yang positif ( $\beta = 0,455$ ). Artinya semakin besar nilai ukuran perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaan.
3. Profitabilitas memoderating pengaruh CSR dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,376 menunjukkan arah pengaruh ( $\beta = -84.8908$ ). Artinya semakin kecil nilai reputasi KAP dapat memoderating pengaruh ukuran perusahaan terhadap audit delay.
4. Profitabilitas memoderating pengaruh ukuran perusahaan dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,586 menunjukkan arah pengaruh ( $\beta = -1,998$ ). Artinya, profitabilitas tidak mampu memoderating pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

### PEMBAHASAN

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

Hasil pengujian hipotesis pertama menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena perusahaan sebagian besar hanya berfokus pada faktor keuangan sehingga perusahaan kurang peduli terhadap faktor lingkungan. Hal ini diakibatkan perusahaan di sektor pertambangan baik perusahaan BUMN atau BUMS hanya melaporkan penegungkapan tanggung jawab sosialnya

dikarenakan hanya untuk mematuhi undang-undang yang ditetapkan pemerintah yaitu UU PT No.40 tahun 2007 pasal 74 yang berisi:

1. Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan
2. Ayat (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang diaggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
4. Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Tidak berpengaruhnya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan bisa dilihat dari nilai minimum yang ditunjukkan dengan angka 0,13 pada perusahaan PT. Bukit Asam TBK di tahun 2014. Dilihat dari angka nilai perusahaan pada saat pengungkapan csr mengalami angka terendah di PT. Bukit Asam TBK pada tahun 2014, angka nilai perusahaan tidak mengalami perusabahan yang menonjol apabila dibandingkan pada tahun 2013 dan 2015. Dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder* dimana semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* yang tergolong pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, kompetitor, masyarakat sekitar, lingkungan, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Freeman (1984:46). Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ramona (2017) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan bisa dilihat dari nilai minimum yang ditunjukkan dengan angka 15,24 pada perusahaan PT. Elnusa TBK di tahun 2016. Dilihat dari angka nilai perusahaan pada saat ukuran perusahaan mengalami angka terendah di PT. Elnusa TBK pada tahun 2016, angka nilai perusahaan tidak mengalami perusabahan yang menonjol apabila dibandingkan pada tahun sebelumnya. Dengan demikian ukuran perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang berkaitan dengan pengelolaan SDA termasuk pertambangan yang menurut UUD 1945 pasal 33 ayat 3 yang menyatakan “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasi oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.” Sehingga aktivitas produksi lebih banyak

memperoleh pendanaan dari pemerintah. Hal ini yang mengakibatkan investor memberi perhatian khusus terhadap sumber pendanaan yang dianggap stabil untuk meningkatkan perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala untuk mengklarifikasi besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan dapat memberikan persepsi investor terhadap perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan dapat memberikan asumsi bahwa perusahaan tersebut dikenal oleh masyarakat luas sehingga lebih mudah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Investor cenderung memberikan perhatian yang khusus terhadap perusahaan besar karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil dan lebih mudah dalam hal memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal. ( Hery 2017:3) Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wirajaya (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan

### **Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* Dengan Nilai Perusahaan**

Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan csr dan nilai perusahaan. Dengan kata lain bahwa CSR tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas sedang tinggi. Tidak berpengaruhnya profitabilitas dalam hubungan antara csr dan nilai perusahaan dikarenakan perusahaan kurang kesadaran akan tanggung jawab sosialnya. Hal ini diakibatkan perusahaan di sektor pertambangan baik perusahaan BUMN atau BUMS hanya melaporkan penegungkapan tanggung jawab sosialnya dikarenakan hanya untuk mematuhi undang-undang yang ditetapkan pemerintah yaitu UU PT No.4 tahun 2007 pasal 74 yang berisi:

1. Ayat (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan
2. Ayat (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang diaggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran.
3. Ayat (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
4. Ayat (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder* dimana semua pihak, internal maupun eksternal, yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. *Stakeholder* yang tergolong pihak internal maupun eksternal, seperti : pemerintah, kompetitor, masyarakat sekitar, lingkungan, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan,



kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan. Freeman (1984:46) Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ramona (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

## **Pengaruh Profitabilitas sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Dengan kata lain bahwa ukuran perusahaan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas sedang tinggi. Tidak berpengaruhnya profitabilitas dalam hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dikarenakan calon investor tidak hanya melihat nilai perusahaan dari ukuran perusahaannya saja, tetapi bisa juga dilihat sisi laporan keuangan, nama baik maupun kebijakan-kebijakannya. Perusahaan yang berkaitan dengan pengelolaan SDA termasuk pertambangan yang menurut UUD 1945 pasal 33 ayat 3 yang menyatakan “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasi oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.” Sehingga aktivitas produksi lebih banyak memperoleh pendanaan dari pemerintah. Hal ini yang mengakibatkan investor memberi perhatian khusus terhadap sumber pendanaan yang dianggap stabil untuk meningkatkan perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang menyatakan Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang selarah dengan keinginan para pemilik perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan bagi pemilik perusahaan juga meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan direpresentasikan oleh harga pasar saham, yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, dan manajemen aset. Heprison (2018: 17). Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Kusuma dan Priantinah (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil analisis dan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan di sektor pertambangan baik perusahaan BUMN atau BUMS hanya melaporkan penegungkapan tanggung jawab sosialnya dikarenakan hanya untuk mematuhi undang-undang yang ditetapkan pemerintah UU PT No.40 tahun 2007 pasal 74.
2. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan yang berkaitan dengan pengelolaan SDA termasuk pertambangan yang



menurut UUD 1945 pasal 33 ayat 3 yang menyatakan “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasi oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.” Sehingga aktivitas produksi lebih banyak memperoleh pendanaan dari pemerintah. Hal ini yang mengakibatkan investor memberi perhatian khusus terhadap sumber pendanaan yang dianggap stabil untuk meningkatkan perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, maka dalam penelitian ini dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Investor bisa meninjau dari penelitian kali ini, diharapkan investor jangan hanya melihat sebuah perusahaan melalui sudut pandang di keuangan atau manajerialnya saja, tetapi investor bisa lebih bijak dalam melihat seberapa besar pengungkapan kewajiban sosial perusahaan yang ingin dituju.
2. Bagi pihak perusahaan dapat meninjau dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan perusahaan bisa lebih memberi perhatian khusus pada pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Dikarenakan mungkin calon investor bisa memutuskan untuk menanam saham di sebuah perusahaan dikarenakan perusahaan tersebut memiliki pengungkapan tanggung jawab sosial yang baik.
3. Bagi pemerintahan diharapkan bisa memberi pertimbangan dalam mengambil keputusan dan dapat memberi solusi dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan pemerintaah. Bisa dengan cara merumuskan undang-undang tentang pengungkapan sosial perusahaan yang lebih baik kedepannya, supaya perusahaan tidak hanya mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dikarenakan hanya untuk mematuhi undang-undang semata.
4. Bagi penelitian selanjutnya dalam penelitian mendatang disarankan untuk menambahkan obyek penelitian lain diluar perusahaan pertambangan yang telah dilakukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan penelitian yang jauh lebih baik dan akurat. Perusahaan lain yang dapat diteliti selanjutnya seperti perusahaan manufaktur, perusahaan farmasi dan lain sebagainya dan perlu melakukan penambahan variabel yang tepat dan dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi (2014). *Manajemen Keunagan Perusahaan; dan Pasar Modal*. Jakarta; Mitra Wacana Media
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23*, Semarang : BP UNDIP
- Heripson. (2018). *Managemen Keuangan (Financial Management)*.E Book.Riau; Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Riau Pekanbaru Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi; Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. E Book. Jakarta; Grasindo.



- Kartini. (2009). *Corporate Social Responsibility; Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung; Refika Aditama
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Jakarta; Prenadamedia Group
- Ramona Suci. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)*
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan Ke-23, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Solihin. (2009). *Corporate Social Responsibility; From Charity to Sustainability*. Jakarta; Salemba Empat.