

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI
VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR
PERTAMBANGAN BATU BARA DI INDONESIA**

**Sabella Jovita
Lisandri**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia
Jl. Brigjen H. Hasan Basry No. 9-11 Banjarmasin

Abstract: *This study aims to determine the effect of CSR on company value by using moderating profitability variables in coal companies in Indonesia during 2016-2018. This research is quantitative research. The data used is secondary data through the website www.idx.co.id. The population in this study are all coal mining sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2018. The sampling technique uses a purposive sampling method so that the number of samples used is 19 companies. Data collection techniques through documentation. Data analysis techniques used multiple linear regression models.*

The results of the analysis show that CSR negatively affects company value and profitability as a moderating significantly strengthened the relationship between CSR and company value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Company Value, Profitability*

PENDAHULUAN

Persaingan perusahaan masa kini yang semakin ketat membuat pemilik perusahaan berambisi semakin besar agar dapat memperoleh laba yang maksimal dan hal ini semakin sulit untuk dikendalikan. Di samping itu, perusahaan dituntut untuk memberikan kepeduliannya dalam menyeimbangkan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang dapat diwujudkan dengan pelaksanaan tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Konsep CSR berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan perusahaan. Dimana ada argumentasi bahwa perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*), melainkan memiliki kepedulian terhadap

kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*). Hal ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungan sekitarnya. Masyarakat akan memberikan tanggapan yang negatif kepada perusahaan yang dianggap tidak memerhatikan keadaan ekonomi, sosial dan lingkungan sekitarnya. Respon negatif inilah yang akan menimbulkan ancaman akan keberlangsungan perusahaan itu sendiri karena dapat menurunkan nilai perusahaan. Husnan (2012:6) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Baik buruknya nilai perusahaan dapat mengindikasikan keadaan perusahaan itu

sendiri, sehingga nilai perusahaan dapat menjadi acuan bagi calon investor dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi.

CSR itu sendiri mulai muncul di Indonesia sejak disahkannya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan: "Tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan/perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat baik bagi perusahaan/perseroan itu sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya". Adapun sanksi pidana mengenai pelanggaran CSR yang terdapat didalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: "Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama 10 tahun dan denda paling banyak Rp 500.000.000". Kemudian, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: "Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama 3 tahun dan denda paling banyak Rp 100.000.000" (Sutopoyudo, 2009).

Perusahaan yang dimaksud dalam undang-undang ini adalah perusahaan yang kegiatan usahanya berhubungan dengan sumber daya alam, yaitu seperti perusahaan di sektor pertambangan. CSR pada perusahaan sektor pertambangan telah berkembang di secara global sejak tahun 1990. Tren ini lahir dan berkembang pesat dikarenakan tuntutan dari pihak eksternal baik nasional maupun internasional karena dalam kegiatannya memiliki dampak sosial dan lingkungan yang relatif paling tinggi jika dibandingkan dengan sektor industri lainnya. Industri ini mengambil dan memanfaatkan sumber daya alam dan kegiatan operasinya seringkali bersentuhan dengan daya dukung lingkungan hidup. Seluruh

kewajiban-kewajiban sosial dan lingkungan ini sejatinya ditujukan untuk sejumlah hal. Pertama, perusahaan melakukan kewajiban di bidang lingkungan dalam rangka menjaga kelestarian lingkungan serta menghindari resiko kerusakan lingkungan yang dapat merugikan semua pihak termasuk perusahaan sendiri jika dampak lingkungan tidak di kelola. Kedua, perusahaan perlu untuk mendapatkan izin legitimasi dari lingkungan sosial agar kegiatan operasi perusahaan dapat tetap berlangsung. Legitimasi tersebut biasa disebut sebagai *social license to operate*. Hal ini menjadi perhatian banyak peneliti sehingga banyak ilmuwan menyimpulkan bahwa teori legitimasi sebagai salah satu jawaban dari mengapa perusahaan menjalankan corporate social responsibility.

Pengungkapan CSR dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu diantaranya adalah profitabilitas. Sembiring (2003) menyatakan bahwa suatu perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan secara transparan. Pernyataan serupa juga di ungkapkan oleh Meek, Roberts dan Gray (2003) bahwa perusahaan yang memiliki profit lebih besar harus lebih aktif dalam melaksanakan corporate social responsibility. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas yang tinggi memicu para stakeholder untuk meningkatkan kepentingan dan harapan mereka akan transparansi yang seharusnya dilakukan oleh perusahaan. Pengungkapan CSR adalah bentuk implementasi perusahaan untuk memenuhi harapan dari para stakeholder yang ingin mendapatkan informasi lebih terkait kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, dapat dinyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka pengungkapan CSR akan cenderung semakin besar.

Penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan sudah banyak dilakukan, namun masih ada hasil empiris dari penelitian sebelumnya yang kontradiktif dan bervariasi. Retno dan Priantinah (2012)

melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap Good Corporate Governance dan menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas dan leverage pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Almar, Rachmawati dan Murni (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan industri semen dan menyatakan bahwa profitabilitas meningkat namun tidak maksimal yang disebabkan oleh kondisi pengungkapan rata-rata CSR pada perusahaan industri semen yang dilakukan tidak maksimal. Restuti dan Nathaniel (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh pengungkapan CSR terhadap earning response coefficient dan menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap earning response coefficient baik ketika tidak menggunakan variabel control maupun ketika menggunakan variabel control yaitu BETA dan PBV sehingga secara garis besar pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan kurang dipercaya oleh investor untuk dapat meningkatkan saham perusahaan pemegangnya. Rosdwianti, Dzulkirom dan Zahroh (2016) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap profitabilitas dan menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap return of assets, return of equity dan earning per share. Aziz dan Faisol (2018) melakukan penelitian tentang pengaruh CSR terhadap kualitas laba dan menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap tingkat manajemen laba dan CSR berpengaruh positif terhadap persistensi akrual, maksudnya ialah semakin baik CSR maka nilai akrual akan semakin lebih persisten.

Berhubung perkembangan CSR semakin meningkat dan belum terdapat konsistensi hasil penelitian-penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian kembali mengenai Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Motivasi penelitian adalah menguji kembali apakah CSR mempengaruhi nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada saat profitabilitas

perusahaan meningkat, dan bagaimana pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating?

TINJAUAN TEORI

Teori Stakeholder

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an dan secara umum dikenal dengan *stakeholder theory*. Stakeholder theory dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tidak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. Freeman dkk, (2004), mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya yakni pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analisis serta pihak lainnya.

Stakeholder dianggap penting oleh perusahaan dan sangat berpengaruh terhadap jalannya aktivitas perusahaan karena dalam menjalankan usahanya, tentu perusahaan akan berhubungan dengan para stakeholder yang jumlahnya banyak sesuai dengan luas lingkup operasi perusahaan. Agar kegiatan usaha berjalan sesuai dengan harapan perusahaan maka diperlukan adanya hubungan serta komunikasi yang baik antara perusahaan dengan para stakeholder.

Salah satu keinginan dan harapan yang muncul dari para stakeholder adalah ketika perusahaan mendapatkan hasil kinerja keuangan yang baik (profit) maka perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif melalui sebuah kegiatan sosial dan mengungkapkannya secara transparan dalam sebuah laporan tahunan yang perusahaan terbitkan. Stakeholder theory juga menekankan bahwa seluruh stakeholder memiliki hak untuk mendapatkan informasi tentang bagaimana aktivitas organisasi mempengaruhi kepentingan stakeholder (Deegan, 2004). Melalui pengungkapan sosial yang dilakukan secara sukarela diharapkan dapat menjadi dialog yang baik antara

perusahaan dengan para stakeholder. Pengungkapan CSR perusahaan memberikan informasi yang lebih dan lengkap berkaitan dengan kegiatan dan pengaruhnya terhadap kondisi sosial dan masyarakat serta lingkungan (Ghozali dan Chairiri, 2007). Apabila memenuhi harapan dari para stakeholder, perusahaan akan mampu mendapatkan dukungan dari para stakeholder yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan khususnya kelompok aktivis yang sangat memperhatikan isu-isu yang sedang terjadi (Sembiring, 2003).

Stakeholder theory pada umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk memajemen stakeholder-nya (Ghozali dan Chariri, 2007). Cara-cara ini tergantung pada strategi yang diadopsi perusahaan. Perusahaan dapat mengadopsi strategi aktif atau pasif. Menurut Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi aktif adalah perusahaan yang berusaha mempengaruhi hubungan perusahaannya dengan stakeholder yang di pandang berpengaruh atau penting, sedangkan perusahaan yang mengadopsi strategi pasif cenderung tidak terus-menerus memonitor aktivitas stakeholder dan secara sengaja tidak mencari strategi optimal untuk menarik perhatian para stakeholder. Akibat dari kurangnya perhatian terhadap stakeholder adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial serta rendahnya kinerja sosial perusahaan tersebut.

Teori Legitimasi

Ghozali dan Chariri (2007) mengatakan bahwa yang melandasi teori legitimasi adalah kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Terpenuhinya kontrak tersebut maka suatu perusahaan dapat melegitimasi suatu perusahaan atau organisasi dan juga aktivitasnya. Dengan kata lain, jika kelangsungan hidup suatu

perusahaan bergantung pada penilaian masyarakat luas akan perusahaan tersebut.

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu perusahaan akan terus mengikuti perkembangan norma yang muncul didalam masyarakat. Adanya perubahan waktu, norma yang terdapat didalam masyarakat juga sering mengalami perubahan dan perusahaan diharapkan dapat selalu mengikuti perkembangannya. Dowling dan Preffer (dalam Ghozali dan Chariri, 2007) menjelaskan bahwa teori legitimasi ini bermanfaat dalam menganalisis perilaku dalam perusahaan atau organisasi.

Corporate Social Responsibility

Tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. Tanggung jawab sosial atau corporate social responsibility (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan tidak lagi berpijak pada single bottom line melainkan triple bottom lines (Mandaika dan Salim, 2015). Ada tiga elemen terpenting dalam konsep *triple bottom lines* atau disingkat 3P yaitu sebagai berikut:

- a. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap profit, yaitu untuk meningkatkan pendapatan perusahaan.
- b. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap people, yaitu untuk memberikan kesejahteraan bagi karyawan dan masyarakat.
- c. Perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap planet, yaitu untuk menjaga kelestarian alam tempat dimana perusahaan beraktivitas baik dalam operasionalnya maupun tempat pengambilan sumber dayanya.

CSR merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas local dan masyarakat secara luas (Sankat, Clement K, 2002).

Berikutnya menurut Dougherty (2003), CSR merupakan perkembangan proses untuk mengevaluasi stakeholder dan tuntutan lingkungan serta implementasi program-program untuk menangani isu-isu sosial. Lebih lanjut dijelaskan oleh Schermerhorn (2003) yang mendefinisikan CSR sebagai kewajiban dari suatu perusahaan untuk bertindak dalam cara-cara yang sesuai dengan kepentingan perusahaan dan kepentingan masyarakat secara luas.

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan menjadi beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Kategori ini dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR-nya serta dapat dijadikan cermin dan guideline untuk menentukan model CSR yang tepat (Suharto, 2007).

Hipotesis

H₁: Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: Corporate social responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi.

METODA PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang analisisnya memfokuskan pada data-data berupa numerikal (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis dan menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti, yaitu corporate social responsibility sebagai variabel independen (X_1), profitabilitas sebagai

variabel pemoderasi (X_2) dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen (Y).

Jenis dan Sumber Penelitian

Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Sumber data dalam penelitian ini yaitu berupa *financial statement* perusahaan sub-sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan diperoleh melalui website www.idx.co.id dengan waktu pengamatan dari tahun 2016-2018.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di sub sektor pertambangan batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2018 yang berjumlah sebanyak 25 perusahaan yang diambil dengan Teknik *purposive sampling*.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen, variabel independen dan variabel moderating.

1. Variabel independen

Variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini menggunakan variabel Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel independen.

2. Variabel moderating

Variabel moderating adalah variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini profitabilitas digunakan sebagai variabel moderating.

3. Variabel dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel

independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

CSR disimbolkan dengan X₁. Informasi mengenai corporate social responsibility berdasarkan standar Global Reporting Initiative (GRI) terdiri atas 3 fokus pengungkapan, yaitu elemen ekonomi, lingkungan dan sosial.

Perhitungan CSR dilakukan dengan menggunakan variabel dummy, yaitu dengan memberikan angka 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan dan angka 0 untuk item yang tidak diungkapkan. Setelah itu, skor dari setiap item dijumlahkan sehingga diperoleh total keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan indeks corporate social responsibility disclosure dalam Aziz dan Faisol (2018) adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_j}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j

X_j = 1 apabila item I diungkapkan, 0 apabila item I tidak diungkapkan

n_j = Jumlah Item untuk perusahaan j

2. Variabel Moderating

Profitabilitas disimbolkan dengan X₂. Profitabilitas (PRFT) merupakan variabel moderating dalam penelitian ini. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham. Maka dari itu, dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan Return on Assets

(ROA), yaitu dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset.

$$ROA = \frac{LABA\ BERSIH\ SETELAH\ PAJAK}{TOTAL\ AKTIVA}$$

3. Variabel Dependen

Nilai perusahaan disimbolkan dengan (Y). salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio Q merupakan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen memanfaatkan sumber-sumber daya ekonomi dalam kekuasaannya. Penelitian yang dilakukan oleh Copelan (2002) dalam Herawaty (2008) menunjukkan bagaimana rasio Q dapat diterapkan pada masing-masing perusahaan. Peneliti menemukan bahwa beberapa perusahaan dapat mempertahankan rasio Q yang lebih besar dari 1. Menurut teori ekonomi mengatakan bahwa rasio Q yang lebih besar dari 1 akan menarik arus sumber daya dan kompetisi baru sampai rasio Q mendekati 1.

Rasio Q dihitung dengan rasio nilai pasar saham perusahaan ditambah dengan hutang lalu membandingkannya dengan total aset perusahaan. Formula yang digunakan sama dengan yang digunakan dalam Prasetyorini (2013) yaitu sebagai berikut.

$$Rasio\ Q = \frac{MVE + Debt}{Total\ Assets}$$

Keterangan:

MVE = Nilai pasar dari jumlah lembar saham yang beredar yang diperoleh dari jumlah saham beredar x closing price

Debt = Nilai total kewajiban perusahaan

Total Assets = Total aktiva perusahaan.

setuju (skor 1).

Teknis Analisis Data

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan sub sektor pertambangan batu bara yang terdaftar di BEI. Statistik deskriptif menyajikan ukuran-ukuran numerik yang sangat penting bagi data sampel, sehingga secara kontekstual dapat lebih mudah dipahami oleh pembaca (Pramana, 2014). Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan analisis jalur dengan metode uji interaksi atau sering disebut dengan Moderated Regression Analysis (MRA). Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1(1) x_1 + e$$

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_1 x_2 + e$$

Keterangan:

Y= Nilai Perusahaan

a= Konstanta

b= Koefisien regresi

X1= Corporate social responsibility

X2= Profitabilitas

X1X2 = Interaksi antara corporate social responsibility dengan profitabilitas

e= Error term atau tingkat kesalahan penduga dalam penelitian.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL PENELITIAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maksimum	Rata-Rata	Std. Deviasi
Rasio Q (Y)	57	.21	2.46	.8335	.49825
CSR (X1)	57	.00	36.26	15.6737	8.81672
ROA (X2)	57	-30.76	122.41	9.6316	20.00937
Valid N (listwise)					

Sumber: Data diolah 2020.

Berdasarkan Tabel 1 statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata Rasio Q yaitu sebesar 0,8335 atau sekitar 83,35% dengan nilai standar deviasi 0,49825 yang berarti bahwa efektifitas manajemen perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi adalah sebesar 83,35%. Variabel nilai perusahaan minimum diperoleh oleh PT. Resources Alam Indonesia Tbk. yaitu sebesar 0,21 pada akhir tahun 2016, sedangkan nilai perusahaan tertinggi diperoleh oleh PT. Bumi Resources Tbk. yaitu sebesar 2,46 pada periode 2016. Rasio Q yang diatas 1 menunjukkan bahwa perusahaan overvalued atau nilai perusahaan tercatat melebihi nilai perusahaan di pasar, sebaliknya Rasio Q yang dibawah 1 menunjukkan bahwa perusahaan undervalued atau di pasar nilai perusahaan dibawah nilai tercatat.

variabel CSR memiliki nilai rata-rata 15,6737 dari kriteria pengungkapan yang telah ditetapkan. Hal ini berarti bahwa dalam periode 3 tahun pengamatan, rata-rata perusahaan telah melakukan pengungkapan CSR sebanyak 15,6737% atau sekitar 14 item pengungkapan tanggung jawab social dari 91 item yang telah distandarkan oleh GRI. Rentang nilai pengungkapan CSR berkisar antara 0 pada PT. Adaro Energy Tbk. hingga 36,26 pada PT. Bumi Resources Tbk. periode 2018.

Untuk variabel profitabilitas yang diukur dengan ROA, berdasarkan statistik deskriptif menunjukkan rata-rata 9,6316 yang membuktikan bahwa 9,6316% perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dari total aset yang dimiliki. Nilai profitabilitas minimum diperoleh PT. Bara Jaya Internasional Tbk. pada periode 2017 yaitu sebesar -30,76 yang berarti perusahaan

mengalami kerugian mencapai 30,76% dari seluruh aset yang dimiliki. Sedangkan profitabilitas maksimum yaitu sebesar 122,41% yang diperoleh PT. Resources Alam Indonesia Tbk. pada akhir tahun 2017, yang

berarti bahwa perusahaan berhasil memperoleh laba bersih hingga 122,41% dari total aset yang dimiliki.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 2 Moderated Regression Analysis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.833	.065		12.733	.000
	CSR	-.036	.005	-.643	-7.026	.000
	ROA	.000	.002	-.017	-.255	.800
	X1X2	4.103	.304	1.215	13.510	.000

a. *Dependent Variable: CValue*

Sumber: Data diolah, 2020

Hasil pengolahan data yang terlihat pada tabel diatas, diperoleh persamaan regresi: Rasio Q=

$$0,833 - 0,036 \text{ CSR} + 0 \text{ ROA} + 4,103 \text{ CSR} * \text{ROA}$$

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini diukur dari nilai uji koefisien determinasi, uji statistik F, uji statistik T dan uji t-berpasangan . Perhitungan statistik disebut signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H₀ ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H₀ diterima.

Uji Koefisien determinasi (R²) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

1. Koefisien determinasi

Tabel 3. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.789	.778	.23500

a. *Predictors: (Constant), X1X2, ROA, CSR*

Sumber: data diolah, 2020

Nilai R^2 sebesar 0,789 artinya 78,9% variasi Y dapat dijelaskan oleh variabel independent dan sisanya 21,1% dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Uji statistik F

Uji F dilakukan untuk membuktikan atau mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen CSR mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan. Ketentuannya adalah sebagai berikut.

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka artinya CSR secara bersama-sama (simultan) tidak

memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (hipotesis ditolak).

2. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka artinya CSR secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (hipotesis diterima).

F tabel ditentukan dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$F_{tabel} = (k ; n-k)$$

$$F_{tabel} = (1 ; 57-3)$$

$$F_{tabel} = (1 ; 54)$$

Dari perhitungan diatas maka diperoleh nilai F tabel sebesar 4,02.

Tabel 4. Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	10.975	3	3.658	66.246	.000 ^b
Residual	2.927	53	.055		
Total	13.902	56			

a. *Dependent Variable:* CValue
b. *Predictors:* (Constant), X1X2, ROA, CSR

Sumber: Data diolah, 2020

Dari perhitungan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 66,246 sedangkan F tabel mempunyai nilai sebesar 4,02. Dari uji ini disimpulkan bahwa nilai F hitung $< F_{tabel}$ ($66,246 < 4,02$), maka hipotesis diterima yang artinya CSR berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

Uji t

Uji t ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independent (CSR) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan) secara parsial. Ketentuannya sebagai berikut.

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka artinya CSR secara individual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (hipotesis ditolak).

2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka artinya CSR secara individual berpengaruh terhadap nilai perusahaan (hipotesis diterima).

Nilai t tabel ditentukan dengan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 dengan perhitungan sebagai berikut:

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1 \text{ atau } df \text{ residual})$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 57-3-1)$$

$$t_{tabel} = (0,025 ; 53)$$

Dari perhitungan diatas maka diperoleh nilai t tabel sebesar 2,00575.

Tabel 5. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.833	.065		12.733	.000
CSR	-.036	.005	-.643	-7.026	.000
ROA	.000	.002	-.017	-.255	.800
X1X2	4.103	.304	1.215	13.510	.000

a. *Dependent Variable: CValue*

Sumber: Data diolah, 2020

Dengan demikian untuk pengujian masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian analisis menunjukkan hasil t hitung untuk variabel independen CSR adalah sebesar -7,026, sementara nilai dari t tabel yaitu sebesar 2,00575. Artinya nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (-7,026 > 2,00575). Maka hipotesis diterima yang berarti CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara parsial akan tetapi mengarah terbalik karena t hitung negatif.

2. Pengaruh profitabilitas sebagai moderating dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan

Hasil pengujian analisis menunjukkan hasil t hitung untuk variabel moderating profitabilitas adalah sebesar 13,510, sementara nilai dari t tabel yaitu sebesar 2,00575. Artinya nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel (13,510 > 2,00575). Maka hipotesis diterima yang berarti CSR dengan profitabilitas sebagai moderating secara individual berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara

berkelanjutan apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Dengan perusahaan melaksanakan CSR maka perusahaan akan memperoleh banyak manfaat diantaranya adalah produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati oleh investor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti apabila CSR mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan pengungkapan CSR secara tepat sehingga belum ditangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan oleh pihak-pihak berkepentingan. Hasil penelitian ini sama mengkonfirmasi Yustia (2014) yang menyatakan bahwa sebagian besar perusahaan publik hanya berfokus pada faktor keuangan, perusahaan kurang berfokus pada faktor-faktor non keuangan seperti CSR. Hal ini dapat terlihat pada kecilnya nilai pengungkapan CSR dari perusahaan publik di annual report.

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih

dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya, karena semakin besar dividen maka semakin menghemat biaya modal.

Hasil pengujian variabel H2 menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel moderating dapat mempengaruhi hubungan CSR dan nilai perusahaan. Dengan kata lain CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan tinggi dan sebaliknya CSR dapat menurunkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan rendah. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang diteliti pada periode 2016-2018 rata-rata memiliki sifat perusahaan yang reformis dimana profit serta anggaran CSR nya setara. Perusahaan dengan profit tinggi melakukan CSR yang tinggi pula, sebaliknya perusahaan dengan profit rendah melakukan CSR yang rendah juga. Perusahaan seperti ini memandang CSR bukan sebagai beban semata, melainkan sebagai peluang bagi perusahaan untuk menjadi lebih baik (Suharto, 2010). Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ramona (2017) yang menyatakan bahwa CSR secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas sebagai pemoderasi.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang telah dilakukan pada penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa apabila nilai perusahaan meningkat maka CSR menurun.
2. Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi yang diukur dengan ROA memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan

pertambangan sub sektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Saran

Dari hasil kesimpulan tersebut maka terdapat saran-saran yang diberikan peneliti yaitu:

1. Bagi perusahaan yang mengharapkan nilai perusahaan meningkat diharapkan untuk tetap konsisten dalam membuat laporan CSR yang lebih luas dan terperinci baik dalam keadaan laba perusahaan meningkat ataupun menurun serta perusahaan dengan skala kecil maupun besar. Investor saat ini tidak hanya melihat kesuksesan perusahaan dari segi keuangan saja, tetapi faktor non keuangan seperti CSR menjadi daya tarik tersendiri untuk saat ini karena hal tersebut bisa menjadi referensi keberlangsungan perusahaan untuk periode yang akan datang terutama hubungan perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat sekitar.
2. Penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode penelitian 2016-2018 dan hanya berdasarkan annual report saja. Alangkah bagusnya dalam penelitian selanjutnya menambahkan narasumber selain annual report karena pelaporan CSR bersifat sangat kompleks dan luas.
3. Penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen yaitu CSR dan profitabilitas sebagai moderasi dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti GCG sebagai variabel independen dan mengganti variabel moderasi atau menambah contohnya ROE atau ROI.
4. Penelitian ini menggunakan data selama 3 tahun berturut-turut yaitu 2016-2018. Penelitian selanjutnya dapat digeneralisasi dan menggunakan periode yang lebih terbaru agar penelitian dapat terus berlanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajilaksana, I Dewa Ketut Yudyadana. 2011. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi. Universitas Diponegoro.
- Almar, dkk. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol 4 Nomor 1.
- Andreas, dkk. 2015. *Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas*. Jurnal Manajemen. Vol 15 Nomor 1.
- Ayu, Dea Putri dan Gede Suarjaya. 2017. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan*. Jurnal Manajemen Unud. Vol 6 Nomor 2.
- Aziz dan Faisol. 2018. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kualitas Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Selain Industri Keuangan yang Terdaftar di BEI)*. Jurnal Akunida. Vol 3 Nomor 1.
- Candrayanthi, Alit dan Dharma Saputra. 2013. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol 4 Nomor 1.
- Harningsih, dkk. 2019. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Ranah Research. Vol I Nomor 2.
- Hasyir, Dede Abdul. 2016. *Perencanaan CSR Pada Perusahaan Pertambangan: Kebutuhan untuk Terlaksananya Tanggung Jawab Sosial yang Terintegrasikan dan Komprehensif*. Jurnal Akuntansi. Vol 8 Nomor 1. https://www.academia.edu/30677895/Nilai_perusahaan
- Makmur, Mardiana. 2018. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Thesis. Makassar: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makassar.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Jurnal Simposium Nasional Akuntansi. Vol 11.
- Nurwahidah. 2016. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI)*. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Prasetyorini, Bhekti Fitri. 2013. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol 1 Nomor 1.
- Priyanka, Felyna. 2013. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di BEI Periode 2009-2011*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ramona, Suci. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015)*.

- Artikel Ilmiah. Rokan Hulu: Fakultas Ekonomi. Universitas Pasir Pengaraian.
- Restuti, Mitha Dwi dan Cecilia Nathaniel. 2012. *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient*. Jurnal Dinamika Manajemen. Vol 3 Nomor 1.
- Retno, Reny Dyah dan Denies Priantinah. 2012. *Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2010)*. Jurnal Nominal. Vol 1 Nomor 2.
- Rosdwianti, dkk. 2016. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol 38 Nomor 2.
- Silalahi, Sem Paulus. 2014. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Beta dan Price to Book Value (PBV) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Jurnal Ekonomi. Vol 22 Nomor 1.
- Sucipto, Adeng. 2017. *Dampak Program CSR PT. PLN APJ Yogyakarta Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus di Desa Gerbosari Samigaluh Kulon Progo)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma.
- Susanti, Meri dan Eko Budi Santoso. (2011). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Kajian Akuntansi. Vol 6 Nomor 2.
- Sutopoyudo. 2009. *Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 24 Oktober 2019.
- Wardhani, Rulyani Susi. 2013. *Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*. Jurnal JEAM. Vol 12 Nomor 1.