

## Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating

**Sri Fitri Wahyuni**

*Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara  
Jl. Kapten Mukhtar Basri No.3 Medan 20221 Sumatera Utara  
email: [srifitri@umsu.ac.id](mailto:srifitri@umsu.ac.id)*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderating dalam hubungan antara corporate social responsibility dengan nilai perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling*, khususnya metode *purposive sampling* yaitu teknik sampling dengan metode pengambilan sampel secara tidak acak tetapi berdasarkan atas tujuan dan pertimbangan atau kriteria tertentu. Dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diperoleh 10 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria di atas sebagai sampel penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR secara parsial tidak mempengaruhi Price to Book Value (PBV). Sementara itu, Return on Asset (ROA) secara parsial berpengaruh tidak signifikan PBV.

**Kata Kunci:** Corporate Social Responsibility, Return on Asset, Price to Book Value

**Abstract:** *This research aims to determine the impact of Corporate Social Responsibility on the company's value in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange. Profitability ratio as a moderating variable in the relationship between corporate social responsibility and company's value. The sampling technique in this research is nonprobability sampling approach, especially the purposive sampling method which is based on the purpose and consideration or certain criteria of the 38 populations of mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange, and 10 mining companies have been selected which fulfill the criteria as research samples. The research results show that corporate social responsibility partially did not affect to Price to Book Value (PBV).*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Return on Asset, Price to Book Value*

### PENDAHULUAN

Tanggungjawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility (CSR)*) kini memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu entitas bisnis. Bukan hanya sekedar mengikuti *trend* saja, melainkan juga memahami esensi dan manfaatnya menjadi fokus perusahaan. Hal tersebut didukung oleh sebuah penelitian dari yang menyatakan bahwa CSR sebagai sebuah gagasan, sehingga perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line* saja, melainkan sudah pada *triple bottom lines*, yaitu sosial dan lingkungan karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan atau *sustainable* (Daniri, 2014).

Untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan, dalam operasinya perusahaan harus memperhatikan pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan. Oleh sebab itu, muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis dengan pengembangan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sehingga penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai suatu beban bagi perusahaan, melainkan investasi

perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR akan mendapatkan respon positif sebagai nilai tambah perusahaan dari para pelaku pasar.

Nilai perusahaan yang tumbuh secara berkelanjutan sangatlah penting karena dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan bagaimana nilai intrinsik pada saat ini, tetapi juga mencerminkan prospek dan harapan akan kemampuan perusahaan tersebut dalam meningkatkan nilai kekayaannya di masa depan. Nilai perusahaan akan meningkat secara berkelanjutan apabila dalam menjalankan operasinya perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup. Dimensi ekonomi dapat diproksikan melalui profitabilitas perusahaan, sementara dimensi sosial dan dimensi lingkungan hidup tergambarkan melalui Corporate Social Responsibility (CSR) (Susanto, 2007).

Salah satu indikator untuk menilai nilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak di masa mendatang adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan sebagai indikator suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya dan juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan.

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang berdampak langsung pada lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah bahan tambang. Perusahaan pertambangan mengeksploitasi sumber daya alam, yang sangat mungkin melakukan kerusakan terhadap lingkungan apabila menangani kegiatan operasionalnya hanya mementingkan keuntungan. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa kegiatan pertambangan di Indonesia mengalami sejarah buruk walaupun tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia tetap menjadi primadona utama bagi para investor untuk berinvestasi di dalamnya.

Berdasarkan data CSR dari Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 menunjukkan bahwa CSR 5 (lima) perusahaan dari 8 (delapan) perusahaan pertambangan mengalami penurunan. Kondisi ini akan mengakibatkan investor akan ragu dalam berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan. Jika hal ini dibiarkan berlarut, maka pada gilirannya akan mempengaruhi kontinuitas operasional dan bisnis perusahaan hingga pada titik tertentu tidak tertutup kemungkinan perusahaan akan mengalami kebangkrutan.

## **KAJIAN TEORI**

### ***Corporate Social Responsibility (CSR)***

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum. Selanjutnya CSR adalah kesungguhan suatu entitas bisnis untuk benar-benar menurunkan dampak yang tidak diinginkan dan meningkatkan semaksimal mungkin kegiatan operasinya terhadap seluruh *stakeholder* dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang terus menerus (Nurdizal, Efendi, & Wicaksana, 2011, hal. 15). Kemudian penelitian lain menyebutkan bahwa CSR adalah “*A commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource*” (Kotler & Nancy, 2004). Berdasarkan apa yang diungkapkan Kotler dan Nancy tersebut, CSR merupakan suatu komitmen perusahaan yang harus dilakukan untuk mengembangkan perusahaan ataupun organisasi bisnis dengan baik melalui sumberdaya perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu kegiatan berupa menjalankan bisnis

sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan (*owners*), biasanya dalam bentuk menghasilkan uang sebanyak mungkin dengan senantiasa mengindahkan aturan dasar yang digariskan dalam suatu masyarakat sebagaimana diatur oleh hukum dan perundang-undangan. Dengan demikian, tujuan utama dari suatu perusahaan korporasi adalah memaksimalkan laba atau nilai pemegang saham (Friedman, 2007).

Di sini terlihat bahwa CSR dilaksanakan masih sebagai hal yang perlu bukan suatu kewajiban atau suatu peraturan yang diharuskan. Sedangkan di Indonesia saat ini, pelaksanaan CSR merupakan suatu hal yang wajib dilaksanakan, hal tersebut diatur dalam UU No 40 tahun 2007 tentang Perseroan (Indonesia, 2007).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah ukuran kinerja perusahaan yang digambarkan oleh harga saham yang dibentuk atas *demand* dan *supply* di pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009, hal. 233), sedangkan penelitian Nurlela & Islahuddin mengungkapkan bahwa nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan dampak yang positif terhadap kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimal apabila harga saham perusahaan meningkat (Nurlela & Islahuddin, 2008, hal. 7). Untuk itu, semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris.

### **Return on Asset (ROA)**

*Return on Asset* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Return on Asset* (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik. *Return on Investment* (ROI) atau *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. *Return on Asset* (ROA) merupakan rasio antara laba bersih dengan keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba (Kasmir, 2012). Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan diukur dari nilai aktiva. Analisis *Return on Asset* (ROA) atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi, mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba.

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan data empiris yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia yang berfokus pada perusahaan pertambangan. Dari hasil kriteria-kriteria yang ditentukan penulis diperoleh terdapat 8 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan data yang diambil adalah dari tahun 2011-2015. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015. Jumlah populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI ada sebanyak 38 perusahaan, dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, diperoleh 8 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria di atas sebagai sampel penelitian, yaitu Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis dengan menggunakan alat analisis statistik yakni Analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*). Metode yang digunakan untuk melakukan uji regresi dengan variabel moderasi adalah *Moderated Regression Analysis* atau

uji interaksi. *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Ghozali & Chariri, 2007, hal. 164). Uji asumsi klasik perlu dilakukan yang bertujuan untuk mendapatkan nilai estimasi yang diperoleh bersifat BLUE (*Best, Linear, Unbiased, and Estimator*), yang artinya nilai estimator yang terbaik, estimator yang linear, dan estimator yang tidak bias, maka data-data yang digunakan dalam analisis regresi terlebih dahulu akan diuji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Adapun uji hipotesis adalah Uji t, uji F dan pengujian koefisien determinan

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian asumsi klasik disimpulkan bahwa model regresi yang dipakai dalam penelitian ini telah memenuhi model estimasi yang *Best Linear Unbiased Estimator* (BLUE) dan layak dilakukan analisis regresi. Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisis regresi sederhana. Dalam pengolahan data dengan menggunakan regresi linier sederhana, dilakukan beberapa tahapan untuk mencari hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, melalui pengaruh CSR terhadap PBV. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS Versi 18, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Analisis Regresi**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,823	,267		1,056	,298
	X1	,688	,599	,701	7,433	,000

a Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan regresi berikut **PBV = 0,823+0,688 SR**, sehingga persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa konstanta sebesar 0,823 menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X=0) maka nilai PBV sebesar 0,823. 1 sebesar 0,688 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,688 atau sebesar 68,8% dengan asumsi variabel lain tetap atau konstanta.

**Tabel 3. Hasil Regresi Variabel Moderasi**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.559	.981		.570	.573
	CSR	.472	2.531	.096	.186	.853
	ROA	.762	.429	.545	1.777	.085
	moderat1	.005	1.107	.002	.004	.997

a Dependent Variable: PBV

Konstanta sebesar 0.559 menunjukkan bahwa apabila variabel independen (X1, X2, X1X3=0) maka nilai PBV sebesar 0.559 atau sebesar 55,9%. 1 sebesar 0,472 menunjukkan bahwa setiap kenaikan CSR akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,472 atau sebesar 47,2% dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. 2 sebesar 0,762 menunjukkan bahwa setiap kenaikan akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,762 atau sebesar 76,2% dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan. 1 3 sebesar 0,762 menunjukkan bahwa setiap

kenaikan CSR dan ROA akan diikuti oleh peningkatan PBV sebesar 0,005 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independennya. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 18, diperoleh hasil sebagai berikut, jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima, yang artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak, yang artinya adapengaruh variabel bebas dengan variabel terikat. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dengan kata lain jika P (probabilitas)  $> 0,05$  maka dinyatakan tidak signifikan, dan sebaliknya jika  $P < 0,05$  maka dinyatakan signifikan, dengan  $df = n-2$

**Tabel 4. Hasil Uji t Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.559	.981		.570	.573
	CSR	.472	2.531	.096	.186	.853
	ROA	.762	.429	.545	1.777	.085
	moderat1	.005	1.107	.002	.004	.997

a Dependent Variable: PBV

Dari tabel regresi dapat dilihat besarnya  $t_{hitung}$  untuk variabel CSR sebesar 0.186 dengan nilai signifikan 0,853, sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,705, sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.186 < 1,688$ ), maka CSR secara parsial tidak mempengaruhi PBV. Signifikansi penelitian juga menunjukkan  $Sig > 0,05$  ( $0,853 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap PBV.

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah *Return on Asset* berpengaruh secara individual (parsial) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan (PBV).

Return on Asset memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,705, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,777 > 1,688$ ), maka Return On Asset secara individual mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian menunjukkan angka  $> 0,05$  ( $0,085 > 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Return on Asset berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Book Value*.

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa besar korelasi atau hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien korelasi dikatakan kuat apabila data nilai R berada diantara 0,5 dan mendekati 1. Koefisien determinasi (*R Square*) menunjukkan seberapa besar variabel independen menjelaskan variabel dependennya. Nilai *R Square* adalah 0 sampai dengan 1. Apabila nilai *R Square* semakin mendekati 1, maka variabel-variabel independen mendekati semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, semakin kecil nilai *R Square* maka kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas. Nilai *R Square* memiliki kelemahan yaitu nilai R Square akan meningkat setiap ada penambahan satu variabel dependen meskipun variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563(a)	.317	.253	.90343

a Predictors: (Constant), moderat1, ROA, CSR

Pada tabel di atas, dapat dilihat hasil secara keseluruhan menunjukkan nilai R sebesar 0,563 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan dengan Nilai Perusahaan (Variabel Dependen) dengan *Corporate Social Responsibility* (Variabel Independen) mempunyai tingkat hubungan yang sedang yaitu sebesar  $D = R \times 100\% = 0,563 \times 100\% = 56,3\%$ . Nilai Adjusted R Square sebesar 0,253 angka ini mengidentifikasi bahwa Nilai Perusahaan (Variabel Dependen) mampu di jelaskan oleh *Corporate Social Responsibility* (Variabel Independen) sebesar 25,3%, kemudian standart error of the estimate adalah sebesar 0,90343 dimana semakin kecil angka ini akan membuat model regresi semakin tepat. Dari hasil uji determinasi maka dapat dilihat bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan tingkat hubungan yang sedang.

## Pembahasan

### **Hipotesis 1. *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**

Tabel regresi dapat dilihat besarnya  $t_{hitung}$  untuk variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar 0.186 dengan nilai signifikan 0,853, sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,688, sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0.186 < 1,688$ ), maka *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian juga menunjukkan angka  $> 0,05$  ( $0,853 > 0,05$ ), maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Price Book Value. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), Ramadhani & Hadiprajitno (2012), Yustisia Puspaningrum (2015) yang menemukan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa besar kecilnya luas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, tidak dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Mayoritas perusahaan hanya berfokus pada faktor keuangan. Perusahaan kurang peduli terhadap faktor lingkungan dan sosial, terbukti dengan pengungkapan yang dilakukan perusahaan masih jauh dari standar yang telah ditetapkan. Selain itu, tidak konsistennya perusahaan dalam setiap periode untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaannya kepada masyarakat dan pemangku kepentingan.

Dalam gagasan tersebut, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab pada aspek ekonominya saja, namun juga harus memperhatikan pada aspek sosial dan lingkungannya. Konsep *Corporate Social Responsibility* akan lebih mudah dipahami, dengan menanyakan kepada siapa sebenarnya pengelola perusahaan (manajer) bertanggung jawab.

Meskipun secara pengertian, CSR dapat menjadi sebuah konsep yang sulit dipahami karena orang-orang yang berbeda memiliki keyakinan yang berbeda mengenai tindakan apa yang bisa meningkatkan kesejahteraan rakyat. Konsep *Corporate Social Responsibility* melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, lembaga sumberdaya masyarakat, serta komunitas setempat (lokal). Kemitraan ini merupakan tanggung jawab bersama secara sosial antara *stakeholders*.

### **Hipotesis 2. Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia**

Return on Asset memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,688, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,777 > 1,688$ ), maka Return on Asset secara individual mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian menunjukkan angka  $> 0,05$  ( $0,085 > 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Return on Asset berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Book Value*. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik secara internal maupun secara eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, disamping hal-hal yang lainnya, dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik ataupun karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan menjalankan investasi baru. Oleh karena itu manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas. *Return on Asset* (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik. Dari hasil penelitian maka menunjukkan bahwa Return on Asset berpengaruh signifikan terhadap Price Book Value, dan hasil penelitian ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu dan beberapa teori yang mendukung.

### **Hipotesis 3. Profitabilitas Memoderasi Hubungan Antara *Corporate Social Responsibility* Dengan Nilai Perusahaan**

Return on Asset memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1.777 dengan nilai signifikan 0,085, sedangkan  $t_{tabel}$  adalah 1,688, sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,777 > 1,688$ ), maka Return on Asset secara individual mempengaruhi Price Book Value. Signifikansi penelitian menunjukkan angka  $> 0,05$  ( $0,085 > 0,05$ ), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Return on Asset berpengaruh tidak signifikan terhadap *Price Book Value*. Hasil penelitian serupa menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki kemampuan untuk memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Tidak berpengaruhnya profitabilitas sebagai variabel moderating di dalam hubungan antara pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan antara lain disebabkan oleh banyaknya perusahaan pertambangan yang masih tergolong perusahaan ekonomis/ pelit (Kusumadilaga, 2010), yang menurut Suharto (2009) perusahaan ekonomis/pelit itu merupakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran CSR nya rendah.

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

## **KESIMPULAN**

Dari pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* secara parsial tidak mempengaruhi Price Book Value. Hal ini membuktikan bahwa perusahaan tidak memiliki hubungan antara *Corporate social*

responsibility dengan nilai perusahaan yang diukur dengan harga saham, yang berarti perusahaan tidak dapat mengelola corporate social responsibility dengan baik untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat tentang kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya. *Return on Asset* secara parsial berpengaruh tidak signifikan *Price Book Value*. Hal ini membuktikan bahwa *Return on Asset* tidak memiliki hubungan antara *Return on Asset* dengan nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value*, yang berarti perusahaan tidak berhasil dalam mengelola asset untuk menghasilkan laba sehingga laba yang dihasilkan berkurang dan investor tidak tertarik untuk menginvestasikan modalnya ke perusahaan tersebut. *Return on Asset* tidak dapat memoderasi hubungan antara corporate social responsibility dengan *Price Book Value*. Hal ini membuktikan bahwa *Return on Asset* tidak dapat memediasi hubungan antara corporate social responsibility dan *Price Book Value*, hal ini disebabkan karena pada beberapa tahun nilai rata-rata *Return on Asset* yang mengalami penurunan sehingga perusahaan tidak mampu menghasilkan laba dari asset yang ada di perusahaan.

## REFERENSI

- Daniri, M. A. (2014). *Lead By GCG*. Jakarta: Gagasan Bisnis Indonesia.
- Erlina. (2011). *Metodologi Penelitian*. Medan: PSI USU.
- Friedman, M. (2007). *Ekonomi Uang, Perbankan, Pasar Keuangan (Edisi Terjemahan) II*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, & Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi 4, Cetakan Ke-4*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gunawan, J. (2009). *Commitment in implementing and developing Sustainable Development Goals*. Retrieved from National Center For Sustainability Reporting: <http://www.ncsr-id.org>
- Harmono. (2009). *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard, Edisi 1, Cetakan ke-1*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Indonesia. (2007). *Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas*. Retrieved 2017, from Sustainable Finance OJK: <https://www.ojk.go.id/sustainable-finance/id/peraturan/undang-undang/Pages/Undang-Undang-No.-40-tahun-2007-tentang-Perseroan-Terbatas.aspx>
- Indonesia, I. A. (2009). *Penyajian Laporan Keuangan*. Retrieved 2018, from Dewan Standar Akuntansi Keuangan: <https://staff.blog.ui.ac.id/martani/files/2011/04/ED-PSAK-1.pdf>
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Nancy, L. (2004). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good For Your Company and Your Cause*. Hoboken: NJ: Wiley & Sons, Inc.
- Kusumadilaga, R. (2010). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Retrieved Januari 6, 2018, from Skripsi, Universitas Diponegoro: [http://eprints.undip.ac.id/22572/1/SKRIPSI\\_Rimba\\_Kusumadilaga.PDF](http://eprints.undip.ac.id/22572/1/SKRIPSI_Rimba_Kusumadilaga.PDF)
- Nurdizal, M. R., Efendi, A., & Wicaksana, E. (2011). *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Nurlela, R., & Islahuddin. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel*



- Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta)*. Pontianak: Simposium Nasional Akuntansi XI.
- Puspaningrum, Y. (2015, April 22). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. Yogyakarta, Sleman, Indonesia.
- Ramadhani, L. S., & Hadiprajitno, B. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurna Akuntansi dan Auditing Volume 8 NO.2*, 95-189.
- Solihin, I. (2009). *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2009). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Masyarakat*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Susanto, A. (2007). *A Strategic Management Approach, CSR*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.