Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan

Antony, Alhidayatullah

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

Antony58@ummi.ac.id, Alhidayatullah@ummi.ac.id

Diterima: Oktober 2020; Dipublikasikan : Desember 2020

ABSTRAK

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Profitabilitas dan Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *intervening* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. Desain dari model penelitian ini termasuk dalam penelitian kausalitatif. Populasi dari penelitian ini menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2011-2015. Pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sebanyak 20 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian dengan jumlah data penelitian sebanyak 100. Teknik analisis data yang digunakan adalah menggunakan regresi berganda dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan profitabilitas baik secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*, profitabilitas, nilai perusahaan.

ABSTRACT

The Effect of Corporate Social Responsibility on Profitability and Its Implication on Company Value aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility on company value with profitability as an intervening variable on mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2011-2015. The design of this research model is included in causal research. The population of this study uses mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2011-2015. The sample selection used was purposive sampling. A total of 20 companies fulfilled the criteria as a research sample with a total of 100 research data. The data analysis technique used was multiple regression and path analysis. The results of this study indicate that corporate social responsibility and profitability both simultaneously and partially affect the value of the mining sector company.

Keywords: corporate social responsibility, profitability, company value

PENDAHULUAN

Nilai suatu perusahaan sangatlah penting dikarenakan jika suatu perusahaan memiliki nilai yang tinggi, maka akan diikuti juga oleh tingginya kemakmuran bagi pemegang sahamnya. (SRI RAHAYU & ANDRI, 2010) mengatakan bahwa salah satu bentuk indikator untuk menilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak dimasa yang akan datang adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan laba yang dimiliki suatu perusahaan selain merupakan indikator dalam suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan. Investor sebelum menanamkan modalnya atau investasi ke suatu perusahaan, biasanya akan melakukan penilaian terhadap saham sebuah perusahaan lebih dahulu yang dilakukan berdasarkan informasi yang didapatkannya dalam pasar modal. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Menurut (Jensen, 2001) mengatakan untuk memaksimalkan nilai suatu perusahaan dalam waktu yang panjang atau jangka panjang, maka seorang manajer dituntut untuk membuat keputusan yang mempertimbangkan semua *stakeholder*. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi maka menunjukkan kemakmuran pemegang sahamnya yang tinggi pula. Nilai perusahaan didalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio Tobin's Q dengan alasan bahwa informasi yang diberikan oleh Tobin's Q dinilai lebih baik.

(Dyah Ardhana Riswarid, 2012) mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dipandang sebagai suatu gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu *corporate value* (nilai perusahaan), yang direfleksikan dalam kondisi *financial* (keuangannya) saja, tetapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu *financial*, sosial dan lingkungan. Sarana pengungkap informasi sosial atau yang lebih dikenal dengan laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) berguna untuk memberikan informasi kepada para investor tentang berbagai kegiatan sosial yang telah dilakukan perusahaan karena investor individual tertarik dengan informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Motivasi perusahaan untuk melakukan pengungkapan sosial

lebih banyak dipengaruhi oleh usaha untuk mengkomunikasikan kepada *stakeholder* mengenai kinerja manajemen dalam mencapai manfaat bagi perusahaan dalam jangka panjang, (Retno Anggraeni, 2006). Pentingnya sebuah perusahaan dalam melaksanakan kegiatan *Corporate Social Responsibility* semakin disadari keberadaannya oleh berbagai perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya. Dengan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), maka perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Profitabilitas adalah “Kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu yang diukur dengan kesuksesan perusahaan tersebut dan kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktivitya secara produktif (Munawir, 2007). Sedangkan berdasarkan *signaling theory* yang dikemukakan oleh (Harahap, 2007) (2007:50) mengatakan bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Lebih lanjut lagi Harahap (2007) mengatakan profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba (*profit*) selama periode tertentu dengan menggunakan modal atau aktiva, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri. (Yosefa Sayekti, 2007) menyatakan bahwa pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan perusahaan berpengaruh negatif terhadap CSR. (Ni Wayan, 2010) mengatakan bahwa perusahaan akan berusaha mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini sesuai dengan paradigma *enlightened self-interest* yang mengatakan bahwa stabilitas dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai jika perusahaan melakukan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat Hartanti dalam (Retno & Priantinah, 2012).

Profitabilitas menyangkut efisiensi perusahaan menggunakan modal, baik modal sendiri maupun modal asing. *Signaling theory* menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Dengan tingkat profitabilitas yang tinggi bagi sebuah perusahaan, maka hal ini menunjukkan bahwa terjadi efektifitas dan efisiensi dalam pengelolaan perusahaan karena dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan harga saham dan akhirnya akan menarik investor untuk menanamkan modalnya. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk mekanisme yang dapat digunakan perusahaan dalam menkomunikasikan perusahaan dengan *stakeholders*. Profitabilitas dapat dijadikan sebagai pertimbangan penting bagi investor sebelum melakukan investasi, karena dengan semakin tinggi nilai profitabilitas suatu perusahaan maka akan meningkatkan deviden yang akan didapatkannya. Dengan adanya keinginan untuk mendapatkan hasil keuntungan yang tinggi maka diharapkan juga investor mau berinvestasi di perusahaan. Dengan melakukan kegiatan CSR bagi suatu perusahaan maka diharapkan konsumen akan loyal kepada perusahaan untuk membeli produk dari perusahaan sehingga akan meningkatkan profitabilitas bagi perusahaan. Perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya akan memberikan dampak positif dalam jangka waktu panjang yang tercermin pada profit (keuntungan) perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan (Dahli dan Siregar dalam Setyaningrum, 2015:56). Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga bisa disimpulkan *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat Bowman&Haire, Preston yang dijelaskan oleh (KUSUMADILAGA, 2010)

TINJAUAN PUSTAKA

Teory *Stakeholder*

(Imam Ghozali, 2007), teori *stakeholder* menyebutkan perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Ghozali dan Chariri (dalam (Andoyo, 2013) mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung terhadap dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan untuk mencari dukungan tersebut. Lebih lanjut lagi Andoyo (2013) menyebutkan makin *powerfull stakeholder*, maka semakin besar perusahaan untuk beradaptasi dan pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dan *stakeholder*-nya. *Stakeholder theory* mengatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan selama periode tertentu yang mampu mempengaruhi pengambilan keputusan.

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Andoyo (2013:5) menyebutkan bahwa legitimasi dianggap sebagai usaha untuk menyamakan persepsi atau asumsi tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas (perusahaan) merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan dengan norma, nilai dan kepercayaan.

Nilai Perusahaan

Menurut (Nurlela, 2008) nilai suatu perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Untuk mewujudkan nilai perusahaan yang tinggi, umumnya para pemegang saham menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Nilai suatu perusahaan sangat penting karena dengan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi maka akan diikuti pula dengan tingginya kemakmuran bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh profesor James Tobin pada tahun 1967. Rasio ini merupakan konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengembalian dari setiap dolar investasi inkremental. Rasio Tobin's Q dipilih karena rasio ini dinilai dapat memberikan suatu informasi yang paling baik karena dalam rasio ini memasukkan semua unsur utang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa dan tidak hanya ekuitas saja yang dimasukkan tetapi seluruh aset perusahaan. Nilai Tobin's Q jika >1 menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai lebih tinggi dari pengeluaran investasinya, dan hal ini akan mendorong investasi baru. Akan tetapi jika nilai Tobin's Q < 1 , maka investasi dalam aktiva menjadi kurang menarik karena investasi tersebut akan menghasilkan laba yang lebih kecil dari pengeluaran investasinya. (Herawati, 2008) mengatakan bahwa Perusahaan yang memiliki Tobin's Q dengan nilai yang semakin tinggi menunjukkan bahwa prospek pertumbuhan perusahaan semakin baik, karena investor akan mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk perusahaan yang memiliki nilai pasar aset yang lebih besar daripada nilai bukunya.

Corporate Social Responsibility

(Untung, 2008) mengatakan bahwa "*corporate social responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan". Corporate social responsibility (CSR) adalah tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup *triple bottom line* yaitu mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan (Wibisono, 2007). ISO 26000 draft 3 tahun 2007 yang dijelaskan oleh (Suharto, 2008) mengatakan bahwa "*corporate social responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatan pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

Profitabilitas

Profitabilitas menyangkut efisiensi perusahaan menggunakan modal, baik modal sendiri maupun modal asing, (Harahap, 2007). Menurut Harahap (2007) yang dimaksud dengan rasio profitabilitas adalah "kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui semua kemampuan, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang". Sedangkan rasio profitabilitas menurut (Houston, 2006) adalah "sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dan pengaruh likuiditas, manajemen aset, dan utang pada hasil operasi". Rasio-rasio yang digunakan untuk mengukur dan membandingkan kinerja profitabilitas yang dikemukakan oleh (Suad Husnan, 2006) adalah sebagai berikut:

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kausal – komparatif. Penelitian kausal komparatif merupakan kegiatan penelitian yang berusaha mencari informasi tentang mengapa terjadi hubungan sebab akibat dan peneliti berusaha melacak kembali hubungan tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas dan nilai perusahaan. Maka sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan auditan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011 – 2015 yang diperoleh dari situs resmi BEI www.idx.co.id. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *Corporate social responsibility*. Yang menjadi variabel independen adalah nilai perusahaan yang diprosikan oleh Tobin's Q. Variabel *intervening* didalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diprosikan oleh *Return On Equity* (ROE).

Hubungan sebab akibat dalam penelitian ini yang melibatkan variabel dependen atau endogen dalam penelitian struktural *equation modeling* (SEM) yaitu profitabilitas yang diproksikan oleh ROE dan nilai perusahaan yang diproksikan oleh Tobins'Q serta variabel independen atau variabel eksogen dalam penelitian SEM yaitu *corporate social responsibility*. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari penentuan nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, nilai minimum, dan standard deviasi masing-masing variabel dependen, independen dan *intervening*. Uji *sobel test* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel *intervening* (mediasi). Variabel *intervening* (mediasi) dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Uji *sobel* ini dilakukan dengan cara menguji kekuatan tidak langsung dari variabel independen, yaitu *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel Y_2 yaitu nilai perusahaan melalui variabel mediasi Y_1 yaitu profitabilitas.

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel independen (bebas) secara individu terhadap variabel dependen (terikat). Jika $t_{hitung} \geq$ dari t_{tabel} atau $Pvalue \leq 0,05$ maka hubungan antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (bebas) adalah signifikan. Tetapi jika $t_{hitung} \leq$ dari t_{tabel} atau $Pvalue \geq 0,05$ maka hubungan antara variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (bebas) adalah tidak signifikan. Ghozali (2011) mengatakan bahwa koefisien determinasi merupakan ikhtisar yang menyatakan seberapa baik garis regresi dalam mencocokkan data. Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar antara 0 – 1. Nilai *R square* digunakan dalam mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel terikat (dependen). Jika nilai *R square* mendekati angka nol maka kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen (terikat) amat terbatas. Tetapi jika nilai *R square* mendekati angka 1, maka variabel-variabel independen (bebas) dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikatnya (dependen). Rumus persamaan untuk koefisien determinasi adalah sebagai berikut: $KD = R^2 \times 100\%$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variable	min	max	skew	c.r	kurtosis	c.r.
CSR	.063	.940	.039	.159	-.574	-1.171
ROE	-.316	.7527	.842	3.439	2.343	4.782
Q	.372	7.146	3.196	13.050	13.365	27.282
Multivariate					17.879	10.685

Berdasarkan tabel 1, *output* AMOS di atas menunjukkan bahwa untuk variable ROE dan Q pada kolom critical ratio (cr) sebesar 4.782 dan 27.282 yang berarti bahwa lebih besar dari harga mutlak yaitu ± 2.58 , maka secara *univariate* data variable ROE dan Q tidak terdistribusi secara normal. Hasil pengujian secara *multivariate* pada kolom critical ratio menunjukkan nilai sebesar 10.685 lebih besar dari nilai batas yang sudah ditentukan yaitu ± 2.58 . Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini kurang memenuhi syarat untuk dikategorikan normal secara *multivariate*.

Hasil Evaluasi Outlier

Deteksi terhadap *multivariate outliers* dilakukan dengan memperhatikan nilai *mahalanobis Distance*. *Multivariate outliers* dilakukan dengan menggunakan kriteria jarak mahalanobis pada tingkat $p_2 < 0.000$ yang dapat dilihat pada tabel 2. Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa terdapat 3 data yaitu data observasi nomor 15,32,86 yang memiliki nilai p_2 lebih kecil dari 0,000, maka data tersebut dianggap *outliers data*. Data yang dianggap *outliers* ini akan di *trimming* atau di *drop* dari penelitian ini untuk meminimalisir kebiasaan hasil penelitian

Tabel 2. Hasil Uji Multivariate Outliers

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
15	39.956	.000	.000
32	23.377	.000	.000
86	20.723	.001	.000
12	14.210	.014	.056
96	12.513	.028	.156
17	12.005	.035	.135
63	11.376	.044	.157
37	11.278	.046	.091
57	10.397	.065	.199
56	10.261	.068	.144

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Nilai VIF dan *Tolerance*

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
CSR	,947	1,056	Lolos Uji
ROE	,973	1,028	Lolos Uji

Berdasarkan Tabel 3, menyatakan bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 untuk ketiga variabel eksogen, sehingga penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinieritas.

Pengujian Kelayakan Model Penelitian

Tabel 4. Hasil Evaluasi Goodness-of Fit

Goodness-of fit index	Cut-of value	Hasil Perhitungan	Keterangan
Absolute Fit Measure			
X ² Chi-Square	≥0,05	0,196	<i>Goodness-of fit</i>
Probability	≥0,05	0,658	<i>Goodness-of fit</i>
CMIN/DF	≤2,00	0,196	<i>Goodness-of fit</i>
RMSEA	<0.08	0,000	<i>Goodness-of fit</i>
GFI	≥0,90	0,999	<i>Goodness-of fit</i>
Incremental Fit Measure			
AGFI	≥0,90	0,988	<i>Goodness-of fit</i>
TLI	≥0,95	1,350	<i>Goodness-of fit</i>
CFI	≥0,95	1,000	<i>Goodness-of fit</i>
NFI	≥0,90	0,994	<i>Goodness-of fit</i>

Berdasarkan Tabel 4 maka model penelitian diatas dapat dikatakan layak untuk menguji hipotesis-hipotesis yang mengikutinya

Pengujian Hipotesis Model Penelitian

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis CSR Terhadap ROE

	S.E	C.R	P
ROE <--- CSR	.089	-248	804

Berdasarkan persamaan koefisien jalur diatas, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis secara parsial didapatkan nilai t_{hitung} variable CSR terhadap variable ROE sebesar -0,248 dengan nilai p-value sebesar 0,804. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,985 ($\alpha = 5\%$), maka nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-0,248 < 1,985$ yang artinya bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap ROE. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap profitabilitas di tolak.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis CSR Terhadap Tobin's Q

	S.E	C.R	P
Q <--- CSR	.439	2.076	.038

Berdasarkan persamaan koefisien jalur diatas, maka diperoleh hasil dari pengujian hipotesis secara parsial didapatkan nilai t_{hitung} variable CSR terhadap variable Tobin's Q sebesar 2,076 dengan nilai p-value sebesar 0,038. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 1,985 ($\alpha = 5\%$), maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,076 > 1,985$ yang artinya bahwa CSR berpengaruh terhadap Tobin's Q. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap Tobin's Q di terima. Berdasarkan model penelitian maka untuk menentukan pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *Tobin's Q* dapat terjadi secara langsung dan secara tidak langsung. Pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap *Tobin's Q* (Q) secara tidak langsung ini adalah melalui atau dimediasi oleh *Return On Equity* (ROE). Berikut ini adalah tabel yang menyajikan besar dan arah koefisien regresi baik untuk pengaruh langsung maupun tidak langsungnya adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung CSR Terhadap Tobin's Q

KETERANGAN	Variabel Independen
	CSR
Pengaruh langsung variabel independen terhadap Tobin's Q	-0,187
Pengaruh langsung variabel independen terhadap ROE	-0,025
Pengaruh langsung ROE terhadap Tobin's Q 1,860	-
Pengaruh tidak langsung variabel independen melalui ROE terhadap Tobin's Q	-0,008

Berdasarkan Tabel 7, perbandingan antara pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung maka dapat diketahui bahwa: besarnya nilai koefisien pengaruh langsung variabel CSR terhadap nilai perusahaan (Q) adalah sebesar -0,187. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel CSR melalui ROE terhadap nilai perusahaan (Q) adalah -0,008 atau pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsungnya. Dengan demikian bahwa dengan adanya variabel mediasi ROE antara CSR terhadap nilai perusahaan semakin memperkuat pengaruh tidak langsungnya.

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 8 Koefisien Determinasi

	Estimate
ROE	.027
Q	.208

Berdasarkan tabel 8, di atas menunjukkan bahwa nilai R^2 (koefisien determinasi) ROE adalah sebesar 0,027 atau 2,7%. Hal ini menunjukkan bahwa CSR memiliki kontribusi terhadap ROE sebesar 2,7%, sedangkan sisanya 91,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinasi nilai perusahaan sebesar 0,208 atau 20,8% memiliki arti bahwa CSR dan ROE memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan 20,8%, sedangkan sisanya sebesar 79,2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, maka dapat diketahui bahwa CSR berpengaruh secara signifikan dengan arah negatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan tidak mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008), Mukhtarudin, Relasari dan Felmania (2014) dan Schadewitz dan Niskala (2010). Hasil

penelitian tersebut menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil pengujian pengaruh profitabilitas yang di proksikan dengan *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t_{hitung} variabel ROE terhadap variabel Tobin's Q sebesar 3.670, dengan nilai p -value sebesar 0.000. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} sebesar 2.004 ($\alpha = 5\%$), maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3.67618 < 2.004$, sehingga H_0 ditolak. Artinya, Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Tobin's Q.

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Profitabilitas

Berdasarkan hasil analisis statistik pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas maka didapatkan koefisien jalur CSR terhadap profitabilitas memiliki nilai sebesar -0,248. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif CSR terhadap profitabilitas pada perusahaan pertambangan sebesar -0,248. Sedangkan nilai t_{hitung} sebesar -0,248 sedangkan nilai t -statistic sebesar 1,985 atau $-0,241 < 1,985$ hal ini menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh ke arah negatif terhadap profitabilitas sehingga H_1 ditolak.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Profitabilitas

Dari hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Equity* tidak mampu memediasi hubungan tidak langsung antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang di proksikan dengan Tobin's Q. Besarnya nilai koefisien langsung variabel CSR terhadap nilai perusahaan (Q) adalah sebesar -0,187. Sedangkan pengaruh tidak langsung variabel CSR melalui ROE terhadap nilai perusahaan (Q) adalah -0,008 atau pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsungnya. Dengan demikian bahwa dengan adanya variabel mediasi ROE antara CSR terhadap nilai perusahaan semakin memperkuat pengaruh tidak langsungnya.

KESIMPULAN

Dari hasil perhitungan dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas mampu memediasi variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andoyo, S. W. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dengan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal TEKUN*, 4, 1–24
- Andoyo, S. W. (2013). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dengan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal TEKUN*, 4, 1–24.
- Dyah Ardhana Riswarid, N. C. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Publik Non Finansial Yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008 – 2009). *Jurnal Akuntansi*, 1, 1–12.
- Ghozali, I. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos 22.0*. Badan Penerbit Universitas Dipnegoro.
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*.
- Harahap, S. S. (2007). *Analisa Kritis Atas Laporan Keuangan*.
- Herawati, V. (2008). Peran Praktek Corporate Governance Sebagai Moderating Variabel Dari Pengaruh Earning Management Terhadap Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak*.
- Houston, E. F. B. dan J. F. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- Imam Ghozali, A. C. (2007). *Teori Akuntansi* (3rd ed.). Badan Penerbit Universitas Dipnegoro.
- Jensen, M. C. (2001). Value Maximisation, Stakeholder Theory, and The Corporate Objective Function. *Journal Of European Financial Management*, 14, 8–21.
- KUSUMADILAGA, R. (2010). *PENGARUH CORPORATE SOCIALRESPONSIBILITY TERHADAP NILAIPERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITASSEBAGAI VARIABEL MODERATING(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa EfekIndonesia)*.
- Munawir, S. (2007). *Analisa Laporan Keuangan*.
- Ni Wayan, R. (2010). Pengruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*.
- Nurlela, I. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*, 21–23.

- Retno Anggraeni, F. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor Yang Mmpengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*, 23–26.
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (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). *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2), 99–103. <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.1000>
- SRI RAHAYU, S. R., & ANDRI, A. (2010). *PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAANDENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DANGOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta)*.
- Suad Husnan, E. P. (2006). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. UPP STIM YKPN.
- Suharto, E. (2008). *Corporate Social Responsibility :What is and Benefit for Corporate”*. Makalah yang disajikan pada seminar Dua Hari, *Corporate Social Responsibility: Strategy, Management and Leadership, Intipesan*.
- Untung, H. B. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika.
- Wahyuning Ambar Setianingrum, 7311411126. (2015). *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013)*.
- Wibisono, Y. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Fascho Publishing.
- Yosefa Sayekti, L. S. W. (2007). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Disclousure Terhadap Earning Respo Coeficient. *Simposium Nasional Akuntansi X*.
- Yulius Jogi Christiawan, J. T. (2010). Kepemilikan Manajeral: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9, 1–9.