

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL
RESPONBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERATING
(Studi Kasus Pada Perusahaan Telekomunikasi
yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)**

Ahmad Sidiq 1), Patricia Dhiana Paramita 2), Marsiska Ariesta P. 3)

- 1) Mahasiswa Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang
2), 3) Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Profitability and Company Size (SIZE) on Company Value Calculated with Return On Assets (ROA) with Corporate Social Responsibility (CSR) as Intervening Variables. (Case Study of Telecommunication Companies Registered on the Indonesia Stock Exchange for the Period of 2012-2016). The population of this study are 5 Telecommunication Companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The samples obtained were 25 samples. The sampling technique is from the financial statements obtained in the Manufacturing Company by purposive sampling. The results of the t test show that Profitability has a negative effect on the Value of the Company, the Company Size has a positive and significant effect on the Value of the Company, Profitability and Company Size simultaneously. CSR can moderate the size of the company to the value of the company.

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

PENDAHULUAN

Pada era modern ini banyak terdapat perusahaan yang bergerak diberbagai macam sektor yang bersaing sangat ketat. Pada dasarnya setiap perusahaan yang didirikan bertujuan untuk mendapatkan laba dan tentunya perusahaan menginginkan laba yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Untuk itu perusahaan perlu menjamin nilai perusahaannya tumbuh secara berkelanjutan. Informasi keuangan yang hanya dalam bentuk laba saja tidak cukup untuk menjamin keberlanjutan perusahaan. Perusahaan perlu

memberikan informasi lain yang dibutuhkan oleh *stakeholder* dalam hal pengambilan keputusan (Hastuti, 2014). Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau

dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan memiliki tanggungjawab dalam menyusun perencanaan mengenai bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang (Hermuningsih, 2013).

Nilai perusahaan dapat di ukur dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan juga dapat di ukur dengan PBV (*Price to Book Value*), yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham atau *book value per share* (Sundjaja dan Berlian, 2002). Indikator PBV (*price book value*) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relatif

terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, semakin tinggi rasio tersebut semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham, dengan mengetahui rasio PBV, investor bisa mengidentifikasi saham mana yang harganya wajar, *undervalued*, dan *overvalued*. Penggunaan PBV sebagai proksi yang mewakili nilai perusahaan juga digunakan pada sebagian besar penelitian yang menggunakan nilai perusahaan dalam variabel penelitiannya dan PBV ini merupakan rasio yang sudah secara luas dipakai di berbagai analisis sekuritas dunia.

Informasi mengenai profitabilitas pada perusahaan telekomunikasi mengalami fluktuasi, sehingga mengakibatkan kepercayaan investor berkurang. Hal tersebut berdasarkan data empiris mengenai *Price Book Value* (PBV) dan *Return On Asset* (ROA) dan total aset perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI. Berikut data rata-rata keseluruhan sampel perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI dapat dilihat pada tabel 1 di bawah.

Tabel 1
Data Price Rata-Rata Book Value (PBV), Return On
Asset (ROA)
Telekomunikasi, tahun 2013-2017

	Rasio	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	PBV	1,172	1,61 6	1,67	1,77	1,528
2	ROA	-6,266	- 7,05 6	0,86	2,15	0,858

Sumber: ICMD 2013-2017, IDX Statistic 2013-2017, data diolah

Terdapat banyak sekali faktor yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya sebuah nilai perusahaan. Menurut beberapa penelitian sebelumnya, nilai perusahaan umumnya dipengaruhi oleh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, struktur modal, *lverage*, kebijakan dividen dan lain-lain. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Sartono, 2010).

TELAAH PUSTAKA

Stakeholder merupakan hal yang sangat penting untuk mendukung keberlangsungan suatu perusahaan, sebab tanpa *stakeholder* suatu perusahaan tidak akan berjalan dengan baik. Karena itu, hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah memperhatikan dan peduli kepada

semua pihak yang telah mendukung keberlangsungan atas meningkatnya suatu perusahaan dan tidak hanya berfokus pada kepentingan perusahaan saja. Menurut (Purwanto, 2011), menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham (Brigham, 2011). Samuell (2010) menjelaskan bahwa *enterprise value* (EV) atau dikenal sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan Wahyudi dan Hartini (2015) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan itu dijual.

Menurut Wibisono (2016) *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk

bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Van Horne dan Wachowicz (2005) mengemukakan rasio profitabilitas terdiri dari atas dua jenis, yaitu rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dan rasio yang menunjukkan profitabilitas dalam kaitannya dengan investasi. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor (*gross profit margin*) dan margin laba bersih (*net profit margin*). Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas aktiva (*return on total assets*) dan tingkat pengembalian atas ekuitas (*terurn on equity*).

Menurut Riyanto (2015), suatu perusahaan yang besar yang sahamnya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya pengendalian dari pihak yang dominan terhadap perusahaan bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil, dimana sahamnya tersebar hanya di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar

terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Dengan demikian, maka perusahaan yang besar akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil.

Hipotesis

- H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ukuran perusahaan
- H₃ : Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.
- H₄ : *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- H₅ : *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan 2 variabel

independen, 1 variabel moderating dan 1 variabel dependent.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian terhadap perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

Tabel 2
Sampel Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2013-2017

No.	Kode Saham	Nama Emiten
1.	EXCL	XL Axiata Tbk
2.	FREN	Smartfren Telecom Tbk
3.	ISAT	Indosat Tbk
4.	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk

Sumber : www.idx.co.id , Sub sektor telekomunikasi data diolah (2018)

Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini bersumber dari data sekunder (*secondary data*), yang berasal dari Laporan Keuangan Perusahaan Telekomunikasi yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013 sampai 2017, yang termuat dalam *annual report, ICMD (Indonesian Capital Market Directory), IDX Statistic 2013-2017*, website www.idx.co.id.

Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS 2.0

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Pengujian deskripsi dilakukan untuk mengetahui gambaran umum tentang variabel penelitian.

Tabel 3
Deskripsi Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	20	-15,97	16,24	1,0155	9,73955
SIZE	20	15,87	190,51	71,5500	56,30839
CSR	20	,013	0,683	0,14625	1,44715
PBV	20	,32	4,32	2,0630	1,20643
Valid N (listwise)	20				

Sumber: data skunder yang diolah,2018

Sumber: Data skunder yang diolah,2018

Variabel profitabilitas yang diukur menggunakan ROA menunjukkan nilai rata-rata sebesar 1,0155 dengan nilai minimum diperoleh sebesar -15,97 dan nilai maksimum sebesar 16,24. Hal ini berarti bahwa ROA yang tinggi menunjukkan efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan besarnya aset yang dimiliki untuk menciptakan laba.

Variabel ukuran perusahaan yang diukur melalui size menunjukkan nilai rata-rata sebesar 71,5500, nilai maksimum 190,51 dan nilai minimum 15,87 menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai size menunjukkan bahwa ukuran perusahaan semakin besar yang berarti nilai perusahaan akan meningkat.

Indeks pengungkapan CSR yang diukur dengan 78 item pengungkapan diperoleh rata-rata sebesar 0,14625 atau 14,625%. Hal ini berarti bahwa dalam

satu periode dalam *annual report*, perusahaan telah mengungkapkan sebanyak 14,625% atau sekitar 11 hingga 12 item dalam *annual report* mengenai pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan. Indeks pengungkapan terkecil adalah hanya sebesar 0,013 atau 1,3% dan indeks pengungkapan terbesar adalah sebesar 0,683 atau sebesar 68,3%. Semakin meningkatnya perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR dikarenakan selain karena telah berlakunya UUPT No. 40 yang mengharuskan perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosialnya juga karena merupakan strategi bisnis perusahaan untuk menciptakan *brand image* yang baik di mata masyarakat. Nilai perusahaan yang diproksikan melalui PBV mempunyai nilai rata-rata sebesar 2,6030, nilai maksimumnya 4,32 dan minimumnya 0,32.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independent dan variabel dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi

yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan *Kolmogorov-Smirnov*.

Tabel 4
Uji Normalitas Tahap I

One-sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,00226015
Most Extreme Differences	Absolute	,182
	Positive	,182
	Negative	-,129
Kolmogorov-Smirnov Z		,814
Asymp. Sig. (2-tailed)		,521

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data skunder diolah,2018

Tabel 5
Uji Normalitas Tahap II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		20
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,53871368
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,113
	Negative	-,091
Kolmogorov-Smirnov Z		,504
Asymp. Sig. (2-tailed)		,962

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data skunder diolah,2018

Sumber: data skunder diolah,2018

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *asymp.sig* variabel yang digunakan dalam penelitian $> 0,05$ dimana nilai *asym.sig*nya 0,521 dan 0,962 maka dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Pengujian multikolinearitas diuji dengan menggunakan nilai VIF dan tolerance dari model regresi. Model regresi yang dinyatakan bebas dari

multikolinearitas apabila nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,10.

Tabel 6
Uji Multikolonieritas Tahap II

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant) 1			
X1	,863	1,038	Tidak terjadi Multikolonieritas
X2	,863	1,038	Tidak terjadi Multikolonieritas

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data skunder yang diolah, 2018

Hasil perhitungan tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas jauh di bawah 10 dan hasil perhitungan nilai *tolerance* menunjukkan semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10 dan nilainya tidak lebih dari 0,90. Dengan demikian dapat disimpulkan semua variabel tidak memiliki gejala multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas akan dilakukan dengan menggunakan gambar uji *Glejser*.

Tabel 7
Uji Heteroskedastisitas Tahap I

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.005	,224		-.021	,984
1 ROA	-.002	,014	-.031	-.171	,866
SIZE	,009	,002	,666	3,646	,002

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: data skunder diolah, 2018

Sumber: Data skunder diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas bahwa dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas

dengan *glejser* bisa dilihat bahwa nilai sig. variabel ROA (X1) sebesar 0,805 > 0,005, sedangkan variabel SIZE (X2) < 0,05 yaitu sebesar 0,002 hal ini menunjukkan bahwa X1 bebas dari heteroskedastisitas sedangkan X2 memiliki gejala heteroskedastisitas.

Tabel 8
Uji Heteroskedastisitas Tahap II

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.005	,224		-.021	,984
1 ROA	-.002	,014	-.031	-.171	,866
SIZE	,009	,002	,666	3,646	,002

a. Dependent Variable: RES_2

Sumber: data skunder diolah 2018

Sumber: Data sekunder diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas bahwa dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas dengan *glejser* bisa dilihat bahwa nilai sig. variabel ROA (X1) sebesar 0,805 > 0,005, sedangkan variabel SIZE (X2) dan CSR (Y1) < 0,05 hal ini menunjukkan bahwa X1 bebas dari heteroskedastisitas sedangkan X2 dan Y1 memiliki gejala heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan uji asumsi klasik yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan tidak terdapat heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas. Oleh karena itu data yang tersedia telah memenuhi syarat untuk menggunakan model regresi

sederhana. Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 9
Analisis Regresi Linear Berganda Tahap I

Analisis Regresi Linear Berganda Tahap I			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	,759	,243	
Profitabilitas	-,005	,016	-,038
Ukuran Perusahaan	,018	,003	,854

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

$$Y = ,759 + (-0,038)\text{Profitabilitas} + 0,854\text{Ukuran Perusahaan} + e$$

Dari persamaan regresi linier sederhana yang telah dituliskan, maka dapat dianalisis:

a. Konstanta (α) sebesar : 0,759

Apabila profitabilitas dan ukuran perusahaan sama dengan 0 atau ditiadakan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 75,9 persen (0,759x100%).

b. Nilai $b_1 = -0,038$

Variabel profitabilitas mempunyai pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Apabila terjadi penurunan 1 persen pada variabel profitabilitas, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 3,8 persen dengan asumsi variabel ukuran perusahaan dan adalah konstan.

c. Nilai $b_2 = 0,854$

Variabel ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Apabila terjadi kenaikan 1 persen pada variabel ukuran perusahaan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 85,4 persen dengan asumsi profitabilitas adalah konstan.

Tabel 4.10
Analisis Regresi Berganda Tahap 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	,170	,314	
Profitabilitas	-,004	,020	-,032
Ukuran Perusahaan	,019	,003	,881
CSR	1,291	,307	1,548
Profitabilitas*CSR	-,003	,014	-,033
Ukuran Perusahaan*CSR	-,006	,002	-1,449

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk *standarardized* dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = ,170 + (-0,032)\text{Profitabilitas} + 0,881\text{Ukuran Perusahaan} + 1,548\text{CSR} - 0,003\text{Profitabilitas*CSR} - 1,449\text{Ukuran Perusahaan*CSR} + e$$

Persamaan regresi menunjukkan bahwa nilai konstanta 0,170 hal ini dapat diartikan, apabila variabel bebas (Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan CSR) konstan, maka besar nilai variabel terikat (Nilai Perusahaan) adalah menjadi 17,0 persen. Sedangkan nilai koefisien regresi Profitabilitas (X_1) mempunyai pengaruh negatif sebesar -

0,032 terhadap nilai perusahaan, artinya semakin menurunnya profitabilitas perusahaan maka akan menurunkan nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi Ukuran Perusahaan (X₂) mempunyai pengaruh positif sebesar 0,881 terhadap nilai perusahaan, artinya semakin naik ukuran perusahaan maka akan meningkatkan terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen terhadap variabel dependen untuk melihat kebermaknaan masing-masing variabel independen dalam model regresi yang diperoleh menggunakan uji t. Profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen dan CSR sebagai variabel moderating secara individual dalam menerangkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan.

Tabel 11
Hasil Output Uji t Model I

Hasil Output Uji t Model I					
Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	,759	,243		3,118	,006
Profitabilitas	-,005	,016	-,038	-,302	,767
Ukuran Perusahaan	,018	,003	,854	6,813	,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: data sekunder yang diolah, 2018

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2018

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H₁)

Variabel profitabilitas (X₁) memiliki nilai t hitung sebesar -0,302 dengan

tingkat signifikansi sebesar 0.767, karena nilai t hitung -0,302 < t tabel 1,73406 dan tingkat signifikansi t hitung 0.767 > $\alpha = 0.05$ (*one taile*) dan bertanda positif, maka dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H₂)

Variabel ukuran perusahaan (X₂) memiliki nilai t hitung sebesar 6,813 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000, karena nilai t hitung 6,813 > t tabel 1,73406 dan tingkat signifikansi t hitung 0.000 < $\alpha = 0.05$ (*one taile*) dan bertanda positif, maka dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 12
Hasil Output Uji t Model II

Hasil Output Uji t Model II					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,170	,314		,542	,596
Profitabilitas	-,004	,020	-,032	-,193	,850
Ukuran Perusahaan	,019	,003	,881	6,085	,000
CSR	1,291	,307	1,548	4,209	,001
Profitabilitas*CSR	-,003	,014	-,033	-,199	,845
Ukuran Perusahaan*CSR	-,006	,002	-,1449	3,561	,003

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: data sekunder yang diolah, 2018

Sumber: data sekunder yang diolah, 2018

Berdasarkan hasil analisis regresi untuk profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR, profitabilitas x CSR dan ukuran perusahaan x CSR diperoleh nilai yaitu (X₁) -0,193 > , 1,73961 dan sig. 0,850 > 0,005 maka H₀ di terima dan menolak

Ha. (X2) t hitung $6,085 > 1,73961$ dan sig $0,000 < 0,005$ maka H_0 ditolak dan menerima Ha. (Y1) t hitung $4,029 > 1,73961$ dan sig. $0,001 < 0,005$ maka H_0 ditolak dan menerima Ha. Profitabilitas*CSR (X1Y1) t hitung $- ,199 > 1,73961$ dan sig. $0,845 > 0,005$ maka H_0 di terima dan menolak Ha. Ukuran Perusahaan x CSR (X2Y1) t hitung $3,561 > 1,73961$ dan sig $0,003 < 0,005$ maka H_0 ditolak dan menerima Ha. Dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social responsibility* sebagai variabel moderating dapat disimpulkan bahwa CSR memperkuat dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-

variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel-variabel dependen. Nilai determinasi ditentukan dengan nilai *R Square*.

Tabel 13
Koefisien Determinasi Tahap I

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,862 ^a	,743	,713	,64673	,763

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
Sumber: data skunder diolah, 2018

Sumber: data skunder yang diolah, 2018

Tabel 14
Koefisien Determinasi Tahap II

Model Summary ^a					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,952 ^a	,905	,872	,43219	1,586

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan*CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas*CSR, CSR
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
Sumber: data skunder diolah, 2018

Sumber: data skunder diolah, 2018

Hasil perhitungan koefisien dterminasi (R^2) pada tabel 13 diperoleh hasil sebesar 0,713 atau 71,3%. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 0,713 atau 71,3% berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan sisanya sebesar 28,7% dijelaskan oleh variabel atau faktor lain diluar variabel penelitian. Sedangkan pada table 14 koefisien determinasi meningkat menjadi 0,872 atau 87,2 %. Dari hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa 87,2 % nilai perusahaan dapat dijelaskan

profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR sebagai variabel moderating. *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating memperkuat dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sisanya, yaitu 22,8 % nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 15
Hasil Output Uji F

Hasil Output Uji F					
ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	20,544	2	10,272	24,559	,000 ^b
Residual	7,110	17	,418		
Total	27,654	19			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

Sumber: data skunder yang diolah, 2018

Sumber: data skunder yang diolah, 2018
Berdasarkan tabel 15 dapat dilihat bahwa nilai F hitung $24,559 > 3,59$ F tabel dan $\text{sig},0,000 > 0,05$ maka nilai ROA, SIZE dan CSR secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari penelitian tentang pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderating pada

perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017:

1. Variabel profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2017.
2. Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan telekomunikasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2017.
3. Variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Y)
4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
5. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki beberapa keterbatasan yang diharapkan untuk dijadikan refrensi untuk penelitian selanjutnya sehingga mampu menghasilkan penelitian yang lebih baik

nantinya. Adapun keterbatasan tersebut antara lainnya adalah:

1. Refrensi penelitian yang dinilai masih terbatas, sehingga masalah yang dimuat masih banyak yang kurang mendukung.
2. Keterbatasan dalam mencari penelitian terdahulu, sehingga hanya sedikit penelitian terdahulu saja yang dimuat dalam penelitian ini.
3. Periode laporan keuangan yang digunakan hanya selama 5 tahun yaitu dari 2013 sampai dengan 2017.
4. Variabel yang digunakan hanya akun umum yang ada di laporan keuangan. sehingga data yang digunakan hanya sebatas laporan keuangan yang di peroleh melalui situs Bursa Efek Indonesia.

Saran

Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan mampu memilih variabel yang lebih tepat. Sehingga diberi kemudahan untuk mencari refrensi, pendapat para ahli atau peneliti terdahulu.
2. Populasi supaya diperluas agar mendapat hasil yang lebih baik.
3. Jumlah sampel diperbanyak agar mendapat hasil yang lebih baik.

Bagi Perusahaan

1. Untuk perusahaan, diharapkan mampu meminimalisir profitabilitas, hal itu dikarenakan semakin kecilnya profitabilitas, maka nilai perusahaan akan meningkat. Demikian juga sebaliknya. Seperti pada kesimpulan hipotesis ke 4.
2. Untuk perusahaan, diharapkan mampu memaksimalkan CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besarnya ketiga variabel tersebut, maka nilai perusahaan akan meningkat. Demikian juga sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan". Jurnal Finiesta, Volume 2, Nomor 1, Surabaya.
- Abdullah, M.Faisal, 2015. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, edisi kedua*, Universitas Muhamadiyah, Malang.
- Anggraini, Fr. Reni. Retno. 2016. "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan". Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang. Yogyakarta.
- Arindita, Galuh. 2015. *Analisis Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Size terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi.

- Universitas Diponegoro.
Semarang.
- Ardinto, Elvino dan Sumirat, Soleh. 2014. *Dasar-dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya, Bandung.,
- Brigham, Eugene F and Daves, Philip R, “*Intermediate Financial Manajement*”, Thomson sLearning, UK,2011.
- Brigham Eugene F and Hauston, Joel F, “*Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*”, Jilid 2, Salemba Empat, Jakarta, 2014.
- Cutlip, Scott M. Allen H. Center dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Realitions*. Jakarta: Kencana Prada Media Group.
- Freeman, R. E, 2010. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman Publishing.
- Gitman, Lawrance.J, 2013. *Principle Of Managerial Finance, Ten edition*, Pearson education, inc. United states.
- Husnan, Suad. 2011. *Pembelanjaan Perusahaan (Dasar-Dasar Manajemen Keuangan)*. Yogyakarta.
- Sawir, Agnes, “*Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*”, cetakan ke-5, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2015.
- Syahyunna, 2014. *Manajemen Keuangan 1 (Perencanaan, Analisis dan Pengendalian Keuangan)*, USU Press, Medan.
- Sutedi, Andrian. 2011. *Good Corporate Governance*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Munawir, S, “*Analisis Laporan Keuangan*”, Edisi ke-4, Liberty, Yogyakarta, 2014.
- Miswanto dan Husnan, Suad, 2012, *The Effect of Operating Leverage, Cyclicalitiy and Firm Size on Busines Risk, Gadjra Mada International Journal of Business*, Vol. 1 No. 1.
- John J. Wild, K. Rsubramanyam dan Robert F Hasley, “*Financial Statment Analysis*”, cetakan ke-2, Salemba Empat, Jakarta, 2015.
- Kothari, S.P. dan Zimmerman , J.L, “*Price and Return Models*”, *Jurnal Of Accounting and Economics*, 2012.
- Rahayu, Dyah Sih dan Faisal, “*Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Institusional pada Struktur Modal Perusahaan*”. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 190-203.
- Orniati, Yuli, “*Laporan Keuangan Sebagai Alat Untuk Menilai Kinerja Keuangan*”. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Tahun 14 Nomor 3 November*, 2010.
- Van Horne, James C. Dan M.Jhon Wacwicz, 2015. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, diterjemahkan Oleh Aria Farahmita, Amanugrani, dan Taufik Hendrawan, edisi kedua belas, PT.Salemba Empat, Buku Satu, Jakarta.