

**THE ROLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE MODERATING  
INFLUENCE PROFITABILITY, LEVERAGE AND THE SIZE OF THE COMPANY AGAINST  
THE VALUE OF THE COMPANY**

*(The empirical study of Industrial Manufacturing Company listed in BEI 2012-2016 period)*

**Muh Fauzan<sup>1)</sup>, Yulianeu, SE, MM<sup>2)</sup> Azis Fathoni, SE, MM<sup>3)</sup>**

<sup>1)</sup> Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

<sup>2),3)</sup> Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang

**ABSTRAK**

Studi penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2016. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 37 perusahaan dan setelah melalui metode *purposive sampling*, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 6 perusahaan dengan 30 total pengamatan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa data *annual report* yang diunduh dari *website* BEI.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana untuk hipotesis 1-3, dan analisis regresi linier berganda dengan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji hipotesis 4-6. Penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci:** CSR, nilai perusahaan, profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan

**ABSTRACT**

*This research study aims to find out the role of Corporate Social Responsibility in the moderating influence profitability, leverage and the size of the company against the value of the listed manufacturing companies in BEI in 2012-2016. The population in this study amounted to 37 companies and after through purposive sampling method, the number of samples used in the study into 6 companies with 30 total observations. The data used in this research is secondary data in the form of annual report data that is downloaded from the website of the BEI.*

*Analytical techniques used are simple linear regression analysis for the 1-3 hypothesis, and multiple linear regression analysis with test Moderated Regression Analysis (MRA) to test the hypothesis 4-6. This research found that profitability, leverage, and the size of the company's positive and significant effect against the value of the company. In this study of Corporate Social Responsibility (CSR) as a variable pemoderasi not being able to moderate the influence of profitability, leverage, and the size of the company against the value of the company.*

**Key words:** CSR, corporate value, profitability, leverage, the size of the company

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Di era saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan tidak hanya dalam satu sektor industri, melainkan juga terjadi dalam berbagai sektor industri. Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan dalam industri manufaktur tersebut dikelompokkan menjadi beberapa sub kategori industri. Banyaknya perusahaan dalam industri dan kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan antar perusahaan.

Persaingan membuat setiap perusahaan berusaha meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan seperti laba yang tinggi. Upaya mengantisipasi kondisi tersebut, maka manajer keuangan perusahaan harus berhati-hati dalam menetapkan nilai perusahaan. Dengan adanya perencanaan yang matang dalam menentukan nilai perusahaan, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan lebih unggul dalam menghadapi persaingan bisnis.

Industri manufaktur telah mengalami pasang surut yang membuat perkembangan industri manufaktur membutuhkan dana yang besar. Hal ini menyebabkan industri-industri manufaktur harus mencari sumber dana guna melakukan kegiatan operasional perusahaannya. Kebutuhan dana tersebut dapat dipenuhi dengan melakukan *go public* atau menjual sahamnya kepada masyarakat melalui pasar modal. Dibandingkan dengan sumber pendanaan lain misalnya melakukan pinjaman pada pihak lain, *go public* merupakan alternatif yang lebih mudah dan murah, sehingga banyak industri manufaktur yang melakukan *go public*.

Industri Barang Konsumsi merupakan salah satu bagian dari Perusahaan Manufaktur yang ada di Indonesia. Industri Barang Konsumsi masih menjadi pilihan utama para investor dalam menginvestasikan dana mereka. Hal itu dikarenakan saham-saham dari perusahaan-perusahaan dalam Industri Barang Konsumsi yang masih menawarkan potensi kenaikan. Dan juga Industri Barang Konsumsi terdiri dari 5 sub sektor, yakni Sub Sektor Makanan Dan Minuman, Sub Sektor Rokok, Sub Sektor Farmasi, Sub Sektor Kosmetik Dan Barang Rumah Tangga, Dan Sub Sektor Peralatan Rumah Tangga. Seluruh sub sektor yang ada pada Industri Barang Konsumsi merupakan para produsen dari produk-produk kebutuhan mendasar konsumen, seperti makanan, minuman, obat, daging, dan produk toiletries. Produk-produk yang dihasilkan tersebut bersifat konsumtif dan disukai orang sehingga para produsen dalam industri ini memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang berdampak pula pertumbuhan sektor industri ini. Tingginya laju pertumbuhan yang dimiliki Industri

Barang Konsumsi berdampak pada tingginya nilai perusahaan dalam industri tersebut.

Di era saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Persaingan tidak hanya terjadi dalam satu sektor industri, melainkan juga terjadi dalam berbagai sektor industri. Pentingnya pendirian suatu perusahaan diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang saham, atau memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Martono dan Harjito, 2010). Pengukuran nilai perusahaan merupakan salah satu indikator yang dipergunakan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan dari harga pasar saham di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang dan Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2016, karena perusahaan manufaktur memiliki kontribusi yang besar dalam memunculkan masalah-masalah sosial seperti polusi, keamanan produk dan tenaga kerja sehingga berkaitan erat dengan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dan Industri Barang Konsumsi memiliki tingkat pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan Sektor Industri Aneka Industri dan Sektor Industri Dasar dan Kimia.

### Rumusan Masalah

Bedasarkan penjelasan pada latar belakang, maka rumusan masalah penelitian adalah sebagai berikut:

- Apakah profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- Apakah *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

### Tujuan Peneliti

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan penelitian adalah:

- Untuk mengetahui profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi mampu mempengaruhi profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham (Darwis 2009). Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu. Profitabilitas perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan menggunakan aktivitya secara produktif. Dengan demikian profitabilitas perusahaan dapat diketahui dengan membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode atau dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Jumlah laba bersih kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu persentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi. Perbandingan ini disebut rasio profitabilitas (*profitability ratio*). Penelitian ini akan menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan industri manufaktur.

*Return on asset* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan. Dengan mengetahui rasio ini, akan dapat diketahui apakah perusahaan efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan. Formulasi dari *return on asset* atau ROA adalah sebagai berikut:

*Return on Assets (ROA) =*

$$\text{Laba bersih setelah Pajak} / \text{Total Aset}$$

### Leverage

Rasio Leverage (*Leverage Ratio*) adalah suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga atas hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Hutang Jangka Panjang biasanya didefinisikan sebagai kewajiban membayar yang jatuh temponya lebih dari satu tahun.

*Debt to Equity Ratio (DER) =*

$$\text{Total Hutang} / \text{Ekuitas}$$

### Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : log total aktiva, log total penjualan, kapitalisasi pasar.

Pada dasarnya menurut Suwito dan Herawaty (2005:138) ukuran perusahaan terbagi menjadi 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan sedang (*medium – size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total asset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total asset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005).

Penelitian ukuran perusahaan dapat menggunakan tolak ukur aset. Karena total aset perusahaan bernilai besar maka hal ini dapat disederhanakan dengan mentranformasikan ke dalam logaritma natural (Ghozali, 2006); sehingga ukuran perusahaan juga dapat dihitung dengan:

$$\text{Size} = \text{Ln Total Assets}$$

### Corporate Social Responsibility (CSR)

*Corporate Social Responsibility* adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Untung, 2008). Dalam aktifitasnya setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Akibat dari interaksi itu menuntut adanya timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosialnya yang berimplikasi pada timbulnya dampak-dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya.

Ruang lingkup *corporate social responsibility* perusahaan merupakan pengklasifikasian dari bidang-bidang utama perusahaan perseroan atas perbuatan sosial untuk memudahkan perusahaan dalam mengetahui item-item mana saja yang merupakan tanggungjawab sosialnya, Sembiring (2005), membagi ruang lingkup *Corporate Sosial Responsibility* menjadi tujuh bagian, yaitu: *Environment, Energi, Human Resources, Fair Business Practice, Community Involvement, Product*, Umum.

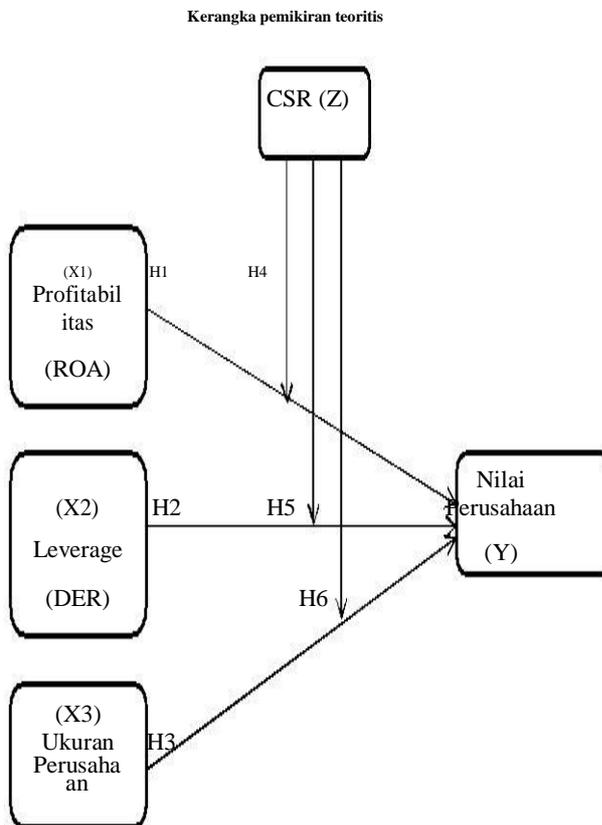
### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya, jika nilai sahamnya tinggi maka nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan dari perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham (Wahidawati, 2002). Pengukuran nilai perusahaan dapat menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Menurut Silvia Agustina (2013) rasio penilaian perusahaan dapat diukur menggunakan rasio pasar, antara lain

*Price Earning Ratio* (PER), *Price to Book Value* (PBV), dan Tobin's Q.

Dalam penelitian ini penulis memilih indikator dari nilai perusahaan adalah *Price Book Value* (PBV) karena *price book value* banyak digunakan dalam pengambilan keputusan investasi. Rasio ini menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Semakin tinggi *Price to Book Value* (PBV) berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut (Weston dan Copeland, 2008). **Kerangka Pemikiran**

Bedasarkan pemaparan di atas terhadap variabel-variabel yang di bahas dalam penelitian ini mengenai pengaruh kinerja yang di proyeksikan melalui profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan di mana CSR sebagai faktor pemoderasi dari tiap-tiap proksi kineja perusahaan yaitu profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan. Oleh karena itu dapat digambarkan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



## Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang masih harus di buktikan kebenarannya melalui penelitian (Sugiyono 2008). bedasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang di tetapkan dalam penelitian ini adalah:

- H1 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H2 : *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- H4 : *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- H5 : *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
- H6 : *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya (Umar, 2003). Dalam penelitian ini mencari pengaruh antara profitabilitas (ROA), *leverage* (DER) dan ukuran perusahaan (SIZE) sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan (PBV) sebagai variabel dependen dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai faktor pemoderasi.

## Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran, baik kuantitatif maupun kualitatif, daripada karakteristik tertentu mengenai sekelompok obyek yang lengkap dan jelas (Usman, 2003). Populasi penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan dalam kelompok industri manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016.

### Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purpsive sampling* dimana data diambil tidak acak. Data diambil bedasarkan kriteria-kriteria tertentu yang di sesuaikan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Perusahaan industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016, dalam sektor industri barang dan konsumsi.

- b. Perusahaan manufaktur sektor industri barang dan konsumsi yang melaporkan aktifitas tanggungjawab sosial perusahaan dalam laporan tahunannya secara berturut-turut dari tahun 2012-2016.
- c. Perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sektor industri barang dan konsumsi yang memiliki data lengkap dan diperlukan dalam penelitian pada kurun waktu tertentu.

Berdasarkan kriteria yang telah dijelaskan tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 perusahaan manufaktur sektor industri dan konsumsi yang memenuhi kriteria pengambilan sampel.

### Jenis dan Sumber Data

Jenis Data dalam penelitian ini adalah data sekunder (*secondary data*), yang berasal dari Laporan Keuangan Perusahaan Industri Manufaktur yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012 sampai 2016, yang termuat dalam annual report. Sumber data sekunder diperoleh dari *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD) dan *Indonesian Stock Exchange* (IDX) *Statistic* 2012-2016, website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan perusahaan industri manufaktur yang terdapat dalam *IDX Statistic* dan *ICMD* tahun 2012-2016.

### Metode Analisis Data

Data diuji menggunakan analisis data statistik yang diolah dengan menggunakan *software* komputer yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Data

#### Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	30	4.04	71.5	20.1770	15.99939
DER	30	.19	2.26	.8997	.63769
SIZE	30	15.83	18.34	17.2083	.73439
CSRI	30	.28	.46	.3897	.04327
PBV	30	1.05	58.81	16.7467	20.17715
ROAxCSRI	30	1.49	31.46	8.1533	6.94499
DERxCSRI	30	.08	.99	.3547	.26538
SIZExCSRI	30	5.01	8.08	6.6947	.70698
Valid N (listwise)	30				

Dari hasil uji statistik deskriptif pada tabel, didapatkan informasi sebagai berikut:

1. Pada variabel profitabilitas tertinggi dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 71,51 pada periode 2013 dan ROA terendah dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebesar 4,04 pada tahun 2015. *Mean* atau nilai rata-rata dari ROA adalah 20,1770. Standar deviasi dari ROA adalah 15,99939.
2. Pada variabel *leverage* diperoleh hasil bahwa nilai tertinggi dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 2,26 pada periode 2013 dan DER terendah dimiliki oleh Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) sebesar 0,19 pada tahun 2015. *Mean* atau nilai rata-rata dari DER adalah 0,8997. Standar deviasi dari DER adalah 0,63769.
3. Pada variabel ukuran perusahaan diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan tertinggi dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebesar 18,34 pada periode 2015 dan 2016 melainkan ukuran perusahaan terendah dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 15,83 pada tahun 2013. *Mean* atau nilai rata-rata dari ukuran perusahaan adalah 17,2083. Standar deviasi dari ukuran perusahaan adalah 0,73439.
4. Pada variabel CSRI diperoleh hasil bahwa nilai tertinggi dimiliki oleh Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) sebesar 0,46 pada periode 2016 dan CSRI terendah dimiliki oleh Gudang Garam Tbk (GGRM) sebesar 0,28 pada tahun 2014. *Mean* atau nilai rata-rata dari CSR adalah 0,3897. Standar deviasi dari CSR adalah 0,04327.
5. Pada variabel nilai perusahaan yang diprosikan dengan PBV diperoleh hasil bahwa nilai tertinggi dimiliki oleh Unilever Indonesia Tbk (UNVR) sebesar 58,81 pada periode 2016 dan nilai perusahaan terendah dimiliki oleh Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) sebesar 1,05 pada tahun 2015. *Mean* atau nilai rata-rata dari nilai perusahaan adalah 16,7467. Standar deviasi dari nilai perusahaan adalah 20,17715.

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas Residual**  
**Hasil Uji One Kolmogorov-Smirnov Z**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.16280372
Most Extreme Differences	Absolute	.203
	Positive	.203
	Negative	-.178
Kolmogorov-Smirnov Z		1.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.170

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 1,110 dengan signifikansi sebesar 0,170. Nilai *Sig* = 0,170 >  $\alpha$  = 0,05 mempunyai arti bahwa data berdistribusi normal.

**Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen).

**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	-81.932	77.510		-1.057	.301		
ROA	.894	.252	.709	3.544	.002	.306	3.269
DER	4.945	4.736	.156	1.044	.306	.547	1.830
SIZE	2.743	4.165	.100	.659	.516	.533	1.877
CSRI	74.407	58.677	.160	1.268	.216	.773	1.293

a. Dependent Variable: PBV

Dari tabel diatas terlihat bahwa hasil uji multikolonieritas menunjukkan semua nilai VIF berada di bawah 10 dan semua nilai *tolerance* diatas 0,10. Hal ini menunjukkan kesimpulan bahwa dalam dalam model regresi tidak terjadi gejala multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
1 (Constant)	-124.238	30.065		-4.132	.000		
ROA	.543	.098	1.103	5.550	.000	.306	3.269
DER	-3.755	1.837	-.304	-2.044	.052	.547	1.830
SIZE	6.102	1.615	.569	3.777	.001	.533	1.877
CSRI	49.854	22.760	.274	2.190	.038	.773	1.293

a. Dependent Variable: ABS\_Residual

Dari hasil Uji Glejser diperoleh nilai signifikansi dari ROE dan SIZE lebih kecil dari 0,05 maka data residual terjadi heteroskedastisme. Sedangkan hasil uji glejser yang diperoleh dari DER dan CSRI menghasilkan nilai signifikan lebih besar dari 0,05 maka data residual tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Uji Autokorelasi**

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara residual pada periode t dengan residual periode t-1 (sebelumnya).

**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.833 <sup>a</sup>	.694	.645	12.02271	1.280

a. Predictors: (Constant), CSRI, DER, SIZE, ROA

b. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai DW adalah 1,280 sedangkan dari tabel *Durbin-Watson* dengan signifikansi 0,05 dan jumlah data (n) = 30, serta k = 4 (k adalah jumlah variabel independen), diperoleh nilai dL sebesar 1,1426 dan dU sebesar 1,7386. Nilai DW sebesar 1,280 terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dl), maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

**Hasil Pengujian Hipotesis**  
**Penguji Hipotesis 1, 2, dan 3**

Hasil perhitungan dengan komputer dengan menggunakan aplikasi program spss 17 (*Statistical Program for Social Science*) pada uji hipotesis 1, 2, dan 3 adalah.

### Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-51.433	74.540		-.690	.496
ROA	1.006	.239	.797	4.206	.000
DER	3.773	4.698	.119	.803	.429
SIZE	2.586	4.211	.094	.614	.545
R = 0,821					
R Square = 0,674					
Adj R Square = 0,637					
F Hitung = 17,938					
Sigifikan F = 0,000					

Dari output SPSS pada tabel diatas, menunjukkan besarnya nilai Adjusted R Square secara bersama-sama sebesar 0,637. Nilai ini menerangkan besarnya peran atau kontribusi variabel independen ROA, DER, dan SIZE yang mampu menjelaskan variabel PBV sebesar 63,7%. Sedangkan sisanya (100% - 63,7% = 36,3%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Hasil uji statistik F tabel diatas, secara bersama-sama dapat diperoleh nilai (F hitung) sebesar 17,938 dan signifikan pada 0,000. Karena probabilitas signifikansi < 0,005, jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel PBV. Diketahui bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan signifikansi sebesar 0,000. *Leverage* (DER) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan signifikansi sebesar 0,429. Ukuran Perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan signifikansi sebesar 0,545. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa Profitabilitas(ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (PBV) diterima. Sementara hipotesis 2 dan 3 ditolak, dapat dirumuskan model regresi data panel yang menjelaskan mengenai pengaruh Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), dan Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi periode 2012-2016, yaitu:

$$PBV = -51,433 + 1,006ROA + 3,773DER + 2,586SIZE.....(1)$$

#### Pengujian Hipotesis 4, 5, dan 6

Hasil perhitungan dengan komputer dengan menggunakan aplikasi program spss 17 (*Statistical Program for Social Science*) pada uji hipotesis 4, 5, dan 6 adalah.

### Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1095.871	1032.644		1.061	.300
ROA	-.092	3.267	-.073	-.028	.978
DER	15.500	61.818	.490	.251	.804
SIZE	-64.336	57.670	-2.342	-1.116	.277
CSRI	-2949.270	2600.930	-6.325	-1.134	.269
ROAxCsRI	2.458	7.753	.846	.317	.754
DERxCsRI	-23.023	152.156	-.303	-.151	.881
SIZExCsRI	172.267	145.457	6.036	1.184	.249
R = 0,848					
R Square = 0,719					
Adj R Square = 0,629					
F Hitung = 8,025					
Sigifikan F = 0,000					

Tampilan output SPSS pada tabel diatas menunjukkan besarnya adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,629, hal ini berarti hanya 62,9% variasi PBV yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen ROA, DER, dan SIZE yang di moderasi oleh CSR. Sedangkan sisanya (100% - 62,9% = 37,1%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

Uji statistik F menghasilkan F hitung sebesar 8,025 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas signifikansi < 0,005, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi PBV atau dapat dikatakan bahwa CSR mampu memoderasi variabel ROA, DER, dan SIZE secara bersama-sama berpengaruh terhadap PBV.

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa, tidak ada satupun variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap PBV. Dapat diketahui bahwa CSR tidak berdampak pada pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan signifikansi sebesar 0,754. CSR tidak berdampak pada *Leverage* (DER) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan signifikansi sebesar 0,881. CSR juga tidak berdampak pada Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dengan signifikansi sebesar 0,249. Dengan demikian dinyatakan bahwa hipotesis 4, 5, dan 6 ditolak.

Sehingga dapat dirumuskan model regresi data panel yang menjelaskan mengenai pengaruh Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), dan Ukuran Perusahaan (SIZE) terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur sub sektor barang dan konsumsi periode 2012-2016, yaitu:

$$PBV = 1095.871 - .092ROA + 15.500DER - 64.336SIZE - 2949.27CSR + 2.458ROAxCSR - 23.023DERxCSR + 172.267SIZExCSR \dots\dots\dots(2)$$

**Interpretasi Hasil**

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, ditemukan beberapa hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan DER dan SIZE berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian pengungkapan CSR dalam penelitian ini tidak mampu memoderasi hubungan antara ROA, DER, dan SIZE terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil statistik penelitian ini menunjukkan penerimaan atas hipotesis pertama yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien untuk ROA sebesar 1.006 menunjukkan bahwa ROA memiliki arah koefisien positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin besar ROA menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Variabel *Return On Asset* (ROA) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,005 maka H0 ditolak dan Ha diterima, yang berarti *Return On Asset* (ROA) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

**Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil statistik penelitian ini menunjukkan penolakan atas hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien untuk DER sebesar 3,773 menunjukkan bahwa DER memiliki arah koefisien positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin besar DER menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Variabel *Debt to Equity Ratio* (DER) memiliki nilai probabilitas sebesar 0,429 dan lebih besar dari 0,005 maka H0 diterima dan Ha ditolak, yang berarti *Debt to Equity Ratio* (DER) secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini tidak sesuai dengan yang telah dirumuskan penulis.

**Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil statistik penelitian ini menunjukkan penolakan atas hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai koefisien untuk SIZE sebesar 2,586 menunjukkan bahwa SIZE memiliki arah koefisien positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin besar

SIZE menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Variabel SIZE memiliki nilai probabilitas sebesar 0,545 dan lebih besar dari 0,005 maka H0 diterima dan Ha ditolak, yang berarti SIZE secara parsial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV). Hal ini tidak sesuai dengan yang telah dirumuskan penulis.

**Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Profitabilitas Dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan hasil bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ditolak. Hal ini berarti bahwa besar kecilnya profitabilitas perusahaan tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dikarenakan laba yang dimiliki perusahaan diprioritaskan untuk kepentingan operasional, sehingga pemanfaatan untuk aktivitas sosial lebih kecil. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu lebih banyak melakukan aktivitas sosial karena perusahaan lebih berorientasi pada laba semata. Perusahaan tertarik untuk memfokuskan pengungkapan informasi keuangan saja dan menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan seperti *corporate social responsibility* (Sembiring, 2005).

**Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Leverage Dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan hasil bahwa hipotesis kelima yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan ditolak. Hasil penelitian ini mendukung teori agensi yang menyatakan bahwa tingkat leverage memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial. Manajemen perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan cenderung mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosialnya supaya tidak menjadi sorotan dari pihak *debtholders*, hal tersebut tentu berdampak terhadap nilai perusahaan.

**Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil statistik menunjukkan hasil bahwa hipotesis keenam yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ditolak. Semakin besar perusahaan tidak berarti pelaksanaan CSRnya harus tinggi. Pelaksanaan CSR menjadi efektif apabila diimbangi dengan komunikasi yang disesuaikan dengan ukuran suatu perusahaan. Perusahaan kecil sebaiknya menekankan pada komunikasi mengenai CSR

terhadap bisnis inti perusahaan sedangkan perusahaan besar sebaiknya menekankan kepada peningkatan dan perluasan komunikasi pelaporan CSR.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, serta pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* yang dalam penelitian ini sebagai pemoderasi. Berdasarkan analisis data dan pembahasan terhadap 6 perusahaan sampel dari tahun 2012-2016 perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI, maka dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sesuai dengan hipotesis awal penelitian. Sedangkan *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis awal penelitian.

Hasil statistik dan pembahasan mengenai peranan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi menemukan hasil bahwa CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI. Hasil tersebut tidak sesuai dengan hipotesis awal dalam penelitian ini. Diduga adanya UU Perseroan Terbatas No 40 Tahun 2007 merupakan indikasi pengungkapan CSR bukan merupakan variabel moderating, karena dalam UU disebutkan bahwa perusahaan yang berhubungan dengan alam wajib melaksanakan CSR, oleh karena itu investor merasa tidak perlu melihat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, karena perusahaan pasti akan melaksanakan CSR jika tidak menginginkan adanya sanksi perundang-undangan.

### Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat menimbulkan gangguan terhadap hasil penelitian, diantaranya adalah:

- a. Dalam penelitian ini hanya mengambil sampel dari perusahaan manufaktur, karena perusahaan manufaktur yang terdekat kaitannya dengan lingkungan dan merupakan sektor industri terbesar di bursa efek, sehingga tidak mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan.
- b. Penelitian ini hanya memakai ROA dan DER sebagai proksi dari salah satu kinerja keuangan, oleh karena itu hasil penelitian ini belum mencerminkan pengaruh kinerja keuangan seutuhnya.

- c. Penilaian item pengungkapan CSR bersifat subyektif, menurut kepada pandangan peneliti, mungkin akan didapat hasil yang berbeda dari peneliti lainnya.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, analisis, dan interpretasi data serta simpulan maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

- a. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian, tidak hanya pada perusahaan manufaktur dan periode penelitian ditambah waktunya supaya di peroleh hasil penelitian yang akurat dalam jangka panjang.
- b. Penelitian selanjutnya hendaknya menambah jumlah sampel penelitian dan juga melibatkan sektor industri yang lain agar mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan. Selain itu juga pengukuran indeks CSR harus terus menerus mengikuti perkembangan yang ada dan disesuaikan dengan keadaan lingkungan khususnya dan di Indonesia pada umumnya, serta memberikan bobot yang berbeda pada setiap item pengungkapan dalam mengukur indeks CSR.
- c. Variabel hendaknya di tambah dengan variabel yang lain yang dapat mempengaruhi Nilai perusahaan. Untuk mencerminkan kinerja keuangan dapat digunakan komponen-komponen dari rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio aktivitas, dan rasio pasar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ardilla Mahardhika Johan. (2011). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- Agnes Sawir. (2000). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan*, cetakan kedua, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Allazy, Muhammad Reza. (2013). *Pengaruh Leverage, Probilitas Likuiditas, Kebijakan Deviden, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*, Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie. 1(2).
- Analisa, Yangs. (2011). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan*

- Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008).*, Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Arif Sugiono dan Edy Untung. (2008). *Panduan Praktis dan Dasar Analisis Laporan Keuangan*, Grasindo, Jakarta.
- Bambang, Riyanto. (2001). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh, BPFE Yogyakarta, Yogyakarta.
- Cheng, Ming Chang and Tzeng Zuwei Ching. (2011). *The Effect of Leverage on Firm Value and How The Firm Financial Quality Influence on This Effect.*, World Journal of Management. 3(2). pp: 30-53.
- Chetty, Sukanya; Rebekah Naidoo and Yudhvir Seetharam. (2015). *The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Financial Performance in South Africa.*, World Journal of Management. Vol : 9. pp: 193-214.
- Darwin, Herman. (2009). *Corporate Governance Terhadap Kinerja Perusahaan*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, Vol. 13, No. 3.
- Ghazali, Umar,. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hermawan, Sigit dan Afiyah Nurul Maf'ulah. (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi.*, Jurnal Dinamika Akuntansi. 6 (2). pp : 103-118.
- Kusumajaya, Dewa Kadek Oka. (2011). *Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia.*, Tesis Fakultas Ekonomi Universitas Udayana.
- Mahatma Dewi, Ayu Sri dan Ari Wirajaya. (2013). *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan.*, E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. 4(2). pp : 358-372.
- Mangantar, Maryam dan Muhammad Ali. (2015). *An Analysis of the Influence of Ownership Structure, Investment, Liquidity and Risk to Firm Value: Evidence from Indonesia.*, American Journal of Economics and Business Administration. 7(4). pp :166-176.
- Mardiyati, Umi. (2012). *Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2005-2010.*, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI). 3(1).
- Maspupah, Ima. (2014). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tanggungjawab sosial perusahaan, Kepemilikan Institutional, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Properti yang Masuk Kedalam Kelompok Daftar Efek Sya.*, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Mulyawati, Sri dan dkk. (2014). *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013).*, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Bandung.
- Munawir. (2004). *Analisa Laporan Keuangan*, Edisi Keempat, Liberty, Yogyakarta.
- Pertiwi, Tri Kartika dan Pratama, Ferry Madi Ika. (2012). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage.*, Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan. 14(2). pp : 118-127.
- Pramana, Ngurah Agung Dwi dan Mustanda, Ketut. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai perusahaan dengan CSR sebagai Pemoderasi.*, E-Jurnal Manajemen Unud. 5(1). pp: 561 – 594.
- Raziq, Abdul. (2014). *The Relationship Between Firm Size and High Performance Management Practices in Pakistan SMEs.*, Indian Journal of Commerce and Management Studies. 5(2). pp : 27-36.
- Seftianne dan Handayani. (2011). *Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur,*

Jurnal Bisnis dan Akuntansi, Volume 13,  
No. 1, April 2011.

Sembiring. (2005). *Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta*, Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo. .

Silvia Agustina. (2013). *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Sekripsi, Padang: Universitas Negeri Padang.

Sudana, I Made. (2011). *“Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek”*. , Jakarta: Erlangga. .

Sugiono, Lisa Puspitasari dan Christiawan, Y. Jogi. (2013). *Analisa Faktor yang Mempengaruhi Likuiditas Pada Industri Ritel yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2007-2012*, Jurnal Business Accounting Review, Vol.1, No. 2, 2013, Hal. 298-305.

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis. Cetakan kedua belas*, Penerbit :Alfabeta. Bandung.

<http://www.idx.co.id/id-id/beranda/perusahaantercatat/laporankeuangandantahunan.aspx>, diakses 25 November 2017

<https://www.sahamok.comp/perusahaan-manufaktur-di-bei/amp/>, diakses 2 Desember 2017

<https://www.bps.go.id/lajupertumbuhan-industri-manufaktur/>, diakses 8 November 2017



