

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI DASAR KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014 – 2017**

Nurpiana, Inge Lengga Sari Munthe, Fatahurrazak

E-mail : nurpiana2708@gmail.com

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji

**ABSTRACT**

*In the development of the business world, companies always try to maintain their business excellence in order to increase corporate value. High company value can improve the welfare of shareholders. With this guarantee of welfare, shareholders will not hesitate to invest. The purpose of this study was to determine the effect of Corporate Social Responsibility and Leverage on Firm Value and the relationship of Profitability as a moderating variable in Basic Chemical Industry Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014-2017. The sampling method in this study was purposive sampling and obtained 26 samples that meet the criteria from 70 companies. The type of data used is secondary data obtained from www.idx.co.id. This data was analyzed using multiple linear regression analysis model and moderated regression analysis. The results of this study indicate that Corporate Social Responsibility, Leverage and Profitability have an effect on Firm Value. Profitability strengthens the influence of Corporate Social Responsibility on Firm Value and weakens the influence of Leverage on Firm Value. Simultaneously, all variables jointly affect Company Value, and there are 48.3% that can be explained by Corporate Social Responsibility, Leverage and Profitability on Company Value in Basic Chemical Industry Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2014 - 2017.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitability and Company Value.*

**I. Pendahuluan**

Dalam perkembangan dunia bisnis, perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham pun tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya (Pusbaningrum Y. , 2017).

Menurut Rahayu (2010), nilai perusahaan adalah sebuah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan di mata pelanggannya. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Dimana dengan baiknya nilai perusahaan, maka perusahaan akan dipandang baik juga oleh para calon investor. Nilai perusahaan yang meningkat ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa saham (Indasari & Yadnyana, 2018).

Oleh sebab itu, sebuah perusahaan mempunyai tanggungjawab untuk mampu membuat perencanaan tentang bagaimana cara meningkatkan nilai perusahaan agar dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan oleh para calon investor untuk melihat baik atau tidaknya kemampuan suatu perusahaan dalam usaha meningkatkan nilai perusahaannya. Faktor tersebut, diantaranya : *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage*, serta Profitabilitas yang dipandang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kedua variabel tersebut.

Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan bukan saja menjadi bagian yang bertanggung jawab kepada pemiliknya saja (shareholder) tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (stakeholder). Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka tingkat eksplotasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial semakin tinggi dan tidak terkendali, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (Putra & Wirakusuma, 2015).

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional yang dilakukan perusahaan, oleh sebab itu *Corporate Social Responsibility* sangat berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Heinkel *et al.* (dalam Rosiana, dkk 2013), perusahaan harus menganggap bahwa *Corporate Social Responsibility* sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan, bukan sebagai aktivitas yang dapat merugikan perusahaan.

*Leverage* juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi utang-utang yang dimiliki perusahaan tersebut. *Leverage* dapat diukur dengan membandingkan antara total kewajiban (utang) dengan total ekuitas. Dengan utang yang dimiliki perusahaan, maka diharapkan perusahaan mampu beroperasi secara baik untuk mendapatkan laba sehingga nilai perusahaan akan semakin meningkat (Khumairoh, 2016).

Menurut Analisa (2011), *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil. Jika *leverage* sebuah perusahaan sangat tinggi maka, dapat dikatakan bahwa hutang yang besar akan menjadi resiko bagi investor sehingga akan direaksi secara negatif oleh investor yang berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Hery, 2016:143). Semakin tinggi nilai profitabilitas suatu perusahaan akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya, dan banyak saham yang beredar atau diminati oleh investor maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Menurut Ayem dan Nugroho (2016), Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik investor untuk memiliki saham perusahaan. Permintaan saham yang tinggi akan membuat para investor menghargai nilai saham lebih besar dari pada nilai yang tercatat pada neraca perusahaan, sehingga nilai perusahaan pun tinggi.

## **Nilai Perusahaan**

Menurut Indasari dan Yadnyana (2018), Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan mengeluarkan sinyal berupa informasi yang dapat menjelaskan keadaan perusahaan tersebut lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Sinyal yang dikeluarkan perusahaan dipandang mampu membantu investor dalam menilai suatu perusahaan. Salah satu

informasi yang dikeluarkan perusahaan berupa informasi keuangan yang menjelaskan kinerja keuangan perusahaan tersebut yang diukur dengan menghitung berbagai rasio keuangan.

Untuk memberikan sebuah informasi bahwa nilai perusahaan dari suatu perusahaan dibutuhkan teori sinyal. Teori Sinyal menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi padahakekatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi (Rokhlinasari, 2015).

### ***Corporate Social Responsibility***

Menurut Rosiana (2013), *Corporate Social Responsibility* yaitu suatu bentuk aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan ekonomi perusahaan sekaligus peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya dan juga kualitas hidup masyarakat sekitar. Sedangkan menurut Hackston (dalam Susanto, 2019), menyatakan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan merupakan sarana penyediaan informasi non keuangan dan keuangan yang berkaitan dengan keadaan sosial lingkungan maupun kegiatan operasi perusahaan.

Perusahaan yang telah menerapkan *Corporate Social Responsibility* pada umumnya akan mengungkapkan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* tersebut. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dilakukan melalui *social reporting disclosure* dalam laporan keuangan. Pengungkapan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis. Diharapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tersebut mampu mempengaruhi secara positif perilaku investor untuk lebih memperhatikan aspek sosial. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility*, antara lain produk semakin disukai konsumen dan perusahaan diminati investor (Putra & Wirakusuma, 2015).

### ***Leverage***

Menurut Rudangga dan Sudiarta (2016), *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditur, dan juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan ekuitas suatu perusahaan. Pengukuran *leverage* biasanya menggunakan besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang-hutang yang digunakan untuk membiayai aktiva berasal dari kreditur, bukan dari pemegang saham ataupun dari investor. *Leverage* atau solvabilitas suatu perusahaan juga menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi segala kewajiban finansialnya apabila perusahaan tersebut likuidasi pada suatu waktu (Analisa, 2011).

Keputusan manajemen untuk berusaha menjaga agar rasio *leverage* tidak bertambah tinggi mengacu pada teori pecking order theory menyatakan bahwa perusahaan menyukai internal financing dan apabila pendanaan dari luar (eksternal financing) diperlukan. Maka perusahaan akan menerbitkan sekuritas yang paling aman terlebih dahulu, yaitu obligasi kemudian diikuti sekuritas yang berkarakteristik opsi (seperti obligasi konversi), baru akhirnya apabila belum mencukupi, perusahaan akan menerbitkan saham. Pada intinya apabila perusahaan masih bisa mengusahakan sumber pendanaan internal maka sumber pendanaan eksternal tidak akan diusahakan. Maka dapat disimpulkan rasio *leverage* yang tinggi menyebabkan turunnya nilai perusahaan (Weston dan Copeland, 1992 dalam Analisa, 2011).

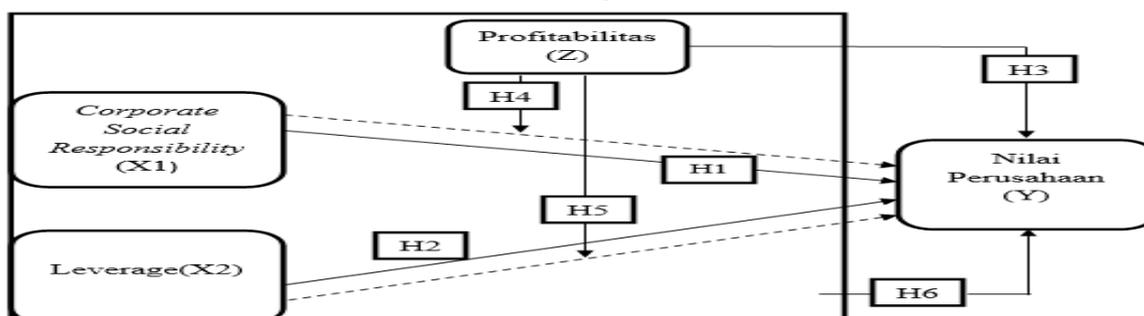
## Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (Hery, 2016 : 143). Para investor akan menanamkan saham disuatu perusahaan adalah untuk mendapatkan return atau pengembalian. Semakin tinggi perusahaan menghasilkan laba, maka semakin besar pula return yang diharapkan oleh investor, sehingga nilai perusahaan akan semakin baik.

Sedangkan menurut Fahmi (2012), profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan bagi suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan ROE (*Return On Equity*) sebagai rasio untuk mengukur profitabilitas. Rasio profitabilitas dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu rasio tingkat pengembalian atas investasi dan rasio kinerja operasi. Rasio tingkat pengembalian atas investasi adalah rasio yang digunakan untuk menilai kompensasi finansial atas penggunaan aset atau ekuitas terhadap laba bersih (laba setelah bunga dan pajak). Rasio ini terdiri atas *Return On Assets* (ROA) dan *Return On Equity* (ROE). Hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*), merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan aset perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Sedangkan hasil pengembalian atas ekuitas (*Return On Equity*), merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih (Herry, 2016).

Gambar 1. Kerangka Pemikiran



## II. Metode Penelitian

### Operasionalisasi Variabel Penelitian

#### Vaiabel Dependen

Nilai Perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan Tobin's Q karena informasi yang diberikan oleh Tobin's Q dinilai paling baik. Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan tidak terfokus pada investor dalam bentuk saham saja. Menurut Sukamulja (dalam Rosiana, dkk 2013) 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. Rumus Tobin's Q yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

Gambar 2. Tobin's Q

$$Q = \frac{(EMV + D)}{\text{---}}$$

$$(EBV + D)$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

EMV = *Closing price* Jumlah saham yang beredar (nilai pasar ekuitas)

D = Nilai buku dari total hutang

EBV = Nilai buku dari total aset

### Variabel Independen

#### *Corporate social responsibility*

Indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada GRI G4 (*Global Reporting Initiative*). Pedoman pelaporan keberlanjutan GRImenyediakan prinsip pelaporan, pengungkapan standar, dan panduan penerapan untuk penyusunan laporan keberlanjutan oleh organisasi, apa pun ukuran, sektor, atau lokasinya. Adapun indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dikategorikan dalam 6 tema, yang terdiri dari 91 item pengungkapan sosial.

**Gambar 3. Corporate Social Responsibility**

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRDI<sub>j</sub> = *corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j

Σx<sub>ij</sub> = jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

n<sub>j</sub> = jumlah item pengungkapan *corporate social responsibility*

### *Leverage*

Untuk menghitung *Leverage*, penelitian ini menggunakan rasio utang atau *debt to equity ratio* (DER). *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. Semakin tinggi *debt to equity ratio* maka semakin kecil jumlah modal pemilik yang dapat dijadikan sebagai jaminan hutang (Hery, 2016 : 168).

**Gambar 4. Debt to equity ratio**

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

### Variabel Moderasi

Variabel Moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Sugiyono, 2016 : 39). Variabel ini disebut juga sebagai variabel independen kedua. Dalam penelitian ini, variabel moderasinya yaitu profitabilitas yang diprosikan menjadi *Return On Equity*.

Menurut Hery, (2016 : 143), Profitabilitas merupakan suatu rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio profitabilitaspada penelitian ini menggunakan *Return on Equity* (ROE) sebagai rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih.

**Gambar 5. Return on Equity (ROE)**

$$Return\ on\ equity = \frac{Laba\ bersih}{Total\ Ekuitas}$$

## Populasi dan Sampel

### Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017 dan hasil identifikasi terdapat 70 perusahaan yang terdaftar di bursa efek indonesia yang menjadi populasi dalam penelitian ini.

### Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *sampling purposive* atau metode sampel dengan kriteria tertentu yang di buat oleh peneliti (Sugiyono, 2015).

Dari 70 Perusahaan sector industry dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017 terdapat 26 Perusahaan yang menjadi Sampel penelitian.

## III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan tentang ringkasan variabel penelitian tanpa menggabungkan atau membandingkan dengan variabel lain.

**Table 1. Hasil Pengujian Descriptive Statistik Data Setelah Outlier**  
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai_Perusahaan	81	,27690	1,67680	,6879481	,29274205
CSR	94	,02200	,20880	,0893128	,05947314
Leverage	100	,07700	6,53610	,7917570	,79154057
ROE	103	,00300	,28680	,0986981	,06012736
Valid N (listwise)	66				

**Tabel 2. Hasil Pengujian Normalitas (Data Setelah Dilakukan Outlier Data)**  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,21483589
Most Extreme Differences	Absolute	,099
	Positive	,099
	Negative	-,048
Test Statistic		,099
Asymp. Sig. (2-tailed)		,178 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil pengujian One Sampel Kolmogorov-Smimov Test pada table 2 diatas menunjukkan bahwa model penelitian yang digunakan daam penelitian inimemiliki nilai Asymp Sig (2-tailed)| sebesar 0,178 lebih besar dari tariff signifikan yaitu 0,05 ( $p > 0,05$ ). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini sudah terdistribusi normal.

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2016 : 97), menyatakan bahwa uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria signifikansi parameter individual (uji statistik t) yaitu jika signifikansi > 0,05 maka H0 diterima (tidak ada pengaruh) dan jika signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak (ada pengaruh). Berikut hasil pengujian parsial (Uji t) persamaan regresi linear berganda.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Parsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,352	,071		4,970	,000
	CSR	1,086	,509	,191	2,131	,037
	Leverage	-,060	,030	-,182	-2,020	,048
	ROE	3,547	,489	,650	7,257	,000

### Uji Hipotesis Moderasi

Pada pengujian uji parsial moderasi (Uji t) untuk mengetahui apakah variabel moderasi mampu memperkuat atau memperlemah variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu juga untuk melihat apakah keberadaan variabel moderasi ini sebagai Pure Moderator, Quasi Moderator, atau Bukan Moderator. Pengujian dilakukan dengan 2 tahap. Berikut hasil pengujian parsial (Uji t) persamaan regresi moderasi.

**Tabel 4. Hasil Pengujian Parsial Moderasi (Uji t) Tahap 1 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,363	,100		3,636	,001
	CSR	,076	1,171	,014	,065	,949
	ROE	2,526	,898	,470	2,814	,006
	Z1	12,805	11,094	,286	1,154	,253

a. Dependent Variable: Nilai\_Perusahaan

**Tabel 5. Hasil Pengujian Parsial Moderasi (Uji t) Tahap 2 Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,402	,080		5,026	,000
	Leverage	-,006	,075	-,019	-,083	,934
	ROE	3,718	,672	,724	5,529	,000
	Z2	-,394	,603	-,161	-,654	,515

a. Dependent Variable: Nilai\_Perusahaan

### Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghazali (2016 : 96), menyatakan bahwa uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah secara variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Kriteria signifikansi simultan adalah tingkat signifikan 0,05. Berikut hasil pengujian uji simultan (Uji F) persamaan regresi linear berganda dan regresi moderasi.

**Tabel 6. Hasil Pengujian Silmutan (Uji F) ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,081	3	1,027	21,225	,000 <sup>b</sup>
	Residual	3,000	62	,048		
	Total	6,081	65			

a. Dependent Variable: Nilai\_Perusahaan

b. Predictors: (Constant), ROE, CSR, Leverage

**Tabel 7. Hasil Pengujian Simultan Moderasi (Uji F)**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,218	5	644	13,489	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2,863	60	,048		
	Total	6,081	65			

a. Dependent Variable: Nilai\_Perusahaan

b. Predictors: (Constant), LEV\*ROE, CSR, ROE, CSR\*ROE, Leverage

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Nilai koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependennya. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan hubungan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berikut hasil pengujian uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) persamaan regresi linear berganda dan regresi moderasi.

**Tabel 8. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,712 <sup>a</sup>	,507	,483	,21997214

**Tabel 9. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Moderasi (R<sup>2</sup>)**

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,687 <sup>a</sup>	,472	,490	,21637589	1,846

a. Predictors: (Constant), LEV\*ROE, CSR, ROE, CSR\*ROE, Leverage

b. Dependent Variable: Nilai\_Perusahaan

## Pembahasan

### Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Secara teori, pengungkapan Corporate Social Responsibility seharusnya dapat menjadi pertimbangan investor sebelum berinvestasi, karena di dalamnya mengandung informasi sosial yang telah dilakukan perusahaan. Informasi tersebut diharapkan menjadi pertimbangan untuk berinvestasi oleh para investor (Ardimas dan Wardoyo, 2016). Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 tersebut menandakan bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan CSR terhadap masyarakat akan menciptakan citra yang baik terhadap perusahaan, Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat. Jika perusahaan berjalan lancar, maka nilai saham

perusahaan akan meningkat dan berdampak kepada peningkatan nilai perusahaan (Sholekah dan Venusita, 2014).

### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan Trade off theory menyatakan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan tetapi hanya sampai titik tertentu, setelah melewati titik tersebut penggunaan hutang justru akan menurunkan nilai perusahaan karena kenaikan untung dari penggunaan hutang tidak sebanding dengan kenaikan biaya financial distress dan konflik keagenan (Astriani, 2014).

Dengan asumsi titik target struktur modal optimal tercapai maka penggunaan hutang (leverage) menurunkan nilai perusahaan. Hutang akan menambahkan beban tetap tanpa memperdulikan besarnya pendapatan. Semakin besar hutang semakin tinggi tingkat probabilitas kebangkrutan karena perusahaan tidak dapat membayar bunga dan pokoknya. Pihak manajemen harus memperhatikan penggunaan hutang, karena banyaknya hutang bisa menurunkan nilai perusahaan (Sari dan Abudanti, 2014).

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan tinggi, dan semakin rendah profitabilitas maka nilai perusahaan rendah. Dalam penelitian ini profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas inilah yang perlu terus ditingkatkan oleh perusahaan untuk memunculkan signal positif bagi investor (Indasari dan Yadnyana, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Tiffani (2017), membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara profitabilitas yang diukur dengan return on equity (ROE) dengan nilai perusahaan yang diukur dengan tobin's Q.

Dengan profitabilitas tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan dengan ROE yang tinggi akan meningkatkan harga saham. Maka, akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan (Tiffani, 2017).

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi**

Hasil penelitian dari Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperkuat pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien yang negatif sebesar 12,883 dengan signifikansi 0,249 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat interaksi moderasi yang positif dan tidak signifikan sehingga Profitabilitas memperkuat pengaruh dari Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji dalam penelitian ini juga mendukung penelitian ini didukung oleh Rosiana, dkk (2013), bahwa Profitabilitas mampu memoderasi hubungan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.

Seperti pendapat yang diungkapkan Heinze (1976) dalam Hackston dan Milne (1996) bahwa profitabilitas merupakan faktor yang menjadikan manajemen lebih bebas dan fleksibel dalam mengungkapkan CSR kepada shareholder dan stakeholder. Profitabilitas yang semakin tinggi akan membuat manajemen dapat melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih luas (Rosiana dkk, 2013).

CSR mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktifitas sosial dilingkungan sekitarnya. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung berusaha untuk meningkatkan CSR untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tersebut tidak hanya memperhatikan dampak jangka pendek (profit) namun juga tujuan jangka panjang yaitu meningkatnya nilai perusahaan (Tiffani, 2017).

### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi**

Hasil penelitian dari Profitabilitas sebagai variabel moderasi memperlemah pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan. Hasil regresi menunjukkan nilai koefisien yang negatif sebesar -0,394 dengan signifikansi 0,515 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat interaksi moderasi yang negatif dan tidak signifikan sehingga Profitabilitas memperlemah pengaruh dari Leverage terhadap Nilai Perusahaan. Hasil uji dalam penelitian ini juga mendukung penelitian Abundanti dan Dewi (2019) bahwa Profitabilitas mampu memoderasi hubungan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas suatu perusahaan yang tinggi akan menggambarkan semakin tinggi pula efisiensi perusahaan tersebut, sehingga terlihat bahwa kinerja perusahaan baik (Abundanti dan Dewi, 2019).

Menurut Pecking Order Theory, besarnya rasio leverage membuat perusahaan harus mengemban tingginya biaya bunga yang harus dipenuhi, sehingga hal ini akan berdampak pada penurunan profitabilitas perusahaan. Tingginya rasio *Leverage* menunjukkan besarnya beban bunga yang ditanggung perusahaan sehingga menurunkan profitabilitas (Sari dan Abudanti, 2014).

### **Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan secara simultan pada regresi linear berganda di peroleh F hitung sebesar 21,225 sedangkan F-tabel sebesar 2,75 dengan angka signifikasinya 0,000 dengan signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel serta tingkat signifikansinya yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model penelitian dengan Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Profitabilitas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

Pada analisis regresi moderasi di peroleh F hitung sebesar 13,493 sedangkan F-tabel sebesar 2,75 dengan angka signifikasinya 0,000 dengan signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Nilai F hitung lebih besar dari pada nilai F tabel serta tingkat signifikansinya yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model penelitian dengan Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitabilitas, (Corporate Social Responsibilityx Profitabilitas) dan (Leveragex Profitabilitas) secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

## **IV. Kesimpulan**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 –

2017. 2) Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017.

3) Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (Return On Equity) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017. 4) Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel moderasi Profitabilitas memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017.

5) Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memperlemah pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017. 6) Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Leverage*, Profitabilitas, dan hubungan moderasi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor industri dasar kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014 – 2017.

## V. Daftar Pustaka

- Agustina, S. (2013). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, Hal. 1-20.
- Analisa, Y. (2011). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Hal. 1-28.
- Apriada, K. & Suardhika M. S. (2016). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Struktur Modal Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. ISSN : 2337-3067.
- Ayem, S., & Nugroho, R. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Investasi, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi , Hal. 31-39 Vol. 4 No. 1.
- Christiawan, Y. Y., & Tarigan, J. (2007). Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja Dan Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, VOL. 9, NO.1 pp. 1-8.
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Bandung : Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Herry. (2016). Analisis Laporan Keuangan Integrated and Comprehensive Edition. Jakarta: PT Grasindo.
- Indasari, P. A., & Yadnyana, K. I. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Likuiditas, Dan Struktur Modal Pada Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.22.1. ISSN: 2302-8556.
- Khumairoh. (2016). Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan Textile yang terdaftar. Syariah Paper Accounting FEB UMS , ISSN 2460-0784 .

- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing Universitas Diponegoro*, Volume 8 No.1-94.
- Pusbaningrum, Y. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel moderating. (Studi empiris pada perusahaan pertambangan di bursa efek indonesia. *Jurnal Prodi Akuntansi Universitas Negeri Yogyakarta*, Edisi 2.
- Putra, D. P., & Wirakusuma, G. M. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.13.No.2 ISSN: 2302-8556.
- Rahayu, S. (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Dan GCG Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Retno, D. R. (2012). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal Universitas Negeri Yogyakarta*, Volume I Nomor I.
- Rokhlinasari, S. (2015). Teori –Teori dalam Pengungkapan Informasi. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* , Hal. 1-11.
- Rosiana, dkk. (2013). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, ISSN: 2302-8556.
- Rudangga, I. G. & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Hal. 4394 - 4422 ISSN : 2302-8912
- Sari, P. I & Abundanti, N. (2014). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Hal. 1427-1441
- Sholehah, F. W., & Venusita, L. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage, Firm Size, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume 2 Nomor 3.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sudiyanto, B., & Puspitasari, E. (2010). Tobin's Q dan Altman Z Score Sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan. *Kajian Akuntansi*, ISSN 1979-4886 Hal. 9 – 21 Vol. 2. No. 1.
- Susanto, E. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Universitas Maritim Raja Ali Haji*. Hal. 1-19
- Tiffany. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi. *JOM Fekon*, Vol.4 No.2 Hal. 7294-7308.

[www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)  
[www.sahamok.com](http://www.sahamok.com)