
**EFEK PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PERUSAHAAN
KONSTRUKSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2014-
2016**

Robert

Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

robert.yap84@gmail.com

Abstract : The purpose of this study was to analyze : The effect of profitability and firm size on CSR, the effect of CSR on firm value, and the effect of profitability and firm size on the firm value through CSR. Subject is the construction company listed in the Indonesia Stock Exchange (BEI) 2014-2016. The sampling technique that used purposive sampling techniques and obtained as many as 68 companies with a total of 204 observations. This study using non-participant observation method taken from annual report and financial statement of companies. The analysis technique used is two stage least square regression method. The results of this study are : Profitability doesn't effect on CS. Firm Size proven significant positive effect on CSR. CSR proven negative and significant on firm value and CSR able to mediate effect of Profitability and firm size on the firm value.

Keywords : Firm Value, Profitability, Firm Size, Corporate Social Responsibility

Abstrak : Tujuan penelitian ini adalah menganalisis: Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap CSR, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dan pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel mediasi. Subyek penelitian yaitu perusahaan konstruksi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2016. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 68 perusahaan dengan jumlah 204 pengamatan. Penelitian ini menggunakan metode observasi non partisipan yang diambil dari data laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah metode regresi *Two Stage Least Square*. Hasil penelitian ini yaitu: Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap CSR. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap CSR. CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR mampu memediasi pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Keywords : Firm Value, Profitability, Firm Size, Corporate Social Responsibility.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang terdiri atas sekelompok orang yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan. Ada beberapa macam tujuan didirikannya suatu perusahaan, tapi yang terutama adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham. Adapun cara mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham adalah melalui nilai perusahaan. 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*. *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 (Nurlela dan Ishaluddin, 2008).

Tabel 1. Investasi di bidang konstruksi

(Dalam Juta USD)	2014	2015	2016
Investasi di bidang konstruksi di Indonesia	1,168.43	2,433.58	2,312.53

Sumber: insight.ceicdata (2018)

Pada Tabel 1, terlihat investasi pada perusahaan properti dan konstruksi dari tahun 2014 – 2016 terus mengalami peningkatan. Dimana pada tahun 2014 senilai 1,168 juta USD dan di 2016 menjadi 2,312 juta USD. Menurut Arifin (2018), tinggi rendahnya tingkat keuntungan yang diisyaratkan merupakan pencerminan (dipengaruhi) oleh tingkat risiko, aktiva yang dimiliki dan struktur modal serta faktor lain seperti manajemen. Sedangkan di pihak perusahaan, tingkat keuntungan yang diminta - katakanlah dari pemegang saham preferen – merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan modal dari pemegang saham preferen. Dengan demikian secara umum bahwa risiko perusahaan yang tinggi berakibat bahwa tingkat keuntungan yang diminta oleh investor juga tinggi dan itu berarti biaya modal juga tinggi. Tingginya investasi yang dilakukan ternyata tidak langsung dapat meningkatkan nilai perusahaan, dari data yang ada sebagian besar perusahaan malah mengalami penurunan pada nilai perusahaannya. Dengan adanya penurunan nilai perusahaan maka tujuan awal didirikannya perusahaan tidak tercapai. Hal ini memicu niat untuk meneliti lebih lanjut faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Nilai perusahaan yang maksimal tidak mungkin dapat diperoleh jika manajemen mengabaikan kepentingan-kepentingan stakeholders, seperti karyawan, kreditur, pemasok, pemerintah, masyarakat, dan lain-lain. Oleh sebab itu, tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat dipandang sebagai tujuan akhir yang harus dicapai oleh perusahaan, maka seharusnya tujuan perusahaan bukan untuk memaksimalkan keuntungan, melainkan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (*maximization wealth of stockholders*) melalui maksimalisasi nilai perusahaan (Sartono, 2010).

Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970an, yang secara umum dikenal dengan stakeholder theory artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Stakeholder theory dimulai dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tak dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha. (Freeman, et al., 2002).

Profitabilitas terhadap Pengungkapan CSR

Dogan dan Mencek (2015) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan yang positif terhadap pengungkapan CSR. Hal ini dikaitkan dengan teori agensi dengan premis bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan secara intensif. Dengan perolehan laba yang besar, perusahaan cenderung melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan secara intensif mengungkapkan informasi pelaksanaan tanggung jawab baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan kepada masyarakat. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₁: Profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2016.

Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR

Penelitian Rofiqkoh (2016) menyimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan signifikan antara variabel ukuran perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa besar kecilnya

ukuran perusahaan akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dilakukan oleh perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₂: Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2016.

Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian oleh Gupta (2018) menyimpulkan bahwa CSR memiliki efek yang positif terhadap nilai perusahaan di pasar yang tidak kompetitif, hal ini disebabkan perusahaan menggunakan CSR sebagai upaya untuk mengurangi biaya yang dapat timbul akibat kerusakan lingkungan dimana perusahaan berada. CSR memiliki hubungan positif terhadap ROE, Profit Margin, produktifitas kerja pada perusahaan. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₃: *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2016.

Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai variable Moderasi

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, dua diantaranya yaitu profitabilitas dan CSR. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi pula kedudukan nilai perusahaan di mata investor. Pelaporan informasi terkait peningkatan profitabilitas dan pengungkapan CSR yang lebih luas akan memberikan dampak pada kualitas laporan keuangan perusahaan, dimana laporan tersebut sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi bagi investor. (Ayu dan Suarjaya, 2017).

Penelitian Munsaidah (2016), menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan besar yang memiliki sistem informasi pelaporan yang lebih baik cenderung memiliki sumber daya untuk menghasilkan lebih banyak informasi dan biaya untuk menghasilkan informasi tersebut lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki keterbatasan dalam sistem informasi pelaporan. Hipotesis yang diajukan adalah:

H₄: *Corporate Social Responsibility* mampu memediasi pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Konstruksi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 – 2016.

3. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan model kausalitas (*causal model*). Penelitian kausalitas merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan adanya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Subjek dan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan konstruksi dan pendukungnya yang terdaftar di BEI selama periode 2014 – 2016. Tidak semua perusahaan dalam populasi dipakai. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan di penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari BEI, website perusahaan, dan buku pedoman CSR. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan dan laporan keuangan untuk periode 2014 – 2016. Dalam penelitian ini variabel independen adalah nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan rumus Tobin's Q; variabel dependennya adalah profitabilitas yang diukur menggunakan proksi *Retained On Earnings* (ROE), Ukuran Perusahaan dinilai dengan log of total assets dan Pengungkapan CSR diukur dengan menggunakan indikator Global Reporting Initiative (GRI) dengan jumlah 79 pengungkapan

Metode penelitian ini menggunakan metode regresi Two Stage Least Square (2SLS). Menurut Gujarati (2006), 2SLS merupakan metode untuk mendapatkan taksiran koefisien struktural dari koefisien reduced-form yang ditaksir dalam persamaan struktural yang over identified. Sesuai dengan namanya, metode ini meliputi dua penerapan OLS secara berturut-turut.

Metode penelitian dengan persamaan regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$(i) \text{ CSR} = \alpha + \beta_1 \cdot \text{PR} + \beta_2 \cdot \text{UP} + \varepsilon$$

$$(ii) \text{ NP} = \alpha + \beta_3 \cdot \text{CSRF} + \varepsilon$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Hasil Estimasi Regresi Panel dengan model *Fixed Effect*

Dependent Variable: CSR

Method: Panel Least Squares

Cross-sections included: 68

Total panel (balanced) observations: 204

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
UP	0.015410	0.003692	4.173784	0.0001
PR	-0.010059	0.009515	-1.057204	0.2923
C	0.614613	0.032448	18.94144	0.0000
R-squared	0.979052			
Adjusted R-squared	0.968265			
Prob(F-statistic)	0.000000			

Pada tabel 2, Variabel Profitabilitas di peroleh nilai $t_{hitung} = -1,057204$ dan Profitabilitas memiliki nilai Sig. sebesar 0,2923, jika dibandingkan $p > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H1 di tolak, artinya Profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Sesuai dengan penelitian Nursiam dan Gemitasari (2013), dan Dermawan dan Deitiana (2014) tetapi bertentangan dengan penelitian yang dilakukan Indraswari dan Astika (2014), dan Munsaidah, dkk (2016).

Variabel Ukuran Perusahaan di peroleh nilai $t_{hitung} = 4,173784$ dan memiliki nilai Sig. sebesar 0,0001, jika dibandingkan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H2 di terima, artinya Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hal ini sesuai dengan penelitian Komalasari dan Anna (2014) tetapi bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan Kusuma dan Juniarti (2016).

Tabel 3. Hasil Estimasi Regresi Panel dengan model *Fixed Effect-NP*

Dependent Variable: NP

Method: Panel Least Squares

Cross-sections included: 68

Total panel (balanced) observations: 204

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
CSRF	-34.18846	12.66085	-2.700329	0.0078
C	26.98486	9.474497	2.848157	0.0051
R-squared	0.813760			
Adjusted R-squared	0.719951			
Prob(F-statistic)	0.000000			

Pada tabel 3, Variabel Pengungkapan CSRF di peroleh nilai $t_{hitung} = -2,700329$ dan memiliki nilai Sig. sebesar 0,0078, jika dibandingkan $p > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H3 di terima, artinya Pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Ayu dan Suarjaya (2017), Chune Young dkk (2018), Gupta (2018), tetapi berbeda dengan penelitian Kusuma dan Juniarti (2016).

Dengan H3 diterima, maka H4 diterima karena variabel CSRF merupakan hasil dari Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan, yang berarti bahwa Corporate Social Responsibility mampu memediasi pengaruh Profitabilitas dan Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Ayu dan Suarjaya (2017) dan Silfyanie (2016), tetapi bertentangan dengan penelitian oleh Fitrianti (2018).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Profitabilitas tidak mempunyai pengaruh terhadap pengungkapan CSR dalam perusahaan Konstruksi. Artinya perusahaan tetap akan melakukan pengungkapan CSR walaupun profitabilitas menurun. Ukuran Perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR dalam perusahaan Konstruksi. Artinya semakin tinggi besar nilai Ukuran Perusahaan semakin besar Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dan sebaliknya. Pengungkapan CSR mempunyai pengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dalam perusahaan Konstruksi. Artinya semakin rendah nilai Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan semakin besar Nilai Perusahaan dan sebaliknya. Pengungkapan CSR mampu memediasi pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Konstruksi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka saran yang penulis ajukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan informasi sebagai kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan terkait dengan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam rangka meningkatkan kepedulian dan kesadaran akan pentingnya pengungkapan CSR dan faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Peneliti dapat menggunakan periode penelitian yang lebih panjang dan terbaru pada setiap sampel perusahaan. Penelitian ke depan diharapkan dapat melakukan penambahan jumlah variabel penelitian.

Referensi

- Anwar, Samsinar. (2010). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Harga Saham. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Arifin, Agus Zainul. (2018). *Manajemen Keuangan*, Yogyakarta: Zahir. DOI:10.17605/OSF.IO/83U7Z.
- Ayu, Dea Putri dan Suarjaya, A.A. Gede. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Fakultas Ekonomi*. Universitas Udayana. Bali.
- Chune Young dkk. (2018). Do CSR Activities Increase Firm Value? Evidence from The Korean Market. *The North America Journal of Economics and Finance*.
- Dermawan, Decky dan Deitiana, Tita. (2014). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* Vol. 16 No 2.
- Dogan, Mesut dan Mecek, Gulsevil. (2015). A Research on The Effects of Marketing Spending on Firm Value. *Journal of Business Research-Turk*.

- Fitrianti, Rama Dewi. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2016. *Jurnal Akuntansi Universitas Lampung*.
- Freeman dan Mc Vea. (2002). “A Stakeholder Approach to Strategic Management”. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=263511.SSRN.
- Gupta, Kartick and Krishnamurti. (2018). Chandrasekhar, Corporate Social Responsibility, Competition, and Firm Value. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3319545> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3319545>
- Gujarati, Damodar N. (2006). *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Indraswari, Gusti Ayu Dyah dan Ida Bagus Putra Astika. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Saham Publik Pada Pengungkapan CSR. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. ISSN: 2302-8556.
- Komalasari, Desy dan Yane Devi Anna. (2014). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ekonomi Institut Manajemen Telkom*.
- Kusuma, Regian Yosef Windu dan Juniarti. (2016). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Infrastrukturu, Utilitas, dan Transportasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Universitas Kristen Petra*.
- Kusumadilaga, R. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.
- Munsaidah, Siti, dkk., (2016). “Analisis Pengaruh Firm Size, Age, Profitabilitas, Leverage, Dan Growth Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014”. *Journal Of Accounting*, Volume 2 No.2 Maret 2016.
- Nursiam dan Rina Gemitasari. (2013). Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2011). Surakarta : *Proceeding Seminar Nasional dan Call for Paper Sancall 2013*, ISBN: 978-979-636-147-2
- Rofiqkoh, Esti dan Maswar Patuh Priyadi. (2016). “Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan”. Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* : Vol. 5, No 10
- Sartono, Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi 4*, Yogyakarta : BPF. Silfyanie, Vina. (2016). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Sosial Perusahaan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang*