**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)**

Ester Kandow

Jurusan Akuntansi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email : esterkandow3@gmail.com

Nilai perusahaan dapat diukur dari besarnya *Price Book Value* (PBV). *Price Book Value* (PBV) merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham perlembar dibandingkan dengan nilai buku perlembar saham. *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur melaui CSRIj yang merupakan pengungkapan informasi yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan. Profitabilitas yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA), dimana Return on Assets didefinisikan sebagai efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktivitas yang dimiliki. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018. jumlah sampel yang diperoleh 16 perusahaan dengan metode *purposive sampling*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan sedangakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu CSR dan Profitabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan *glejser*. hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan CSR dan Profitabilitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

*THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND PROFITABILITY ON CORPORATE VALUES IN MINING SECTOR COMPANIES LISTED IN THE STOCK EXCHANGE OF INDONESIA (IDX)*

 *Company value can be measured by the amount of Price Book Value (PBV). Price Book Value (PBV) is the ratio of the share price to the book value of a company that shows how much the value of a share price is compared to the book value of a sheet of shares. Corporate Social Responsibility (CSR) is measured through CSRIj which is the disclosure of information relating to corporate responsibility. Profitability is measured through Return on Assets (ROA), where Return on Assets is defined as the effectiveness of the company in generating profits by utilizing its activities. The purpose of this study was to determine the effect of CSR and profitability on firm value.*

 *This research was conducted on mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2016-2018 period. the number of samples obtained by 16 companies using purposive sampling method. The dependent variable used in this study is company value while the independent variables used in this study are CSR and profitability. The analysis technique used is multiple linear regression analysis and glacier. the results of the study showed that CSR had no effect on firm value and ROA had no effect on firm value while CSR and profitability simultaneously had no significant effect on firm value.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability and Company Value.*

**PENDAHULUAN**

Untuk mewujudkan perekonomian nasional yang mampu tumbuh dengan stabil dan berkelanjutan, menciptakan kesempatan kerja yang luas dan seimbang disemua sektor perekonomian, maka program pembangunan ekonomi nasional harus dilaksanakan secara komprehensif dan mampu menggerakan kegiatan perekonomian nasional yang memiliki jangkauan yang luas dan menyentuh keseluruhan sektor riil dari perekonomian masyarakat Indonesia.

Tujuan utama perusahaan dalam jangka panjang adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan memberikan insentif bagi para pemegang saham, sedangkan tujuan perusahaan dalam jangaka pendek adalah memaksimalkan laba yang diperoleh melalui pemanfaatan sumber daya secara efisien (Mohammed dan Sawandi, 2013).

**TEORI**

**Nilai Perusahaan**

**PERUSAHAAN**

Nilai perusahaan adalah nilai yang dibutuhkan investor untuk mengambil keputusan investasi yang tercermin dari harga pasar perusahaa. (Husnan, 2007:34). “nilai perusahaan adalah adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya” (Sujoko dan Soebianto, 2007:14).

Menurut Modigliani dan miller, dalam kusumajaya (2011: 36), nilai total perusahaan tidak dipengaruhi oleh struktur modal perusahaan, melainkan dipengaruhi oleh investasi yang dilakukan oleh perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan.

**Indikator untuk mengukur Nilai Perusahaan**

1. Menurut Arthur J Keown (2010:849) menyatakan bahwa terdapat beberapa Alternatif untuk menilai perusahaan.
2. Nilai Buku
3. *Enterprise Value*
4. *Price Book Value* (PBV)
5. nilai apprasisal

**Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah:

1. Menurut Brigham dan Houston (2012) faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu:
2. Rasio Likuiditas

 Aset likuid merupakan *asset* yang diperdagangkan di pasar aktif sehingga dapat dikonversi dengan cepat menjadi kas pada harga pasar yang berlaku. rasio likuiditas terdiri dari

1. Rasio manajemen asset

 Rasio manajemen asset mengukur berapa efektif perusahaan mengelola asetnya. Rasio ini menggambarkan jumlah asset terlihat wajar, terlalu tinggi, atau terlalu rendah jika dilihat dari sisi penjualan.

1. Rasio manajemen utang (*leverage*)

 Rasio *leverage* mengukur sejauh mana perusahaan mendanai usahanya dengan membandingkan antara dana sendiri yang telah disetorkan dengan jumlah pinjaman kepada kreditur.

1. Rasio profitabilitas

 Rasio ini mengukur kemampuan para eksekutif perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, asset bersih perusahaan maupun modal sendiri. Rasio ini lebih diminati oleh para pemegang saham dan manajemen perusahaan sebagai salah satu alat keputusan investasi, apakah investasi bisnis ini akan dikembangkan, dipertahankan dan sebagainya.

1. Menurut Indriyo Gitosudarmo dan Basri (2014), factor-faktor yang menjadi pedoman pengaruh nilai perusahaan adalah:
2. Risiko perusahaan
3. Dividen
4. Pertumbuhan perusahaan.
5. Harga saham .
6. Menurut Kusumayanti dan Astika (2016), faktor yang mempengaruhi perusahaan dapat dibedakan antara *factor financial* dan faktor *non-financial.*
7. Factor *financial* seperti: kinerja keuangan, peningkatan atau penurunan laba, kualitas laba, ukuran perusahaan dan pengambilan keputusan keuangan oleh pihak manajemen perusahaan. Sementara,
8. factor-faktor *non-financial* yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu: *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran dewan komisaris.
9. Sedangkan menurut Morenly dan Victoria (2015) factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah sebagai berikut:
10. Struktur modal
11. Profitabilitas
12. Resiko perusahaan

 Dari beberapa pendapat diatas mengenai factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, Maka penulis memilih dua factor mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitalibilitas. Berbagai teori telah digunakan peneliti untuk menjelaskan praktik tanggung jawab sosial perusahaan, profitabilitas. Penelitian ini menggunakan teori *Stakeholder****,*** teori *legitimasi*, teori Sinyal.

1. **Teori Legitimasi (*Legitimay theory*)**

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan secara berkelanjutan meyakinkan kepada lingkungan tentang kegiatan atau aktifitasnya yang dilakukan sesuai dengan batas-batas dan norma-norma dalam masyarakat, atas usahanya tersebut perusahaan berusaha agar aktivitasnya diterima

1. **Teori Pemangku Kepentingan ( *Stakeholder Teory*)**

*Stakeholders* terdiri dari dari orang atau sekelompok orang yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung oleh berbagai keputusan, kebijakan dalam pelaksanaan aktivitas operasi

**Teori Sinyal (Signalling Theory)**

Menurut Noor (2015), teori sinyal atau teori pensinyalan merupakan dampak dari adanya asimetri informasi. Teori sinyal adalah teori yang menjelaskan cara pemberian sinyal perusahaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan informasi tersebut (Jama’an, 2008). Informasi yang dibutuhkan disajikan pada laporan keuangan yang dibuat perusahaan setiap tahunnya.

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

**Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Ketentuan mengenai pengungkapan kegiatan CSR di Indonesia diatur dalam Undang-undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang mewajibkan perseroan atau penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan. Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 1 ayat 3 menegaskan bahwa “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Indicator yang dipakai untuk mengukur seberapa luas pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan pada laporan tahunan salah satunya adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Daftar pengungkapan sosial yang berdasarkan standar GRI juga pernah digunakan oleh Dahli dan Siregar (2008), peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yaitu:

1. indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product responsibility performance indicator*)

Untuk penelitian ini indikator yang digunakan hanyalah tiga kategori, yaitu indikator kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Indikator kinerja sosial mencakup empat indikator yang terdiri dari : indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

**Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

1. Menurut Indrawan (2011), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu:
2. *Profit*

Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajakkepada pemerintah.

1. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar

1. hokum.
2. **Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Crowther David (2008) dalam Hadi (2011), mengurai prinsipprinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

1. *Sustainabilit*y
2. *Accountability*
3. *Transparency*
4. **Konsep Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pengukuran pengungkapan CSR dilakukan dengan cara mengamati ada tidaknya suatu item informasi yang ditentukan dalam GRI yang diungkapkan dalam *annual report* dengan menggunakan variabel CSRIJ, yaitu apabila item informasi tidak ada dalam *annual report* maka diberi skor 0 dan jika informasi yang ditentukan ada dalam annual report maka diberi skor 1. Skor dari setiap items pengungkapan dujumlahkan dan dibagi dengan total items pengungkapan yang diharapkan untuk setiap indicator sehingga diperoleh skor pengungkapan per indikator sehingga diperoleh skor pengungkapan per indikator untuk setiap perusahaan. Indeks luas pengungkapan CSR (CSRI) dirumuskan:

$$CSRIj=\frac{∑Xij}{nj}$$

$$\left(Fauzia \& Amanah, \left(2016\right)\right)$$

Keterangan:

CSRI :Corporate Social *Responcibility* (CSR) Indeks Perusahaan

XIJ :Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan j, nj=91

Nj : 1 = jika kriteria diungkapkan; 0 = jika kriteria tidak diungkapkan.

1. **Profitabilitas**
2. **Pengertian Profitabilitas**

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva dan modal (Sartono, 2010).

profitabilitas menurut Kasmir (2015:198) adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
2. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
3. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan laba sendiri.
4. Mengetahui produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
5. Manfaat lainnya.
6. **Tujuan Penggunaan Rasio Profitabilitas**

Tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan menurut Kasmir (2015:197):

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu,
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
6. Dan tujuan lainnya.
7. **Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas**
	1. Adapun jenis-jenis profitabilitas dalam buku sartono (2012:113), sebagai berikut:
		* 1. Return *On Assets* (ROA) menunjukkan kmampuan perusahaan menghasilkan Laba dari aktiva yang dipergunakan.

$$ROA=\frac{Laba bersih setelah pajak }{Total aktiva } 100\%$$

1. *Return On Equity* (ROE) mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

$$ROE=\frac{Laba bersih setelah pajak }{Modal sendiri }$$

1. *Profit Margin* digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total pejualan

 $Profit Margin=\frac{Laba bersih sebelum pajak }{penjualan}$

1. *Net Profit Margin* digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.

 $Net Profit Margin=\frac{Laba bersih setelah pajak }{penjualan}$

1. *Gross Profit Margin* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui presentase laba kotor dari penjualan perusahaan.

 $Gross Profit Margin=\frac{Penjualan- Harga pokok penjualan }{penjualan}$

b Dalam prakteknya, jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Menurut Kasmir (2015:199) adalah:

1. Profit *margin* (*profit margin on sal*es)

*Profit margin on sales* atau rasio *profit margin* atau margin laba atas penjualan merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara menggunakan rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

1. *Return on Investment* (ROI)

ROI merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasi.

1. *Return on Equity* (ROE)

Hasil pengembalian ekuitas atau return on equity atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semmakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya.

$Rasio $profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Rasio profitabilitas yang sering digunakan yaitu ROA, ROI, ROE, *Gros Profit Margin* dan *Net Profit Margin.* Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberpa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu diketahui, Hery (2016:193).

Dari semua rasio profitabilitas diatas, penulis hanya akan menggunakan rasio *Return On Asset* (ROA), karena rasio ini merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan. ROA digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan. Semakin tinggi rasio, semakin, baik suatu perusahaan

**Pengembangan Hipotesis**

1. ***Corporate Social Responsibility* (CSR)dan Nilai Perusahaan**

 *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Secara teori, semakin baik perusahaan dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, maka nilai perusahaan yang merupakan nilai pasar, menjadi meningkat karena adanya *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan tersebut, dengan meningkatnya nilai perusahaan investor lebih tertarik untuk berinvestasi.

Penelitian sebelumnya, Laras dan Basuki Hadiprajitno (2012) meneliti tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan presentase kepemilikan manajerial sebagai variable l moderasi. Hasil penelitian ini menjunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel manajerial memiliki pengaruh sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Beureukat (2018), Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR Sebagai variabel moderating pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. G A N Bayu Darma Putra, Made Gede Wirakusuma (2015) penelitian ini menunjukkan bahwa CSR terbukti berpengaruh positif pada nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. Berdasarkan teori diatas dan dikuatkan oleh pernyataan penelitian terdahulu maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

1. **Profitabilitas dan Nilai Perusahaan**

Pofitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang dapat diperoleh sebuah perusahaan dari kegiatan operasionalnya yang mana keuntungan tersebut ada yang dibagikan kepada pihak pemegang saham dalam bentuk dividen, dan bisa juga keuntungan tersebut disimpan dan digunakan untuk meningkatkan kenerja operasionalnya. Sesuai dengan Teori Sinyal (*Signalling theory*)

 Yustina Puspaningrum (2017) hasil peneltian ini menunjukan bahwa Profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pertambangan. Ju Chen dan Yu Chen (2011) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya didapat hipotesis dalam penelitian yakni:

H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

1. ***Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Nilai Perusahaan**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Banyaknya investor yang berinvestasi, maka semakin tinggi profitabilitas perusahaan. Profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih. Semakin besar laba suatu perusahaan, maka semakin luas perusahaan tersebut dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan (Husnan,2007:34).

Dalam penelitian Rizky Adhitya dkk (2014) hasil pengujian hipotesis secara simultan menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan Profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur melalui Tobin’s q. Susanti dan Santoso (2011) menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas dan Pengungkapan *Coporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Jessika Zarlia dan Hasan Salim (2013) Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013, menyimpulkan bahwa profitabilitas perusahaan lebih berpengaruh terhadap nilai perusahaan dibandingkan dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan teori di atas dan peneliti terdahulu menghasilkan perbedaan pendapat maka peneliti merumuskan hipotesis yakni:

H3: *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusaha

**Kerangka Konseptual Penelitian**

 **Gambar 2.2**

**kerangka konsep penelitian**

Nilai Perusahaan

Y





 H1

 H2

 H3

*Sumber: Diolah peneliti, 2020*

METODE PENELITIAN

**Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan yang terdaftar di BEI di jadikan sample dikarenakan BEI merupakan satu-satunya bursa efek yang ada di Indonesia sehingga diharapkan akan memperoleh sampel yang *representatif.*

**Jenis Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk melakukan penelitian terhadap populasi dan sampel tertentu. Metode kuantitatif pada penelitian ini untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitasterhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan.

**Populasi, Sampel dan Metode penentuan sampel**

**1. Populasi**

Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016–201

**2.** **Sampel dan metode penentuan sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2012:116). Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, artinya sampel diambil karena memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah:

* 1. Perusahaan sektor pertambangan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indpnesia periode 2016-2018.
	2. Perusahaan yang mempublikasikaan laporaan tahunan berturut-turut 2016-2018
	3. Pengungkapaan *Corporate Social Responsibility* Secara berturut-turut selama periode 2016-2018.
	4. Perusahaan yang memperoleh laba (profit) positif pada tahun 2016-2018

**Definisi dan Operasional Variabel Penelitian**

1. **Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (X1) dan Profitabilitas(X2)

* + - 1. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

$$CSRIj=\frac{∑Xij}{nj}$$

* + - 1. Profitabilitas

$$ROA=\frac{Laba bersih setelah pajak }{Total aktiva } 100\%$$

1. **Variabel Dependen**

*Price Book Value* (PBV). Menurut Brigham dan Houston (2011) *Price Book Value* (PBV) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$PBV=\frac{Harga Pasar Per Lembar }{Nilai Buku Per Lembar Saham}$$

**Metode Analisa Data Dan Pengujian Hipotesis**

**Metode Analisa Data**

Kegiatan dalam analisa data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

* 1. **Analisis Statistik Deskriptif**

Analisis Statistik deskriptif merupakan Teknik deskriptif yang memberikan informasi mengenai data yang dimiliki untuk dikumpulkan, dianalisis, dan diinterpretasikan secara obyektif sehingga memberikan informasi dan gambaran mengenai topik yang akan dibahas.

* 1. **Uji Asumsi Klasik**.

**Uji Normalitas**

**Uji Heteroskedatisitas**

**Uji Multikolinearitas**

* 1. **Analisis Regresi Linier Berganda**

persamaan regresinya dapat dirumuskan sebagai berikut:

**Y= a+b1x1+ b2X2+e**

(Gozali, 2012)

**Pegujian Hipotesis**

 **Uji t (Signifikan Individual)**

Uji Statistika t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada output hasil regresi menggunakan SSPS dengan Signifikan 0, 05 (α=5%). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak, dan jika lebih kecil dari α maka hipotesis diterima. Uji signifikan terhadap hipotesis tersebut ditentukan melalui uji t dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

* + - * 1. H0 : ditolak jika sig thitung< α (tingkat signifikan yang digunakan)
				2. H0 : diterima jika sig thitung> α (tingkat signifikan yang digunakan)

 Bila H0 diterima, maka hal ini diartikan bahwa pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dinilai tidak terdapat pengaruh. Sedangkan penolakan H0 menunjukkan terdapat pengaruh dari variabel independent secara parsial terhadap suatu variabel dependen.

**Uji F (Signifikan Simultan)**

pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikan F pada ouput hasil regresi menggunakan SPSS dengan signifikan level 0,05 (α=5%). Jika nilai signifikan lebih besar dari α maka koefisien ditolak, dan jika lebih kecil dari α maka hipotesis diterima. Kriteria yang digunakan adalah:

1. H0:ditolak jika sig Fhitung< α (tingkat signifikan yang digunakan)
2. H0: diterima jika sig Fhitung> (tingkat signifikan yang digunakan)

 Asumsi bila terjadi penolakan H0 dapat diartikan sebagai adanya pengaruh dari variabel-variabel independent secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Tetapi bila terjadi penerimaan H0, dapat diartikan sebagai tidak adanya pengaruh dari variabel-variabel independent secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Sekilas Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2018. Perusahaan sektor pertambangan tersebut telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebelum 1 Januari 2016 dan selama periode penelitian tidak keluar dari Bursa Efek Indonesia (BEI) atau mengalamai *delisting*. Fokus penelitian ini adalah ingin mengungkapkan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

|  |
| --- |
| **Descriptive Statistics** |
|  | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| CSR (X1) | 48 | 659.00 | 4945.00 | 1932.2292 | 881.98474 |
| ROA (X2) | 48 | 2.00 | 4556.00 | 970.5625 | 1176.69289 |
| PBV (Y) | 45 | 1.08 | 9620638.00 | 404872.4706 | 1488856.68781 |
| Valid N (listwise) | 45 |  |  |  |  |

*Sumber: Data Sekunder diolah SPSS, 2020*

**Uji Asumsi Klasik**

* + - 1. **Hasil Uji Normalitas**

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  | Unstandardized Residual |
| N | 45 |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 |
| Std. Deviation | 1475328.23312483 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .335 |
| Positive | .335 |
| Negative | -.330 |
| Test Statistic | .335 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .000c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | .000d |
| 99% Confidence Interval | Lower Bound | .000 |
| Upper Bound | .091 |

1. *Test distribution in normal*
2. *Calculated from data*
3. *Liliefors Significance correction*
4. *This is a lower bound of the true significance*

 *Sumber: Data Sekunder di olah SPSS, 202*

1. **Hasil Uji Heteroskedastisitas**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 921497.763 | 504019.210 |  | 1.828 | .075 |
| CSR (X1) | -65.758 | 225.266 | -.044 | -.292 | .772 |
| ROA (X2) | -164.713 | 168.170 | -.149 | -.979 | .333 |
| a. Dependent Variable: ABS\_RES |

*Sumber: data sekunder diolah SPSS, 2020*

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 359919.347 | 566835.780 |  | .635 | .529 |  |  |
| CSR (X1) | 98.429 | 253.341 | .059 | .389 | .700 | 1.000 | 1.000 |
| ROA (X2) | -150.422 | 189.129 | -.122 | -.795 | .431 | 1.000 | 1.000 |
| a. Dependent Variable: PBV (Y) |

1. **Hasil Uji Multikolinearitas**

 *Sumber: Data Sekunder Diolah SPSS, 2020*

1. **Hasil Uji Autokorelasi**

|  |
| --- |
| **Model Summaryb** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .135a | .018 | -.029 | 1510046.58869 | 1.821 |
| a. *Predictors:* *(Constant*), ROA (X2), CSR (X1) |
| b. Dependent Variable: PBV (Y) |

 *Sumber: Data sekunder diolah SPSS, 2020*

**Analisis Regresi Liniear Berganda**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 921497.763 | 504019.210 |  | 1.828 | .075 |
| CSR (X1) | -65.758 | 225.266 | -.044 | -.292 | .772 |
| ROA (X2) | -164.713 | 168.170 | -.149 | -.979 | .333 |
| a. Dependent Variable: PBV |

*Sumber: data Sekunder Diolah SPSS, 2020*

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

Y = a + b1x1 + b2x2

Y = 921497.763 – 65.758X1 – 164.713X2

**. Uji t (Signifikan Individu)**

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 921497.763 | 504019.210 |  | 1.828 | .075 |
| CSR (X1) | -65.758 | 225.266 | -.044 | -.292 | .772 |
| ROA (X2) | -164.713 | 168.170 | -.149 | -.979 | .333 |
| a. Dependent Variable: PBV |

**Uji f(Signifikan Simultan**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  1 | Regression | 1764437020802.266 | 2 | 882218510401.133 | .387 | .682b |
| Residual | 95770109400030.700 | 42 | 2280240700000.731 |  |  |
| Total | 97534546420832.970 | 44 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: PBV (Y) |
| b. Predictors: (Constant), ROA (X2), CSR (X1) |

 *Sumber: Data Sekunder Diolah SPSS, 2020*

**Pembahasan Penelitian**

**H1: *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Nilai Perusahaan**

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukkan bahwa *Corporate Social* *Responsibility* (CSR) yang diukur melalui CSRDIj tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur PBV dengan nilai signifikan sebesar 0’772 lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis pertama dalam penelitian ini tidak didukung secara statistik. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurlela dan Islahudin (2008), yaitu CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

 *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dalam pencelitian ini disebabkan oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2016-2018 masih sangat rendah. Hal ini disebabkan karena Indikator-Indikator yang mengungkapkan tanggung jawab perusahaan yang disampaikan di laporan tahunan masih sangat sedikit. Adapun peraturan pemerintah yang berlaku saat ini hanyalah tentang penyampaian laporan tahunan emiten atau perusahaan publik. Dalam peraturan ini, tidak memuat secara rinci tentang indikator-indikator apa yang seharusnya diungkapkan oleh perusahaan publik di laporan tahunan perusahaan sektor pertambangan.

 Secara umum, yang menjadi patokan dalam pengungkapan tanggung jawab perusahaan atau sering disebut CSR adalah *standart Global Reporting Initiative* (GRI) yang berlaku secara internasional. Pada standar GRI 4 yang merupakan versi terbaru mengenai indikator pengungkapan CSR pada laporan keberlanjutan dan atau laporan tahunan terdapat 91 indikator yang harus diungkapkan. Jadi berpedoman dengan teori legitimasi, perusahaan harus menerapkan dan melaksanakan kegiatan CSR agar menerima kesan positif dari masyarakat sekitar sehingga kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan masyarakat tetap merasa nyaman dan tidak terganggu dengan keberadaan dan aktivitas perusahaan.

**H2: Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.**

 Profitabilitas yang diukur melalui *Return on Assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur *Price Book Value* (PBV) dengan nilai signifikan sebesar 0,333 lebih besar dari tingkat signifikan 0,05. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis kedua dalam penelitian ini tidak didukung secara statistik. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Soliha dan Taswan (2002) serta Hemastuti (2014) yang menyimpulkan bahwa Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**H3: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Nilai Perusahaan.**

 Berdasarkan hasil penelitian secara simultan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 dan Profitabilitas (ROA) lebih besar dari tingkat signifikan 0,05 terhadap nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

 Tidak berpengaruh *Corporate Social Responsibilit*y dan

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018.
2. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas secara Bersama-sama tidak berpengaruh simultan terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan adalah:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bahwa dapat dilakukan dengan menambah jumlah sampel yang tidak hanya pada perusahaan pertambangan. selain itu, sebagai peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah tahun pengamatan sehingga hasil analisis bisa lebih jelas dan lengkap.
2. Bagi perusahaan menjaga kestabilan dan meningkatkan profitabilitas yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Arthur J. Keown. (2010). *Basic financial manajement*, diterjemahkan oleh chaerul D. Djakman, 2010, edisi 10, Buku 2, Jakarta: Salemba Empat

Beny. B. 2012. *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis* Vol. 3(2). 2016: Universitas Esa Unggul- Jakarta

Bambang Riyanto. 2012. *Dasar-Dasar pembelanjaan perusahaan*. Penerbit BPFE: Yogyakarta

Bringham, Eugene. F dan Joel F. Houston. 2001. *Manajemen keuangan*. Edisi kedelapan buku 2. Jakarta: Erlangga

Crowther, David (2008) *Corporate Social Responsibility*. Gulen Aras &Ventus *Publishing Aps*

Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Ary Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal akuntansi* universitas udayana, 4(2), hal: 328-372.

Farah, Margaretha. 2011. *Teori Dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi Dan Sumber Dana Jangka Pendek*. Jakarta: Gasindo Gramedia Widiasarana Indonesia.

Ganang Radityo Primady, Sugeng Wahyudi (2015) pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Manajemen* fakultas ekonomi, Universitas diponegoro. Volume 4, Nomor 3, Hal 1-15.

Ghozali, Imam., 2009*. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hermuningsih, Sri. 2013. *Profitability*, *Growth Opportunity, Capital Structure and* The Firm Value. *Bulletin of Monetary, Economics and Banking*. *Jurnal Ekonomi* Yogyakarta: University of Sarjanawiyata Taman Siswa Yogyakarta

Howard R. Bowen. (1981) *Corporate Social Responsibility of businessman.* Harper and brothers. *Journal of Accounting and Business Dynamics*: New york.

Husnan, Suad., dan Pudjiastuti (2007). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan.*UPP STIM YKPN. Yogyakarta

<http://amp-kontan-co-id.cdn.amppoject.or/v/s/amp.kontan.co.id/news/emiten-berbondong-bondong-garap-tambang-emas-ini-kata-analis>

Ira Agustine. 2014 *Pengaruh Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Finesta*. 2(1): hal:42-47. Simposium Nasional Akuntansi: XIII, 15(1), 1-24

Kasmir. 2015. *Analisisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali pers

Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.

Lang, et Al (1989). *Managerial Performance, Tobin’s q, and the gains from Sucessful Tender Offers*. *Journal of financial economics*, hal 137-154.

Mudrajad, Kuncoro. 2013 *Mudah Memahami Dan Menganalisis Indicator Ekonomi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.

Rustiarini, N. W. (2010). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Nilai Perusahaan *Journal Simposium Nasional Akuntansi* XIII. AKPM\_12. Universitas Mahasaraswati: Denpasar.

Sugiyono (2016). *Metode penelitian, kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed method)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono (2015). *Metode penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta

Sugiyono. 2012. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Soliha, E dan Taswan (2002) pengaruh kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan serta beberapa faktor yang mempengaruhinya. Jurnal Bisnis dan Ekonomi STIE Stikubank2 (1), 8-12

Tryfino. (2009). *Cara Cerdas Berinvestasi saham*, Edisi 1, Transmedia Pustaka, Jakarta.

Thoifah, I’anatut. 2015 *Statistika Pendidikan Dan Metode Penelitian Kuantitatif.* Malang Madani.

Utami, Pristya. 2017, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan High ProfileTerbuka Di Indonesia, *Skripsi* Diterbitkan. Medan: Universitas Sumatra Utara.

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