

## **Peran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Hubungan *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan**

Marwan Effendi , Andi Primafira Bumandava Eka , Santi Octavia  
STIE Manajemen Bisnis Indonesia  
[Marwaneffendil@gmail.com](mailto:Marwaneffendil@gmail.com), [andiprimafira@gmail.com](mailto:andiprimafira@gmail.com),  
[santi.octavia@stiemi.ac.id](mailto:santi.octavia@stiemi.ac.id)

### **Abstrak**

*Nilai perusahaan menjadi perhatian penting pada saat investor akan melakukan investasi. Begitu pula Stake holder yang mempunyai kepentingan terhadap perusahaan secara langsung. Tingkat Pengembalian mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang baik. Tidak hanya baik secara keuangan, sehingga kekayaan pemegang saham meningkat, tetapi perusahaan dituntut untuk memberikan manfaat kepada lingkungan sesuai dengan Global Reporting Initiative Standart (GRI Standart).*

*Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan bahwa Kinerja Perusahaan yang diwakili oleh Return on Asset akan mempengaruhi Nilai Perusahaan jika ada interaksi pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada hubungan ROA dengan Nilai Perusahaan dan memberikan penjelasan tentang bagaimana peran CSR pada hubungan ROA terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia?*

*Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif. Perhitungan dengan persamaan regresi linier moderasi menggunakan Process Hayes pada SPSS dan Moderated Regression Analysis diujikan pada sample sebesar 40 data panel meliputi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 2018 – 2022 (5 tahun).*

*Hasil penelitian menjawab adanya interaksi CSR pada hubungan antara ROA dengan Nilai Perusahaan. Dimana pada perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR , Nilai perusahaan akan meningkat, sedangkan pada perusahaan yang tidak melakukan pengungkapan CSR, maka Nilai perusahaan tidak memberikan dampak apapun. Pengungkapan CSR yang paling kuat mendorong meningkatnya Nilai Perusahaan adalah kategori Kinerja Ekonomi dan Pendekatan Manajemen. Hal ini mendukung teori Agency bahwa manajemen dapat berperan menjadi agen perusahaan terlepas dari desakan stakeholder yang tidak sesuai dengan manajer sebagai pengelola operasional perusahaan. Pada teori Signalling , bahwa pengungkapan CSR memberikan sinyal yang baik kepada peningkatan Nilai perusahaan, diman baik investor maupun lingkungan perusahaan akan melihat adanya ciri tersendiri tentang pendekatan manajemen dan kinerja ekonomi perusahaan pada hubungan tingkat pengembalian, bagaimana asset dapat bekerja menghasilkan laba.*

*Penelitian masih belum mengungkapkan tentang kategori CSR lainnya seperti perubahan iklim, dampak lingkungan, dampak ekonomi lainnya dan sebagainya sesuai dengan Standar GRI lainnya, sehingga masih terbuka pengembangan penelitian di bidang ini.*

**Kata kunci : return on assets, nilai perusahaan, corporate social responsibility.**

## 1. PENDAHULUAN

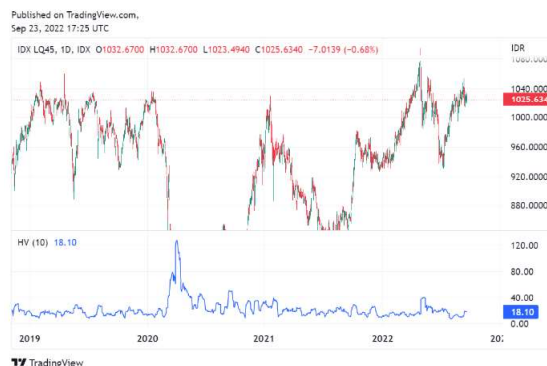
Pada penutupan perdagangan hari ini, Kamis (22/9/2022) top gainers LQ45 dikuasai oleh saham-saham di sektor tambang dan energi, seperti PT Adaro Energy Indonesia Tbk. (ADRO), PT Indika Energy Tbk. (INDY), PT Medco Energi Internasional Tbk. (MEDC), PT Bukit Asam Tbk. (PTBA), dan PT Indo Tambangraya Megah Tbk. (ITMG). Sejak awal 2022, saham-saham tersebut mencatatkan peningkatan harga saham yang cukup signifikan, berkisar dari 62,5 persen hingga mencapai 123 persen. Kendati demikian, konstituen indeks LQ45 di sektor tambang dan energi ternyata masih undervalued, atau memiliki valuasi yang terbilang murah. Hal ini tecermin dari price to earning ratio atau P/E yang rata-rata berada di bawah 10 kali. Sebut saja ADRO dengan P/E aktual 4,25 kali, INDY 2,69 kali, MEDC 5,91 kali, PTBA 4 kali, dan ITMG 2,19 kali. Lebih lanjut, ada PT Perusahaan Gas Negara Tbk. (PGAS) dengan P/E aktual 8,07 kali dan PT Timah Tbk. (TINS) yang memiliki P/E 4,96 kali. (URL-1, 2022)

Penurunan kinerja keuangan ini akan berdampak pada nilai perusahaan tersebut, nilai perusahaan yang baik akan menjadikan para investor yakin untuk turut berinvestasi pada perusahaan tersebut. Seperti yang kita ketahui saat ini persaingan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya semakin ketat. Setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk memberikan hasil dan citra yang baik untuk mencapai tujuan organisasinya, termasuk dengan meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai suatu perusahaan tercermin dari harga sahamnya, yang merupakan ukuran seberapa besar investor bersedia membayar sahamnya. Menurut Van Horne dalam Pertiwi (2012), ini mencerminkan berapa nilai perusahaan berdasarkan situasi keuangan, pengeluaran, dan keputusan dividen saat ini. Semakin tinggi harga saham, semakin rendah nilai perusahaan. Pentingnya pengelolaan keuangan tercermin dalam tujuan memaksimalkan nilai suatu perusahaan. Jika sebuah perusahaan berjalan dengan baik, nilainya kemungkinan akan meningkat. Hal ini dapat disebabkan oleh kenaikan harga saham, atau perusahaan mencapai tujuannya. Banyak

faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan, termasuk kinerja keuangannya, kebijakan dividen, tata kelola perusahaan, dan sebagainya. Para peneliti telah mempelajari faktor-faktor ini dan menemukan bahwa mereka semua berperan dalam menentukan nilai perusahaan. (Ulfa & Asyik, 2018).

Beberapa penelitian menyatakan bahwa study mengenai pengaruh kinerja keuangan dalam hal ini ROA dan atau ROE terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan dan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Seperti penelitian Zuriah (2021) menyatakan bahwa ROA mempengaruhi Nilai perusahaan (Zuriah, 2021), tetapi pada penelitian Sondakh dan kawan-kawan (2019), menyatakan ROA tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. (Priska Sondakh, Ivonne Saerang, & Reitty Samadi, 2019). Untuk itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang interaksi hubungan yang seperti apa yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. CSR pada perusahaan industry makanan dan minuman memoderasi hubungan ROA dengan nilai perusahaan. (Hermawan & Mafulah, 2014). Pada perusahaan manufaktur CSR dapat memberikan efek yang meningkatkan Nilai perusahaan (Prena & Muliyan, 2020), (Wulandari & Wiksuana, 2017). Bagaimanakah pada perusahaan pertambangan? Apakah *Corporate Service Responsibility*(CSR) dapat memberikan efek terhadap hubungan ROA dengan nilai perusahaan agar Nilai perusahaan dapat meningkat?



Gambar 1. LQ45 Chart by TradingView-2022

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Teori Agency

Teori keagenan menyatakan bahwa ada konflik di antara mereka, agen (manajemen) dan klien (stakeholder). Dalam teori keagenan, Jensen & Mekling (1976) mendalilkan bahwa setiap individu hanya dimotivasi oleh kepentingannya sendiri, menciptakan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Pemilik termotivasi untuk menandatangani kontrak untuk mengembangkan dengan meningkatkan profitabilitas, sementara manajer termotivasi untuk memenuhi kebutuhan finansial dan psikologis mereka. Konflik ini muncul, pada dasarnya, karena setiap individu berusaha untuk memaksimalkan utilitasnya. Dengan demikian, ada alasan untuk percaya bahwa agen tidak selalu bertindak demi kepentingan terbaik pemiliknya. (Yuniningsih, 2017).

### 2.2. Teori Signalling

Alasan teori ini adalah bahwa manajemen dan pemegang saham tidak memiliki akses ke informasi perusahaan. Adanya asimetri informasi atau sama. Ada informasi tertentu yang hanya diketahui oleh manajemen sebagai administrator. Pemegang saham tidak mengetahui informasi ini. Akibatnya, kebijakan pendanaan perusahaan Perubahan, dapat membawa informasi berharga bagi pemegang saham. Perusahaan telah berubah. Artinya, sebuah tanda atau sinyal ditampilkan. (Wongso, 2013). Adanya asset yang meningkat menjadi sinyal adanya peningkatan Nilai perusahaan.

### 2.3. Teori Pecking Order

Perusahaan yang sangat menguntungkan lebih cenderung menggunakan sumber pendanaan internal perusahaan untuk pendanaan, karena bisa dibilang lebih murah dari Perusahaan menggunakan sumber pendanaan Luar. perusahaan memilih penggunaan sumber dana internal berupa cadangan internal, kewajiban, Langkah terakhir adalah penerbitan saham. Inilah yang disebut teori Pecking order yang dikenalkan oleh Donaldson (1961) dan dikembangkan oleh Myers & Majluf (1984) dalam (Indriyani, 2017). Sehingga dalam teori ini perusahaan berupaya mencari sumber daya internal untuk membiayai operasional perusahaan dari asset

yang dimiliki daripada mengandalkan utang atau sumber pendanaan dari luar perusahaan, termasuk meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaannya

### 2.4 Teori Corporate Social Responsibility

Menurut (Kotler & Nance, 2005) mendefinisikannya sebagai komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis dan pemberian kontribusi sumber daya korporasi. (Kotler & Nance, 2005). Korporasi harus dapat mengelola tanggungjawab ekonominya kepada pemegang saham, memenuhi tanggungjawab hukum dengan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, dan bertanggung jawab secara sosial kepada para stakeholder (pemegang kepentingan). (Marnelly, 2012).

Pembagian dan kategori CSR sesuai dengan standar GRI 4 hanya sebagian meliputi aspek :

1. Aspek : Kinerja Ekonomi
  - a. Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan (EC1)
  - b. Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim (EC2)
  - c. Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti (EC3)
  - d. Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah (EC4)
2. Aspek : Keberadaan Pasar
  - a. Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan (EC5)
  - b. Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan (EC6)
3. Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung
  - a. Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan (EC7)
  - b. Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk luasnya dampak ekonomi pada masyarakat dan lingkungan eksternal perusahaan (EC8)
4. Aspek Pengadaan, Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan (EC9).

Tanggung jawab sosial perusahaan diungkapkan dalam sebuah laporan bernama

Sustainability Report. Global Reporting Initiative (GRI) mendefinisikan pelaporan keberlanjutan sebagai praktik pengukuran dan pengungkapan aktivitas perusahaan sebagai akuntabilitas kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal atas kinerja organisasi dalam mencapai Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Laporan keberlanjutan merupakan wahana untuk menggambarkan laporan tentang dampak ekonomi, lingkungan dan sosial terhadap kinerja perusahaan. (Atmajaya, 2015)

Berdasarkan teori yang melandasi kerangka berfikir bahwa dari fakta dan empiris dapat diambil suatu hipotesis jika *Return On Asset* tidak dapat mempengaruhi secara langsung peningkatan Nilai perusahaan maka diperlukan sebuah penguat hubungan yang dapat memberikan efek bagi peningkatan Nilai Perusahaan. Pengungkapan CSR akan dianggap sebagai pemberi sinyal yang baik terhadap indikasi peningkatan Nilai perusahaan dan pengungkapan CSR ini akan membuat manajer menggunakan sumber dana internal dari asetnya untuk meningkatkan Nilai perusahaannya. Begitu pula adanya pemangku kepentingan (stakeholders) akan memanfaatkan pengungkapan CSR ini untuk kepentingan dirinya jika Nilai perusahaan meningkat maka kekayaan yang akan terdistribusi ke pemegang saham juga akan meningkat sehingga perlu adanya CSR untuk memanfaatkan asset untuk operasional perusahaan yang akan meningkatkan Nilai Perusahaan.

Sehingga hipotesis penelitian ini adalah:

$H_1$  = Ada peran pengungkapan CSR dalam hubungan Return on Asset dengan Nilai Perusahaan

$H_0$  = Tidak ada peran pengungkapan CSR dalam hubungan Return on Asset dengan Nilai Perusahaan

### 3. METODOLOGI

Jenis penelitian adalah penelitian descriptive Verifikatif dimana Menurut Sugiyono (2019:35), Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri baik hanya pada satu variable atau lebih serta tidak membuat perbandingan ataupun mencari hubungan dengan variabel lain, sednagkan jenis penelitian verifikatif adalah memverifikasikan hipotesis yang diajukan dengan tahapan pemilihan metode penelitian, menyusun instrument,

mengumpulkan data dan kemudian menganalisisnya dengan tujuan untuk mencari jawaban dari rumusan masalah dan untuk menguji hipotesis apakah ditolak atau diterima, dengan teknik statistik tertentu.

Sampel bersumber pada populasi perusahaan tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, ditentukan dengan menggunakan Teknik purposive sample dengan kriteria ditunjukkan dalam Tabel 1 dan daftar perusahaan ditunjukkan pada table 2.

**Tabel 1**  
**Hasil Pemilihan Sampel Penelitian Berdasarkan Batasan Kriteria pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara Periode Tahun 2015-2019.**

No	Batasan Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan pertambangan subsektor batubara yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2015-2019.	22
2.	Perusahaan pertambangan subsektor batubara yang tidak <i>delisting</i> dari BEI selama periode tahun 2015-2019.	(1)
3.	Perusahaan pertambangan subsektor batubara yang bukan merupakan transformasi dan mengalami perpindahan sektor.	(2)
4.	Perusahaan pertambangan subsektor batubara yang mempublikasikan <i>annual report</i> atau laporan tahunannya secara 5 tahun berturut-turut selama periode tahun 2015-2019.	(1)
5.	Perusahaan pertambangan subsektor batubara yang mempublikasikan <i>annual report</i> dengan pengungkapan corporate social responsibility secara jelas dan cukup lengkap selama periode tahun 2015-2019.	(10)
6.	Perusahaan pertambangan subsektor batubara yang terpilih menjadi sampel.	8
7.	Total Pengamatan (8 x 5 tahun)	40

Sumber : Diolah, 2021.

Berdasarkan hasil dari pemilihan sampel tersebut, maka berikut ini adalah daftar nama-nama perusahaan yang memenuhi batasan dan kriteria yang telah ditentukan sesuai dengan tujuan penelitian.

**Tabel 2**  
**Daftar Perusahaan Pertambangan**  
**Subsektor Batubara yang Menjadi Sampel**  
**Penelitian**

No.	Nama Perusahaan	Kode Emiten
1.	Indo Tambangraya Megah Tbk	ITMG
2.	Bukit Asam Tbk	PTBA
3.	Bumi Resources Tbk	BUMI
4.	Dian Swastatika Sentosa Tbk	DSSA
5.	Harum Energy Tbk	HRUM
6.	PT TBS Energy Utama	TOBA
7.	Baramulti Suksessarana Tbk	BSSR
8.	Petrosea Tbk	PTRO

Sumber : Diolah, 2021

Penelitian ini menggunakan tiga variabel yaitu variabel terikat, variabel bebas dan variabel moderator. Dengan menggunakan MRA (*moderated regression analysis*) untuk menguji regresi dengan variabel moderator, atau uji interaksi, metode ini digunakan untuk mengukur regresi berganda langsung, dimana persamaan regresi mengandung unsur interaksi (produk dari dua atau lebih variabel bebas) dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3 X1X2 + e$$

antara X1 dan X2 Variabel hasil kali disebut juga variabel moderat karena menggambarkan pengaruh penuntun variabel X2 terhadap hubungan antara X1 dan Y.

dimana variable bebas X1 adalah *Return on Asset*, variable moderasi X2 adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan variable tak bebas Y adalah Nilai perusahaan yang diproyxkan dengan *Price To Book Ratio*.

Pada uji *Moderated Regression Analysis* ini dilakukan melalui uji signifikansi simultan (uji statistik F) dan uji signifikansi parameter individual (uji statistik). Persyaratan asumsi klasik telah dipenuhi untuk menggunakan model ini seperti uji normalitas, multikolinieritas, heterokedastisitas, dan autokorelasi untuk keajegan model.

**Tabel 3**  
**Pedoman Kategorisasi Hasil Uji Variabel**  
**Moderasi No Hasil Uji Jenis Moderasi**

No.	Hasil uji	Jenis Moderasi
-----	-----------	----------------

1.	$\beta_2$ non significant $\beta_3$ Significant ( $\beta_2 \neq 0; \beta_3 \neq 0$ )	Moderasi murni ( <i>Pure moderated</i> ) Jika variabel moderator (Z) tidak berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau prediktor/independen (X), tetapi berinteraksi dengan variabel prediktor/independen (X).
2.	$\beta_2$ Significan t $\beta_3$ Significan t ( $\beta_2 = \beta_3 \neq 0$ )	Moderasi semu ( <i>quasi moderated</i> ) Jika variabel moderator (Z) berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau prediktor/independen (X), dan berinteraksi dengan variabel prediktor/independen (X)
3.	$\beta_2$ Significant $\beta_3$ non significant ( $\beta_2 \neq 0; \beta_3 = 0$ )	Prediktor moderasi (prediktor moderasi) Jika variabel moderator (Z) berhubungan dengan variabel kriteria (Y) dan atau prediktor/independen (X), tetapi tidak berinteraksi dengan variabel prediktor/independen (X)
4.	$\beta_2$ non significant $\beta_3$ non significant ( $\beta_2 = \beta_3 = 0$ )	Moderasi potensial ( <i>Hemoglogiser moderasi</i> ) Jika variabel moderator (Z) tidak berhuangan dengan variabel kriteria (Y) dan atau prediktor/independen (X), dan tidak berinteraksi dengan variabel prediktor/independen (X)

Sumber : (Fernandes & Solimun, 2017)

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Deskriptif menggambarkan bahwa golongan pengungkapan yang paling banyak dilakukan perusahaan pertambangan adalah pengungkapan aspek dampak ekonomi tidak langsung. Tidak dijelaskan dalam pengungkapan dampak ekonomi tidak langsung tetapi pada study (Rita, 2019) yang menyebutkan dampak ekonomi tidak langsung dapat berupa kegiatan berdampak tidak langsung pada kegiatan operasional perusahaan seperti penyediaan sarana air bersih bagi lingkungan tinggal pekerja,

pemberian sembako terhadap masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan, pembangunan sarana olahraga bagi pekerja dan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya. (URL-2, 2022) . Seperti pada Tabel 4.

**Tabel 4**  
**Sebaran pengungkapan CSR**

Jenis Pengungkapan		%
1.	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan	57
2.	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim	27,5
3.	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti	52,5
4.	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah	45
5.	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan	62,5
6.	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan	37,5
7.	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan	55
8.	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak ekonomi pada masyarakat dan lingkungan eksternal perusahaan	85
9.	Aspek Pengadaan , Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan	37,5

Sumber : diolah 2022

Dari hasil sebaran perusahaan pertambangan cenderung untuk mengungkapkan dampak pengungkapan ekonomi tidak langsung yang signifikan, mengindikasikan bahwa perusahaan menganggap penting pengungkapan dampak ekonomi tidak langsung kepada masyarakat.

Hasil Uji Asumsi Klasik berupa uji normalitas K-S, dinyatakan bahwa data terdistribusi normal, dibuktikan dengan Asymp.Sig (2-tailed) sebesar  $0.200 > 0,05$  .

**Tabel 5**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		
N	40	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,95721808
	Absolute	,114

Most Extreme Differences	Positive	,114
	Negative	-,070
Test Statistic		,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Asumsi klasik seluruhnya dapat terpenuhi , dapat disimpulkan sebagai berikut :

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Uji Asumsi Klasik	Syarat	Hasil	Kesimpulan
Normalitas	Asym.Sig (2-tailed) > 0,5	0,200	Data berdistribusi normal
Multikolinieritas	Collinearity Tolerance >0,1 VIF < 10	Collinearity Tolerance = 0,994 VIF = 1,006	Tidak terjadi multikolinieritas
Heteroskedastisitas	Sig-ABS_RES >0,05	Sig ROA-ABS_RES = 0,131 Sig CSR-ABS_RES = 0,313	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Autokorelasi	Jika $dw > dU$ Dan Jika $(4 - dw) > du$	$Dw = 1,481$ $K = 3, N = 40$ $DL = 1,3384, DU = 1.6589$	Tidak terjadi auto-korelasi

Diolah SPSS 2022

Uji Model dengan menggunakan uji chow , uji Hausman dan uji *Lagrange multiplier* pada data panel, maka diperoleh hasil.

**Tabel 7**  
**Hasil Pemilihan Model Regresi Data Panel**

No.	Test	Common Effect	Fixed effect	Random Effect
1	Uji Chow	X	YA	X
2	Uji Hausman	X	X	YA
3	Uji Lagrange multiplier	X	X	YA
Model yang dipilih				YA

Sumber : Diolah, 2021

Hasil uji pengaruh menghasilkan bahwa R-squared sebesar 22,31% menunjukkan bahwa ROA dan CSR dapat mempengaruhi Nilai perusahaan sebesar 22,31 % , sisanya sebesar 77, 69% dipengaruhi oleh variable lainnya.

Kekuatan hubungannya adalah positif lemah signifikan.

**Tabel 8**  
**Hasil uji koefisien determinasi**

R	R2	signifikansi
0,4724	0,2231	0,0266

Diolah SPSS 2022

Hasil uji koefisien , bahwa CSR tidak berhubungan signifikan secara parsial dengan Nilai Perusahaan pada table

**Tabel 9**  
**Hasil uji regresi linear**

	Coeff.	se	t	Sig.
Constant	1,2174	0,4240	2,8710	0,0068
ROA	0,0768	0,0286	2,6815	0,0110
CSR	0,0173	0,0882	0,1967	0,8452
CSR. ROA	-0,0159	0,0058	-27449	0,0094

Diolah SPSS 2022

Dari hasil uji regresi linear, persamaan regresinya menjadi :

$$Y = 1,2174 + 0,0768X1 + 0,0173X2 - 0,0159X1X2 + e$$

Atau

$$\text{Nilai perusahaan} = 1,2174 + 0,0768ROA + 0,0173CSR - 0,0159 (ROA \times CSR) + e$$

Yang artinya jika terjadi kenaikan 1 unit ROA dan 1 unit pengungkapan CSR maka Nilai perusahaan menjadi meningkat sebesar 1,2956. Hasil uji moderasi dihasilkan bahwa :

**Tabel 10**  
**Hasil uji moderasi interaksi CSR pada hubungan ROA dan Nilai Perusahaan**

Interaksi	R2-change	F	signifikansi
ROA. CSR	0,1626	7,5347	0.0094

Diolah SPSS 2022

Pengungkapan CSR (X2) merupakan termasuk ke dalam moderasi murni (*Pure moderated*) yaitu jika variabel moderator tidak berhubungan dengan variabel Nilai Perusahaan (Y) dan atau prediktor/ independent ROA (X1), tetapi berinteraksi dengan variabel prediktor/ independen ROA (X1), tetapi sifatnya melemahkan ditunjukkan dengan adanya R2 changed (0,1626) menjadi lebih kecil daripada R2 (0,2231) maka interaksi CSR pada hubungan ROA dengan Nilai perusahaan adalah melemahkan hubungan .

Ketika pengungkapan CSR semakin kecil maka hubungan antara ROA dan Nilai Perusahaan semakin kuat. Nilai perusahaan akan meningkat , terutama pada peran pengungkapan aspek dampak ekonomi tidak langsung signifikan terhadap dampak ekonomi

masyarakat yang secara tidak langsung memberikan dampak ekonomi pada perusahaan. Mendukung teori-teori yang telah diuraikan sebelumnya bahwa CSR Hal ini mendukung teori *Agency* bahwa manajemen dapat berperan menjadi agen perusahaan terlepas dari desakan stakeholder yang tidak sesuai dengan manajer sebagai pengelola operasional perusahaan, dimana peran perusahaan pada aspek memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan yang tidak langsung memberikan dampak ekonomi pada perusahaan. Pada teori Signalling , bahwa pengungkapan CSR memberikan sinyal yang baik kepada peningkatan Nilai perusahaan, dimana baik investor maupun lingkungan perusahaan akan melihat adanya ciri tersendiri tentang pendekatan manajemen dan kinerja ekonomi perusahaan pada hubungan tingkat pengembalian, bagaimana asset dapat bekerja menghasilkan laba, tanpa mengandalkan sumber pendanaan dari luar perusahaan, walaupun pengungkapan CSR ini tidak selalu meningkatkan nilai perusahaan melalui pengeluaran-pengeluaran dalam rangka membiayai CSR tersebut, tetapi setidaknya aspek dampak ekonomi tidak langsung didapatkan oleh perusahaan.

CSR pada perusahaan industry makanan dan minuman memoderasi hubungan ROA dengan nilai perusahaan. (Hermawan & Mafulah, 2014), sedangkan penelitian pada perusahaan pertambangan memoderasi tetapi efeknya adalah melemahkan. Hal ini bisa saja terjadi karena pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan tambang, pada aspek terbesarnya adalah pada dampak ekonomi tidak langsungnya. Perusahaan tambang cenderung mengeluarkan biaya besar bagi lingkungan sekitar perusahaan yang akan membawa peranan kepada keberlangsungan perusahaan walaupun secara Nilai perusahaan akan berkurang. Tetapi secara manfaat jangka panjang akan memberikan dampak ekonomi yang baik seperti reputasi perusahaan yang bisa berdampak pada harga saham di masa datang, ataupun tuntutan dari masyarakat yang dapat menjadi kewajiban masa datang akan berkurang ketika biaya CSR dikeluarkan pada saat ini sehingga alokasi pengeluaran diharapkan akan efisien di masa datang, dan masih banyak pertimbangan lainnya ketika perusahaan memandang penting pengungkapan

CSR nya. Pengungkapan CSR yang masih terbatas pada pengungkapan aspek kinerja ekonomi dan peranan manajemen masih menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan untuk dapat meningkatkan kekayaannya yang tercermin dari Nilai perusahaan.

## 5. KESIMPULAN

Dari uraian pembahasan dan analisis hasil bahwa pada perusahaan pertambangan CSR memberikan perannya pada hubungan antara Return On Asset terhadap Nilai perusahaan. Walaupun hubungannya tidak searah bahwa semakin besar pengungkapan CSR akan semakin membawa dampak melemahnya hubungan antara ROA dengan Nilai perusahaan. Nilai perusahaan malah akan semakin kecil, sedangkan kebalikannya jika pengungkapan CSR semakin kecil maka hubungan ROA dengan Nilai perusahaan akan menguat.

Masih terbuka peluang kesempatan untuk meneliti lebih lanjut pada aspek lainnya seperti lingkungan, aspek sosial dan sebagainya sebagai peran CSR dalam kaitannya dengan Nilai perusahaan. Begitu pula factor-faktor yang dapat meningkatkan Nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Wulandari, N., & Wiksuana, I. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278-1311.
- Anne, L. (2005). *Business and Society Stakeholders Ethic Public Policies*. McGraw Hills.
- Atmajaya, T. (2015). Analisis Penerapan Sustainability Report Perusahaan – Perusahaan Pertambangan. *Artikel Ilmiah Mahasiswa - Universitas Jember*, 1-6.
- Fernandes, A., & Solimun. (2017). Moderating Effects Orientation and Inovation Strategy on the effect of uncertainty on the performance of business environment. *International Journal of Law and Management*, 59(6), 1211-1219.
- Hermawan, S., & Maf'ulah, A. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal DInamika Akuntansi*, 6(2).
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333-348. doi:DOI: 10.15408/akt.v10i2.4649
- Kotler, P., & Nance, L. (2005). *Corporate Social Responsibility : Doing The Most Good for Your Company and Your Cause*. Wiley & Sons Inc.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA Dengan Spss Untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90-97.
- Marnelly, T. R. (2012). Corporate social responsibility (CSR): Tinjauan teori dan praktek di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 2(2), 49-59.
- Prena, G., & Muliawan, I. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi)*, 19(2), 131-142.
- Priska Sondakh, Ivonne Saerang, & Reitty Samadi. (2019). PENGARUH STRUKTUR MODAL (ROA, ROE DAN DER) TERHADAP NILAI. *Jurnal EMBA*, 7(3), 3079-3088.
- Ulfa, R., & Asyik, N. (2018, Oktober). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan



- Good Corporate Governances sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(10), 1-21.
- URL-1. (2022, September 22). <https://market.bisnis.com/read/2022/7/1580509/saham-tambang-masih-undervalued-lq45-bisa-all-time-high>. Retrieved from market.bisnis.com: <https://market.bisnis.com/read/2022/7/1580509/saham-tambang-masih-undervalued-lq45-bisa-all-time-high>
- Wongso, A. (2013). Pengaruh Kebijakan Dividen, Struktur Kepemilikan, Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Dalam Perspektif Teori Agensi Dan Teori Signaling. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen*, 1-6.
- Yuniningsih. (2017). Seberapa Besar Peran Kepemilikan Saham dalam Penentuan Nilai Perusahaan dengan Tinjauan Agency Theory. *Jurnal Darussalam; Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, IX(1), 112-121.
- Zuriah, R. (2021). Pengaruh Return On Asset (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(3), 580-587.