

**PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL
MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2014)**

**DIYANITA BERTI KUSUMAWARDANI
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

ABSTRACT

This study aims to analyze and provide empirical evidence about the effect of profitability and firm size to firm value with corporate social responsibility disclosure as a moderating variable. This study uses secondary data from the Indonesia Capital Market Directory (ICMD) and the annual reports. The population in this research are all firm of manufacture which listed on the Indonesia Stock Exchange in period 2014. The method of selection the sample using purposive sampling method and total sample are 84 companies are used as a sample. The analysis method of this study is multiple regression and moderating regression analysis (MRA) with SPSS 17.0 and Eviews 8. The results of this study indicate that profitability and firm size has a positive effect on the firm value. As well as corporate social responsibility disclosure is not a moderating variable in the effect of profitability on the firm value and the effect of firm size to firm value.

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

I. PENDAHULUAN

Perkembangan di bidang ekonomi dan teknologi yang semakin lama semakin berkembang pesat, maka terjadi persaingan yang ketat antara perusahaan satu dengan perusahaan lainnya. Hal ini menyebabkan perusahaan dituntut untuk bisa meningkatkan kinerjanya dan dapat mencapai tujuan-tujuan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut. Salah satu tujuan dari sebuah perusahaan adalah dengan memperoleh profit yang maksimal. Sebuah perusahaan yang memiliki kinerja baik maka banyak investor yang berminat untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaannya.

Martono dan Harjito dalam Imron dkk, (2013) menunjukkan bahwa salah satu hal yang menjadi tujuan penting dalam pendirian suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan kesejahteraan pemiliknya atau pemegang saham, serta dapat

memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai *asset* yang dimiliki oleh suatu perusahaan seperti surat-surat berharga.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan maka dapat menggunakan kinerja perusahaan yang diukur dengan profitabilitas. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas pada sebuah perusahaan maka prospek perusahaan di masa depan dapat dinilai baik, yang artinya bahwa nilai perusahaan juga akan ternilai semakin baik di mata para investor. Terdapat faktor lain yang diduga juga mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Menurut Puspita dalam Imron dkk, (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan semakin tinggi.

Penelitian ini juga menambahkan luas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat menyebabkan peningkatan nilai terhadap perusahaannya. Sebuah perusahaan dapat menggunakan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat sosial serta kinerja yang baik maka akan mendapatkan respon yang positif oleh para investor.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan judul **“Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Luas Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderasi”**. Penelitian terdahulu banyak peneliti yang menggunakan ROA sebagai alat ukur dari profitabilitas sebagai variabel independen, namun hasilnya menunjukkan adanya ketidakkonsistenan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengubah tahun penelitian yaitu tahun 2014 dan mengubah alat ukur dari profitabilitas dengan menggunakan ROE (*Return On Equity*).

Rumusan Masalah

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah luas pengungkapan *corporate social responsibility* memperkuat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan ?
4. Apakah luas pengungkapan *corporate social responsibility* memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan ?

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. LANDASAN TEORI

1. Teori Signal

Teori signal menjelaskan tentang suatu dorongan perusahaan dalam memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut terjadi karena adanya asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak eksternal. Adanya asimetri informasi ini disebabkan oleh perusahaan yang mengetahui lebih banyak informasi mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor, kreditor). Salah satu informasi yang wajib untuk diungkapkan oleh perusahaan adalah informasi tentang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. Informasi ini dapat dimuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial perusahaan terpisah. Perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan di masa yang akan datang. Brigham dan Houston (2001) menjelaskan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan.

2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan dasar dari perusahaan yang melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* karena teori legitimasi dipandang sebagai *perspective orientation system*, yakni perusahaan dapat mempengaruhi maupun dipengaruhi oleh komunitas dimana perusahaan melakukan kegiatannya. Perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tersebut tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan menjalankan setiap aktivitasnya. Selain itu perusahaan juga harus peduli terhadap lingkungan sekitarnya, karena dengan hal tersebut dapat menjaga eksistensi perusahaan dan keberlangsungan kegiatan perusahaan di masa mendatang dapat diterima oleh masyarakat.

3. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham tinggi maka akan membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Weston dan Copeland (1995) menunjukkan bahwa pernyataan tersebut dapat diterima kebenarannya atas dasar beberapa alasan yaitu:

- a. Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan pengaruh waktu terhadap nilai uang. Dana yang diterima pada tahun ini bernilai lebih tinggi dari pada dana yang diterima sepuluh tahun yang akan datang.
- b. Memaksimalkan nilai berarti mempertimbangkan berbagai resiko terhadap arus pendapatan perusahaan.

c. Mutu dari arus kas dana diharapkan diterima di masa datang mungkin beragam.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas dalam suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset dan modal saham tertentu. Penilaian profitabilitas menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas bisnisnya untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Semakin besar profitabilitas yang dimiliki perusahaan maka semakin baik pula manajemen dalam mengelola perusahaan, dimana pada akhirnya akan berpengaruh terhadap peningkatan kemakmuran pemilik perusahaan. *Return On Equity* atau profitabilitas merupakan suatu pengukuran dari penghasilan atau *income* yang tersedia bagi pemilik perusahaan atas modal yang mereka investasikan dalam sebuah perusahaan. ROE merupakan rasio yang sangat penting bagi pemilik perusahaan (*the common stockholder*) karena dalam rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan.

5. Ukuran Perusahaan

Klasifikasi usaha menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

- a. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- b. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dilakukan oleh perorangan atau badan usaha bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
- c. Usaha besar merupakan usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi, jadi ukuran perusahaan dapat dikatakan sebagai sesuatu yang dapat mengukur atau menentukan nilai

besar atau kecilnya perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka nilai perusahaan semakin tinggi.

6. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas. CSR merupakan komitmen dari suatu perusahaan dalam berkontribusi untuk membangun perekonomian yang berkelanjutan dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

B. Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas merupakan salah satu alat ukur kinerja pada suatu perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan yang lainnya. ROE merupakan ukuran profitabilitas yang diukur dari sudut investor sehingga menjadi rasio yang sangat penting bagi pemilik perusahaan (*the common stockholder*), karena rasio ini menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan oleh manajemen dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan ROE, maka semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk para investor, dan menunjukkan semakin tinggi profitabilitas perusahaan.

Semakin tinggi nilai profitabilitas pada suatu perusahaan, maka akan dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh *return* tertentu. Semakin besar investor dalam menanamkan modalnya ke perusahaan tersebut, maka akan dapat meningkatkan harga saham dan jumlah saham setahun setelahnya. Harga saham dan jumlah saham inilah sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian Kurniasih dkk, (2013) menunjukkan bahwa rasio profitabilitas yang diproaksikan dengan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian Dewa dkk, (2014) menunjukkan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Aisjah (2014) bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1 : Profitabilitas perusahaan (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV).

2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu variabel selanjutnya yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikasi untuk mengukur kinerja dalam suatu perusahaan, sehingga sebelum berinvestasi dalam perusahaan para investor akan melihat seberapa besar ukuran dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan dalam penelitian menjadi cerminan besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai *total asset* perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula nilai perusahaan tersebut yang dapat dilihat dari nilai total asetnya, hal ini juga mencerminkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus memperbaiki kinerjanya. Hal ini dapat memberikan sinyal bagi para investor untuk menaruh perhatian yang lebih pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang berukuran besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Kestabilan tersebut dapat menarik investor agar mau membayar lebih mahal supaya mendapatkan saham yang telah ditanamkan pada perusahaan tersebut, karena dipercaya akan mendapatkan pengembalian yang menguntungkan dari perusahaan tersebut. Kondisi tersebut dapat menyebabkan naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Peningkatan permintaan saham perusahaan dapat memacu pada peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai yang lebih besar.

Penelitian yang dilakukan oleh Imron dkk, (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Mindra dan Erawati (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2014) bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengungkapan CSR sebagai pemoderasi antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan akan menjadi lebih kuat ketika perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi juga melakukan pengungkapan informasi terkait langkah apa yang telah dilakukan perusahaan untuk kebaikan lingkungan (CSR). Selain itu dengan adanya desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan, diantaranya dengan menerapkan CSR.

Menurut Putri (2011) dalam Imron dkk, (2013) pengungkapan CSR sangatlah penting bagi keberadaan perusahaan, seperti dukungan dari masyarakat, dan loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan. Tingkat loyalitas konsumen yang semakin tinggi menyebabkan perusahaan akan terpacu untuk meningkatkan

kinerjanya. Semakin banyak jumlah konsumen yang loyal kepada produk kita berarti akan menjadikan citra perusahaan tersebut semakin baik di mata mereka sehingga juga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Penelitian Dewa dkk, (2014) menunjukkan bahwa luas pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa *Corporate Social Responsibility* di Indonesia merupakan hal yang bukan lagi bersifat sukarela melainkan sudah diamanatkan dalam UU RI nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2011) bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap hubungan kinerja keuangan (ROA) dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H3 : Pengungkapan CSR memperkuat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

4. Pengungkapan CSR sebagai pemoderasi antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan variabel pemoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka peranan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam sebuah perusahaan akan sangat diperlukan. Perusahaan besar juga merupakan emiten yang banyak disoroti oleh para calon investor. Ukuran perusahaan yang besar akan menimbulkan besarnya tanggung jawab, terutama terhadap pertanggung jawaban sosial.

Adanya pengungkapan CSR akan membuat citra perusahaan / nilai perusahaan akan semakin baik terutama untuk perusahaan-perusahaan besar karena berkontribusi langsung terhadap lingkungan dimana perusahaan itu berdiri, dengan demikian pengungkapan CSR diharapkan mampu memperkuat hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Imron dkk, (2013) bahwa CSR mampu memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H4 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan

III. METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di BEI tahun 2014.

- b. Telah menerbitkan *annual report*.
- c. Perusahaan tersebut mempunyai data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.
- d. Mempunyai periode laporan keuangan yang berakhir 31 Desember dan menggunakan rupiah sebagai mata uang pelaporan.
- e. Ada pengungkapan CSR dalam laporan tahunan selama tahun 2014.
- f. Perusahaan yang memperoleh laba.

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa *annual report*, *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), dan laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014. Data – data ini diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id.

Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Penelitian ini variabel terikatnya adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang diprosikan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) (Imron dkk, 2013), rumusnya adalah :

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$$

Variabel Bebas (*Independent variable*)

Penelitian ini variabel bebasnya adalah :

1. Profitabilitas

Profitabilitas diprosikan dengan *return on equity* (ROE). Menurut Sartono (2001) ROE mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan. ROE merupakan statistik yang mencerminkan keuntungan pemilik usaha. ROE juga mengukur pengembalian modal dari pemilik perusahaan. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala rasio dengan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang diukur dari total aset. Variabel ini diukur dengan rata-rata jumlah nilai kekayaan yang dimiliki suatu perusahaan (total aset).

$$SIZE = LN \text{ TOTAL ASSET}$$

Varabel Moderasi

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan indikator menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) yang dilakukan perusahaan. Terdapat 79 item pengungkapan yang sebelumnya digunakan oleh Murwaningsari (2009). Adapun untuk menghitung indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah :

$$CSRI_j = \sum \frac{x_{ij}}{n}$$

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_j = Jumlah item yang mungkin diungkapkan (79)

X_j = Jumlah item diungkapkan

Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

a. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ini digunakan untuk memberikan gambaran nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan simpangan baku (*standart deviation*) dari variabel-variabel yang diteliti.

b. Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang akan diuji yaitu: uji normalitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Penilaian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorof-Smirnov (K-S)*, dimana data dikatakan normal jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed) >* dari 0,05. (Ghozali : 114, 2007).

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 atau periode sebelumnya. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Uji *Durbin-Watson (DW test)*. Pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokolerasi yaitu $du < dw < 4 - du$ (nilai du dapat dilihat pada tabel Durbin Watson (Ghozali : 61-62, 2007)).

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam suatu model regresi dapat dilihat dengan nilai VIF (*varian inflation faktor*), apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* di atas 0,10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas (Ghozali : 93, 2007).

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Metode yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan uji *Gletjer*, caranya adalah dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen. Apabila nilai sig pada masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 maka data dikatakan tidak mengalami heteroskedastisitas (Ghozali : 108, 2007).

Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Uji Hipotesis

Penelitian ini alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Analisis regresi linier merupakan analisis mengenai hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Model analisis regresi moderasi yang digunakan sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis 1 dan Hipotesis 2

$$PBV = \alpha + \beta_1 ROE + \beta_2 SIZE + e \quad \dots(1)$$

Pengujian Hipotesis 3 dan Hipotesis 4

$$PBV = \alpha + \beta_1 ROE + \beta_2 SIZE + \beta_3 CSR + \beta_4 ROE*CSR + \beta_5 SIZE*CSR + e \dots(2)$$

Keterangan :

PBV : Proksi dari nilai perusahaan

ROE : Proksi dari profitabilitas

SIZE : Ukuran perusahaan

ROE*CSR : Interaksi antara ROE dengan CSR

SIZE*CSR : Interaksi antara SIZE dengan CSR

2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Uji ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil mengindikasikan terbatasnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati angka 1 menandakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin jelas.

3. Uji Nilai F

Uji nilai F digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen dimasukkan dalam model regresi yang memiliki pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi probabilitas menunjukkan $< 0,05$ maka variabel independen secara bersama mempengaruhi variabel dependen.

4. Uji Nilai t

Uji nilai t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik t digunakan untuk menemukan pengaruh paling dominan antara masing-masing variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen dengan tingkat *significant level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Kriteria penerimaan hipotesis adalah :

Jika nilai $sig < \alpha$ (0,05) dan searah dengan hipotesis maka hipotesis diterima.

Jika nilai $sig > \alpha$ (0,05) dan tidak searah dengan hipotesis maka hipotesis ditolak.

IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menggunakan data sekunder. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode tahun 2014. Hasil seleksi sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan pada bab III diperoleh jumlah sampel sebanyak 84 perusahaan manufaktur prosedur pengambilan sampel disajikan pada tabel berikut.

TABEL 4.1.
Ringkasan Proses Pemilihan Sampel

Uraian	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014	149
Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan dengan tidak menggunakan mata uang rupiah	(29)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan selama tahun 2014	(18)
Perusahaan yang tidak memiliki data lengkap yang dibutuhkan dalam variable penelitian	(18)
Perusahaan yang memenuhi criteria	84

B. Uji Kualitas Data

1. Uji Statistik Deskriptif

Penelitian ini statistik deskriptif pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi yang menyajikan ringkasan, pengukuran atau penyusunan data dalam bentuk tabel numerik dan grafik sehingga mudah dipahami dan diinterpretasikan (Indriantoro dan Supomo, 2002:170). Analisis ini menjelaskan mengenai nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Hasil perhitungan deskriptif semua perusahaan selama periode penelitian tahun 2014 disajikan dalam tabel berikut :

TABEL 4.2.
Statistik Deskriptif Penelitian Perusahaan Manufaktur

MODEL	N	MINIMUM	MAXIMUM	MEAN	STD. DEVIATION
PBV	84	0,52	7301,77	1831,7640	1637,77038
ROE	84	0,00	0,37	0,1140	0,07958
SIZE	84	17,95	28,70	21,7098	1,75745

MODEL	N	MINIMUM	MAXIMUM	MEAN	STD. DEVIATION
CSR	84	0,01	0,47	0,1650	0,12045
Valid N (listwise)	84				

Sumber : Hasil Olah Data Statistik, 2015

Keterangan :

PBV : Nilai Perusahaan

ROE : Profitabilitas

SIZE : Ukuran Perusahaan

CSR : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan pengujian staistik pada tabel 4.2 akan dijelaskan sebagai berikut :

Nilai perusahaan yang diukur menggunakan *price book value* memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1831,7640. Nilai maximum dari PBV adalah sebesar 7301,77 dan nilai minimum dari PBV adalah sebesar 0,52. Standar deviasi PBV adalah sebesar 1637,77038. Profitabilitas yang diproaksikan dengan *Return On Equity* (ROE) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1140. Nilai maximum dari ROE adalah sebesar 0,37 dan nilai minimum dari ROE adalah sebesar 0,00. Standar deviasi ROE adalah sebesar 0,07958.

Ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 21,7098. Nilai maximum dari SIZE adalah sebesar 28,70 dan nilai minimum dari SIZE adalah sebesar 17,95. Standar deviasi SIZE adalah sebesar 1,75745. *Corporate sosial responsibility* (CSR) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1650. Nilai maximum dari CSR adalah sebesar 0,47 dan nilai minimum dari SIZE adalah sebesar 0,01. Standar deviasi CSR adalah sebesar 0,12045.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Penilaian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametik *Kolmogorof-Smirnov* (K-S), (Ghozali : 114, 2007). Tabel 4.3 menunjukkan ringkasan dari hasil uji normalitas.

TABEL 4.3.
HASIL UJI NORMALITAS

MODEL	NILAI KS	SIG	KESIMPULAN
1	0,833	0,491	Normal
2	0,953	0,324	Normal

Sumber : Hasil Olah Data Statistik, 2015

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan hasil perhitungan dari uji normalitas dapat disimpulkan bahwa pada model 1 menunjukkan bahwa nilai dari *Asymp. Sig* (2-

tailed) adalah sebesar 0,491 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual persamaan regresi berdistribusi normal. Model 2 menunjukkan bahwa nilai dari *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah sebesar 0,324 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual persamaan regresi berdistribusi normal.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan Uji *Durbin-Watson* (DW *test*). Tabel 4.4 menunjukkan ringkasan dari hasil uji autokorelasi.

TABEL 4.4.

Hasil Uji Autokorelasi

MODEL	NILAI DW	KESIMPULAN
1	1,939	Tidak Terjadi Autokorelasi
2	1,984	Tidak Terjadi Autokorelasi

Sumber : Hasil Olah Data Statistik, 2015

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan hasil dari perhitungan autokorelasi dapat disimpulkan bahwa nilai hasil uji *Durbin-Watson* pada model 1 dan model 2 terbebas dari autokorelasi. Model 1 menunjukkan bahwa nilai dw sebesar 1,939 serta pada model 2 menunjukkan bahwa nilai dw sebesar 1,984. Nilai du pada model 1 dan model 2 sebesar 1,7199.

3. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas maka dengan menggunakan uji *Glejser*, caranya adalah dengan meregres nilai absolute residual terhadap variabel independen. Tabel 4.5 menunjukkan ringkasan hasil uji heteroskedastisitas.

TABEL 4.5.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

MODE L	VARIABEL INDEPENDEN	SIG	KESIMPULAN
1	ROE	0,000	Heteroskedastisitas
	SIZE	0,311	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
2	ROE	0,092	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	SIZE	0,401	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	CSR	0,129	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	ROECSR	0,606	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	SIZECSR	0,171	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data Statistik, 2015

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan perhitungan dari hasil uji heteroskedastisitas yang dapat disimpulkan bahwa model 1 menunjukkan bahwa variabel independent ROE terjadi heteroskedastisitas, hal ini dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada ROE sebesar $0,000 < 0,05$. Untuk mengatasi problem

heteroskedastisitas, peneliti menguji ulang dengan menggunakan software eviews 8. *White's Heteroscedasticity-Consistent Variance and Standart Error* digunakan untuk mengoreksi nilai standar eror, nilai t dan nilai p sedangkan besarnya koefisien tetap sama. Koreksi heteroskedastisitas dengan menggunakan prosedur *White* tidak mengubah kesimpulan hasil pengujian hipotesis dikarenakan variabel independen tetap signifikan dan tanda koefisiennya sama. Variabel independen SIZE tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu nilai sig pada SIZE sebesar $0,311 > 0,05$. Model 2 bahwa semua variabel independent tidak terjadi heteroskedastisitas, hal ini dapat diketahui bahwa nilai sig pada ROE sebesar $0,092 > 0,05$, nilai sig SIZE sebesar $0,401 > 0,05$, nilai sig CSR sebesar $0,129 > 0,05$, nilai sig ROECSR sebesar $0,606 > 0,05$, dan nilai sig pada SIZECSR sebesar $0,171 > 0,05$.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.6 menunjukkan hasil ringkasan dari uji multikolinearitas.

TABEL 4.6.

Hasil Uji Multikolinearitas

MODEL	VARIABEL	TOLERANCE	VIF	KESIMPULAN
1	ROE	0,987	1,013	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	SIZE	0,987	1,013	Tidak Terjadi Multikolinearitas
2	ROE	0,248	4,028	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	SIZE	0,347	2,879	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	CSR	0,006	154,960	Terjadi Multikolinearitas
	ROECSR	0,131	7,657	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	SIZECSR	0,006	163,605	Terjadi Multikolinearitas

Sumber : Hasil Olah Data Statistik, 2015

Berdasarkan pada tabel 4.6 diketahui bahwa model 1 dengan menggunakan metode VIF, nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa ROE dan SIZE tidak terjadi multikolinearitas. Model 2 variabel ROECSR menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode VIF, nilai *Tolerance* sebesar $0,131 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $7,657 < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa ROECSR tidak terjadi multikolinearitas. Variabel SIZECSR menunjukkan bahwa dengan menggunakan metode VIF, nilai *Tolerance* sebesar $0,006 < 0,1$ dan nilai VIF sebesar $163,605 > 10$ maka dapat disimpulkan bahwa

H4 terjadi multikolinearitas, namun hal ini lazim karena hipotesis SIZECSR menggunakan variabel pemoderasi dengan cara perkalian interaksi variabel CSR dengan ukuran perusahaan.

D. Hasil Uji Hipotesis dan Analisis Data

1. Hasil pengujian Hipotesis 1 dan Hipotesis 2

Tabel 4.7 menjelaskan mengenai hasil pengujian hipotesis 1 dan hipotesis 2.

Tabel 4.7.

Hasil Pengujian Hipotesis 1 dan Hipotesis 2

Variabel	Koefisien	Std.Eror	t-Statistik	Probabilitas
C	-3119,698	1634,063	-1,909167	0,05598
ROE	11651,76	1930,028	6,037094	0,0000
SIZE	116,9000	77,24930	2,160538	0,0337
Adjusted R ²	0,375675			
F Statistik	24,37009			
Prob. (f-statistik)	0,000000			

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data Uji F,Uji t dan Uji Hipotesis 2015.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pengujian statistik F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi probabilitas (f-statistik) sebesar 0,000000 lebih kecil dari α 0,05. Hal ini menyatakan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel koefisien determinasi di atas besarnya *Adjusted R Square* pada model 1 sebesar 0,375675. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independen ROE dan SIZE dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 37,56% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar modal regresi yang dianalisis.

Hasil pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas yang diproaksikan dengan ROE terhadap nilai perusahaan dan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Besarnya nilai signifikansi ROE adalah $0,000 < \alpha$ 0,05 dan nilai koefisiennya menunjukkan +11651,76. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis 1 dapat diterima. Semakin tinggi profitabilitas semakin tinggi nilai perusahaan. Besarnya nilai signifikansi SIZE adalah $0,0337 < \alpha$ 0,05 dan nilai koefisiennya menunjukkan + 116,9000. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis 2 dapat diterima. Semakin besar ukuran perusahaan semakin besar nilai perusahaan.

2. Hasil Pengujian Hipotesis 3 dan Hipotesis 4

Tabel 4.8 menjelaskan mengenai hasil pengujian hipotesis 3 dan hipotesis 4.

Tabel 4.8.

Hasil Pengujian Hipotesis 3 dan Hipotesis 4

Variabel	Koefisien	Std.Eror	t-Statistik	Probabilitas
C	-5765,918	2858,041	-2,017437	0,0471
ROE	7433,446	3428,213	2,168315	0,0332
SIZE	310,5807	132,3707	2,346295	0,0215
CSR	15551,36	14577,03	1,066840	0,2893
ROE_CSR	27100,86	18321,70	1,479168	0,1431
SIZE_CSR	-853,04086	672,5569	-1,268355	0,2084
Adjusted R ²	0,397337			
F Statistik	10,28512			
Prob. (f-statistik)	0,000000			

Sumber: Lampiran Hasil Olah Data Uji F,Uji t dan Uji Hipotesis 2015.

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pengujian statistik F dapat diketahui bahwa nilai signifikansi hipotesis 3 dan hipotesis 4 sebesar 0,000000 lebih kecil dari α 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu profitabilitas dan CSR berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap nilai perusahaan serta ukuran perusahaan dan CSR berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel koefisien determinasi di atas besarnya *Adjusted R Square* model 2 sebesar 0,397337. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independen ROECSR dan SIZECSR dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen sebesar 39,73% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar modal regresi yang dianalisis.

Hasil pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh moderasi pengungkapan CSR terhadap hubungan profitabilitas dan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Besarnya nilai signifikansi ROECSR adalah 0,1431 > α 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga menyatakan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan, sehingga hipotesis 3 ditolak. Besarnya nilai signifikansi SIZECSR adalah 0,2084 > α 0,05. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat menyatakan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, sehingga hipotesis 4 ditolak.

TABEL 4.9.
Ringkasan Hasil Hipotesis Penelitian

Hipotesis		Hasil
H1	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Diterima
H2	Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Diterima
H3	<i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan.	Ditolak
H4	<i>Corporate social responsibility</i> tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.	Ditolak

E. Pembahasan

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba pada tingkat penjualan, asset dan modal tertentu dalam satu periode. Sebuah perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas tinggi maka akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba bagi para investornya. Tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan maka pihak manajemen perusahaan meyakinkan kepada para investor yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut untuk mendapatkan *return* tertentu. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Kurniasih dkk (2013), Utami (2011), dan Imron dkk (2013) yang menyatakan bahwa rasio profitabilitas yang diproaksikan dengan ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mindra dan Erawati (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini terbukti apabila sebuah perusahaan mempunyai ukuran perusahaan yang besar maka perusahaan tersebut mempunyai nilai perusahaan yang besar pula dapat dilihat dari total asset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar maka akan menjadi perhatian dari kalangan masyarakat, sehingga perusahaan harus berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangannya.

Sebelum melakukan investasi para investor selalu memperhatikan ukuran perusahaan terlebih dahulu. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut mempunyai komitmen untuk terus memperbaiki kinerjanya, sehingga dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Banyaknya investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut menyebabkan naiknya permintaan saham yang dapat memicu peningkatan harga saham di pasar modal. Peningkatan harga saham tersebut akan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan nilai pada perusahaan tersebut.

3. Pengungkapan CSR Memoderasi Hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dewa dkk (2014) dan Imron dkk (2013) yang menyatakan bahwa luas pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* pada tabel analisis deskriptif menunjukkan sebesar 16,5%, sehingga pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan pada perusahaan tersebut tergolong rendah.

Hal ini terjadi karena menurut UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Bab IV mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan disebutkan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumberdaya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal tersebut maka para investor tidak begitu memperhatikan pengungkapan CSR yang dimiliki oleh perusahaan sebelum melakukan investasi, sehingga pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4. Pengungkapan CSR Memoderasi Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan besar maupun ukuran perusahaan kecil memiliki variasi tingkat pengukuran informasi sosial yang tergolong rendah, hal tersebut dapat dilihat dari nilai rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* pada tabel analisis deskriptif sebesar 16,5% sehingga CSR tidak dapat mempengaruhi tingkat pengungkapan informasi perusahaan. Hal tersebut dikarenakan terdapat beberapa perusahaan yang berukuran besar maupun kecil yang belum mengungkapkan CSR dalam laporan keuangan tahunannya, sehingga mengurangi daya tarik bagi para investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Kurangnya daya tarik

para investor terhadap perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR dapat mengakibatkan turunnya reputasi yang dimiliki perusahaan. Pengukuran CSR juga dirasa belum cukup mampu memotret fenomena yang terdapat dalam perusahaan.

V. SIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas perusahaan yang diproksikan oleh *return on equity* (ROE) dan ukuran perusahaan (SIZE) terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas yang diproksikan oleh *return on equity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai ROE yang tinggi maka akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dipandang memiliki reputasi yang baik. Perusahaan memiliki tingkat reputasi yang baik maka dapat meningkatkan nilai perusahaannya.
3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang bertindak sebagai variabel moderating tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang bertindak sebagai variabel moderating tidak mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan analisis dari bab sebelumnya maka peneliti mengajukan saran dalam upaya perbaikan penulisan untuk penelitian selanjutnya sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas lingkup penelitian seperti tidak hanya pada perusahaan manufaktur .
2. Penelitian selanjutnya juga diharapkan untuk menambah periode penelitian.
3. Menggunakan pengukuran kinerja keuangan selain profitabilitas yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti menggunakan rasio solvabilitas, rasio likuiditas, rasio *leverage*, dan rasio rentabilitas.
4. Menambahkan peraturan terbaru mengenai pengungkapan *corporate sosial responsibility* (CSR).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu :

1. Sampel perusahaan yang diambil hanya terbatas pada perusahaan manufaktur

- pada tahun 2014 saja.
2. Pengungkapan CSR bersifat subyektif, menurut pandangan peneliti mungkin akan didapat hasil yang berbeda dari peneliti lainnya.
 3. Penelitian ini hanya memakai ROE sebagai proksi dari profitabilitas, oleh karena itu hasil penelitian ini belum mencerminkan pengaruh profitabilitas seutuhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene F. Dan Joul F Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Dewa, Gatot D. Fachurrozie. Utaminingsih, Nanik Sri. 2014. “*Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Luas Pengungkapan Csr Sebagai Variabel Moderasi*”. Jurnal 3, Vol 1. Universitas Negeri Semarang.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma. Wirajaya, Ary. 2013. “*Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan*”. Jurnal 4.2, hal 358 - 374. Universitas Udayana. Bali.
- Ghozali, Imam. 2007. “*Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS, Edisi IV, Cetakan Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, hal 19 – 164.*”
- Indriantoro , Nur dan Bambang Supomo. 1999. “*Metodologi Penelitian Bisnis*”. Yogyakarta : BPFE.
- Imron, Galih S. Hidayat, Riskin. Aliyah, Siti. 2013. “*Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi*”. Jurnal, ISSN 1829 - 7978. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi ‘YPPI’ Rembang.
- Kurniasih, Retno. Jaryono. Najmudin. 2013. “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi*”.Jurnal. Universitas Jenderal Soedirman.
- Mindra, Sukma. Erawati, Teguh. 2014. “*Pengaruh Earning Per Share (EPS), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*”(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2009-2011). Jurnal Akuntansi. Vol 2 No. 2.
- Murwaningsari, ETTY. 2009. *Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, dan Corporate Financial Performance dalam Satu Continuum*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan. Vol 11 No. 1, Mei : 30-41.
- Sartono, Agus. 2001. “*Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*”. Yogyakarta

:BPEF Yogyakarta.

- Sawir, Agnes. 2005. *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas. http://www.esdm.go.id/batubara/doc_download/6-undang-undang-nomor-40-tahun-2007.html. (21 Desember 2015).
- Ulfah, Suci Luthfia. 2014. “*Pengaruh Kebijakan Deviden , Struktur Modal Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan*”. Jurnal. Universitas Negeri Padang.
- Utami. Anindyati Sarwindah. 2011. “*Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi*”. Skripsi. Universitas Jember.
- Weston, J. Fred dan Thomas E. Copeland.1995. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kesembilan. Jilid1. Bina Aksara. Jakarta.
- Wibowo, Ramdani. Aisjah, Siti. 2014. “*Pengaruh Profitabilitas Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Deviden, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*”. Jurnal Akuntansi. Universitas Brawijaya. Malang.