

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2017-2021)

Siti Rohmah¹, Okky Oldiantho², Padli Azhari³, Nur Patul Auliah⁴
Universitas Widyagama Mahakam Samarinda
sitirohmah1407@uwgm.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of CSR disclosure, environmental performance and company size with profitability as a moderating variable (an empirical study of mining companies listed on the IDX in 2017-2019). the method in this research is descriptive quantitative. the sampling method using purposive sampling is 44 data. The results of the analysis in this study state that the high or low value of a company is influenced by several factors. The factors that influence the value of the company can be used as a basis for making investors' decisions in investing. These factors include internal factors (financial performance), company profits, cash flow and sources of capital, external factors (inflation, rupiah exchange rate, global economy, politics).

In this study, the researchers used a quantitative approach, namely an approach that used data in the form of figures and data analysis with the aim of using it to make research easier (Sugiyono: 13.2018). This research is casual associative in nature with the aim of knowing the causal relationship between 2 (two) or more variables. The type of data used in this study is secondary data, namely quantitative data obtained from the corner of the IDX. The results of the analysis in this study state that, Firm Size with Profitability as a Moderating Variable has an effect on Firm Value, while Corporate Social Responsibility and Environmental Performance have no effect on Firm Value with Profitability as a moderating variable

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Environmental Performance, Company Size, Profitability, Corporate Value*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR, Kinerja Lingkungan dan Ukuran Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (studi empiris perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2019). metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif . metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling yaitu 44 data. hasil analisis dalam penelitian ini menyatakan bahwa,tinggi rendahnya suatu nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi. Faktor- faktor tersebut antara lain faktor internal (kinerja keuangan), laba perusahaan, cash flow dan sumber modal, faktor eksternal (inflasi, kurs rupiah, ekonomi global, politik).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menggunakan data dalam bentuk angka dan analisis data dengan tujuan digunakan untuk mempermudah dalam melakukan penelitian (Sugiyono:13.2018). penelitian ini bersifat asosiatif kasual dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara sebab akibat 2 (dua) variabel atau lebih Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari pojok BEI. Hasil analisis dalam penelitian ini menyatakan bahwa, Ukuran Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan tolak ukur keberhasilan manajemen perusahaan dalam mengelolah oprasional perusahaan sehingga meningkatkan kepercayaan pemegang saham. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan CSR, kinerja lingkungan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2017- 2021. Penelitian ini juga menguji variabel profitabilitas yang dijadikan sebagai variabel pemoderasi dalam model penelitian, populasi adalah perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.

Salah satu tanggung jawab perusahaan adalah pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangan saja, tetapi juga terhadap sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Kalsum, 2017).

Tinggi rendahnya suatu nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi. Faktor-faktor tesebut antara lain faktor internal (kinerja keuangan), laba perusahaan, cash flow dan sumber modal, faktor eksternal (inflasi, kurs rupiah, ekonomi global, politik). Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang akan diteliti struktur modal dan ukuran perusahaan (Jove, 2020)



Gambar 1: Pertumbuhan Laba Sektor Pertambangan
 Sumber : www.idx.co.id, diolah peneliti periode 2022

Berdasarkan dari data grafik diatas bisa ditarik kesimpulan menjadi fenomena, menunjukkan terjadi penurunan laba disektor pertambangan bursa efek Indonesia itu terjadi tahun 2017-2021 dimana pada tahun pertama di 2018 terjadi kenaikan sebesar 10%, dan ditahun berikutnya 2019 mengalami penurunan sebesar -10%, seiring berjalannya tahun 2019-2020 mengalami penurunan yang sangat draktis sebesar -50%, terjadinya penurunan tersebut dikarenakan pada tahun 2019-2020 di Indonesia masih marak dengan adanya wabah covid-19 sehingga memperhambat para investor untuk melakukan impor dan export, dan pada tahun berikutnya yaitu di tahun 2021 mengalami kenaikan laba pada sektor pertambangan

yakni sebesar -15%. Sehingga dengan ditampilkan nya grafik dari data diatas nilai perusahaan disetiap perusahaan tidak ada peningkatannya laba, yang ada mengalami kerugian hal tersebut menyangkut terhadap adanya CSR, kinerja lingkungan, dan ukuran perusahaan.

Penelitian ini mencoba mengembangkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Nurhudha & Suwanti (2015), Angelia & Suryaningsih (2015), Bahri & Cahyani (2016) dan Putra (2017) mereka telah menguji kinerja lingkungan perusahaan terhadap corporate social responsibility. Hasil telah menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara kinerja lingkungan dengan corporate social responsibility. Hal ini konsisten berdasarkan model discretionary disclosure dan CSR disclosure menurut Varcchia (1983) dalam Suratno, Darsono, & Mutmainah (2006) dimana pelaku lingkungan yang baik percaya bahwa mengungkapkan kinerja mereka menggambarkan good news bagi pelaku pasar. Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Nurhudha & Suwanti (2015), Angelia & Suryaningsih (2015), Bahri & Cahyani (2016) dan Putra (2017) serta Suratno, Darsono, & Mutmainah (2006), telah menemukan hubungan positif dan signifikan antara CSR disclosure dengan kinerja finansial. Tetapi penelitian di atas tidak konsisten dengan temuan yang dikemukakan oleh Rakhiemah & Agustia (2009) yang menemukan hubungan tidak signifikan antara CSR disclosure dengan kinerja finansial.

Penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan. Penelitian ini akan ditambahkan variable ukuran perusahaan dan menggunakan sektor pertambangan agar lebih akurat dalam membandingkan hasil penelitian dari tahun ke tahun

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Kemakmuran suatu perusahaan sangat bergantung kepada dukungan dari para *stakeholdernya*. *Stakeholder* diartikan sebagai pemangku kepentingan yaitu pihak atau kelompok yang berkepentingan, baik langsung maupun tidak langsung terhadap ekstitensi atau aktivitas perusahaan, dan karenanya kelompok tersebut mempengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan (Ayidia, 2017)

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) dalam Devi,dkk (2017) *Stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroprasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial).

Berdasarkan defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa *stakeholder theory* menyatakan kepentingan tidak hanya ada pada pemilik atau manajemen perusahaan, namun kepentingan juga dimiliki oleh para pemangku kepentingan yang lain yang ikut berkontribusi pada perusahaan

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh investor apabila perusahaan tersebut dijual (Prasetyorni, 2013). Sedangkan menurut Rinnaya et al, (2016) nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses

kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini.

Pengukuran nilai perusahaan sering kali dilakukan dengan menggunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Salah satu alternative yang digunakan dalam nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q dalam penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q sebagai indikator penilaian nilai perusahaan.

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

Keterangan :

Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai pasar ekuitas

EBV = Nilai buku dari total aktiva

D = Nilai buku dari total hutang

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelolah sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan. Berikut ini adalah indikator dari masing-masing dimensi yang disebutkan dalam teori Andreas Lako (2011).

Profitabilitas yang diukur dalam menggunakan *return on asset* (ROA) merupakan rasio antara laba bersih setelah pajak dan bunga dengan total aset. Menurut Brealey, Myers & Marcus (2007:95) rasio profitabilitas mengukur tingkat pengembalian investasi perusahaan. Profitabilitas (PRFT) merupakan variabel moderating dalam penelitian ini. Profitabilitas adalah *return on assets* (ROA) yang di dapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan, selama periode penelitian. Rumus profitabilitas :

Corporate Social Responsibility (csr)

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat di defenisikan menjadi aksi yaitu sebagai kelanjutan dari tindakan sosial, diluar kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. CSR juga dapat dikatakan sebagai suatu pengembangan konsep yaitu "*The Triple Bottom Line*". Konsep yang telah dinyatakan dapat diartikan bahwa agar perusahaan dapat mempertahankan keberlangsungannya maka perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya profit, namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) serta ikutaktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*)

CSR GRI (*Global Reporting Initiative*) G4 adalah sebuah kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang dikembangkan oleh GRI, sebuah organisasi internasional yang fokus pada pengembangan standar pelaporan keberlanjutan. G4 merupakan versi keempat dari kerangka kerja pelaporan GRI yang dirilis pada tahun 2013 dan mulai berlaku pada 1 juli 2018.

G4 bertujuan untuk membantu organisasi untuk melaporkan kinerja keberlanjutan secara lebih efektif dan transparan dengan menggunakan 91 indikator yang sangat luas. Kerangka kerja ini didasarkan pada tiga prinsip utama, yaitu keterlibatan pemangku kepentingan, materialitas, dan siklus pelaporan. Dalam GRI G4 ada beberapa indikator dan dibagi menjadi tiga kategori utama yaitu : kategori ekonomi (9 indikator), kategori lingkungan (34 indikator), kategori sosial (48 indikator).

Menurut Lela Nurlaela (2019:21) pengukuran pengungkapan CSR yang dirumuskan yaitu setiap item pengungkapan CSR yang di lakukan perusahaan dalam setiap laporan tahunan masing-masing akan diberi 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan sebagai berikut :
Keterangan :

$$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

CSR_{ij} : *Corporate Social Responsibility index* perusahaan

$\sum X_{ij}$: Total angka atau suatu skor yang diperoleh masing-masing dummy

N_j : Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan

Kinerja Lingkungan

Kinerja lingkungan merupakan keseluruhan pencapaian perusahaan dalam mengelolah masalah-masalah lingkungan sebagai akibat dari kegiatan oprasional perusahaan. Pengertian kinerja lingkungan menurut Gormley (2011:294) dalam Destya Aida (2020) menyatakan bahwa kinerja lingkungan adalah hasil terukur dari manajemen organisasi dari aspek lingkungannya, hasil dapat diukur terhadap kebijakan lingkungan dan organisasi, tujuan lingkungan, target lingkungan, target lingkungan, dan/atau persyaratan kinerja lingkungannya

Dalam kinerja lingkungan dari perusahaan, pemerintahan melalui kementerian lingkungan hidup (KLH) terdapat sistem peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup yang di sebut PROPER. PROPER merupakan program pengawasan terhadap industri yang bertujuan mendorong ketaatan industri terhadap peraturan lingkungan hidup (menlhk.go.id, 2020)

Tabel 1
Kriteria Peringkat PROPER

Peringkat Warna	Keterangan Peringkat
Emas	Usaha dan/atau kegiatan yang telah secara konsisten menunjukkan keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan jasa, serta telah melaksanakan bisnis yang beretika dan bertanggung jawab terhadap masyarakat
Hijau	Usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan pengelolaan lingkungan lebih dari yang dipersyaratkan dalam peraturan (<i>beyond compliance</i>) melalui pelaksanaan sistem pengelolaan lingkungan dan mereka telah memanfaatkan sumber daya secara efisien serta melaksanakan tanggung jawab sosial yang baik.

Biru	Usaha dan/atau kegiatan yang telah melakukan upaya pengelolaan lingkungan yang disyaratkan sesuai dengan ketentuan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku
Merah	Diberikan kepada mereka yang dalam melakukan upaya pengelolaan lingkungan tetapi belum sesuai dengan persyaratan sebagai mana diatur dalam perundang-undangan
Hitam	Diberikan kepada mereka yang dalam melakukan usaha dan/atau kegiatannya, telah dengan sengaja melakukan kelalaian sehingga mengakibatkan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan, serta melakukan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan/atau tidak melaksanakan sanksi administrasi

Sumber : <https://proper.menlhk.go.id/proper/home>

Peringkat PROPER dikelompokkan menjadi lima peringkat warna yaitu :

Emas : 5 poin

Hijau : 4 Poin

Biru : 3 poin

Merah : 2 poin

Hitam : 1 poin

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham dan sebagainya. Menurut Putu Ayu dan Gerianta (2018). Dalam penelitian ini indikator ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan *Logaritma natural* (Ln) dari total aktiva. *Logaritma natural* (Ln) digunakan untuk mengurangi perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, maka dari jumlah aktiva terdistribusi secara normal (Mita Tegar Pribadi, 2018)

Nilai total aktiva biasanya bernilai lebih besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, maka variabel total aktiva diperhalus menjadi Log Aktiva atau Ln Total Aktiva. Dengan menggunakan *Logaritma natural* (Ln) dari total aktiva dengan nilai ratusan milyar bahkan trilyun akan disederhanakan tanpa mengubah proporsi dari total aktiva yang sesungguhnya. Indikator untuk menghitung ukuran perusahaan menurut Putu Ayu dan Gerianta (2018), yaitu:

$$\text{Size} = \text{Ln} (\text{Total Aktiva})$$

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menggunakan data dalam bentuk angka dan analisis data dengan tujuan digunakan untuk mempermudah dalam melakukan penelitian (Sugiyono:13.2018). penelitian ini bersifat asosiatif kasual dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara sebab akibat 2 (dua) variabel atau lebih

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sejak tahun 2017-2020.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dari data sekunder yaitu didapat dalam BEI, melalui teknik dokumentasi, yang diperoleh dan dikumpulkan dari berbagai dokumen perusahaan sub sektor makan dan minuman seperti laporan keuangan dan lainnya yang sesuai dengan variabel melalui hasil pelaporan dari publikasi pada situs resmi BEI.

Metode Analisis

Penganalisaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi komputer SPSS 23 (*Statistical Package for Sosial Sciences*), Data yang diperoleh selanjutnya diolah kemudian dianalisa sesuai dengan berbagai metode yang akan digunakan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (H1)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 5248,728 yang menunjukkan adanya pengaruh dan nilai signifikansi 0,642 lebih besar dari 0,050 dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,469 < 2,01808$). Hal ini tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang di proksikan dengan CSRI (X1) memiliki hubungan terhadap nilai perusahaan (Y). Pembuktian pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai koefisien regresi 5248,728 dan besarnya nilai signifikan yang lebih besar dari taraf signifikan ($0,642 > 0,050$). Sehingga hipotesis pertama (H₁) adalah ditolak.

Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai perusahaan (H2)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel Kinerja Lingkungan, diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah negatif -1,674 yang menunjukkan adanya pengaruh berlawanan arah dari nilai signifikansi 0,102 lebih besar dari 0,050 dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($-1,674 < 2,01808$). Hal ini tersebut menunjukkan bahwa kinerja lingkungan yang diproksikan PROPER (X2) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Pembuktian pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai koefisien regresi -3180,958 dan besarnya nilai signifikan yang lebih besar dari taraf signifikan ($0,102 > 0,050$), sehingga hipotesis kedua (H₂) adalah ditolak.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (H3)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel Ukuran Perusahaan diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 1045,893 yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan nilai signifikansi 0,024 lebih kecil dari 0,050 dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,340 > 2,01808$). Hal ini tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diproksikan dengan UP (X3) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Pembuktian pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai koefisien regresi 1045,890 dan kecilnya nilai signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan ($0,024 < 0,050$), sehingga hipotesis ketiga (H₃) adalah diterima.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan (H4)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel Profitabilitas (ROA), diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 85676,307 yang menunjukkan adanya pengaruh searah dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,050 dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,763 > 2,01808$). Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas (Z) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y). Pembuktian pernyataan tersebut adalah berdasarkan nilai koefisien regresi 85676,307 dan besarnya nilai signifikan yang lebih kecil dari taraf signifikan ($0,000 < 0,050$) sehingga hipotesis keempat (H₄) adalah diterima

Pengaruh Pengungkapan CSR, Kinerja Lingkungan, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai perusahaan (H5)

Berdasarkan hasil uji F pada tabel maka diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 21,273 lebih besar dari f_{tabel} yaitu sebesar 2,83 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau $< 0,050$. Berdasarkan hasil uji F tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel independen CSR (X1), Kinerja Lingkungan (X2), dan Ukuran Perusahaan (X3) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan sehingga hipotesis kelima (H₅) adalah diterima.

Pengaruh Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (H6)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel interaksi antara CSR (X1) dengan Profitabilitas (X1*Z) diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 19139,625 yang menunjukkan adanya pengaruh yang searah dan nilai signifikansi 0,808 lebih besar dari 0,050 dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,245 < 2,01808$). Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan CSR (X1) terhadap nilai perusahaan. Variabel interaksi antara CSR (X1) dengan profitabilitas (X1*Z) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis (H₆) adalah ditolak.

Pengaruh Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan (H7)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel interaksi antara Kinerja Lingkungan (X2) dengan nilai perusahaan (X2*Z), diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 13255,279 yang menunjukkan adanya pengaruh yang searah dan nilai signifikansi 0,249 lebih besar dari 0,050 dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($1,170 < 2,01808$). Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja lingkungan (X2) terhadap nilai perusahaan. Variabel interaksi antara kinerja lingkungan (X2) dengan profitabilitas (X2*Z) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis ketujuh (H₇) adalah ditolak.

Pengaruh Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (H8)

Berdasarkan uji t pada tabel untuk variabel interaksi antara Ukuran perusahaan (X3) dengan nilai perusahaan (X3*Z), diperoleh nilai koefisien regresi dengan arah positif 1921,908 yang menunjukkan adanya pengaruh yang berlawanan arah dan nilai signifikansi 0,376 lebih besar dari 0,050 dengan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($0,895 < 2,01808$). Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas tidak mampu memoderasi

pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan ($X_3 * Z$) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis (H_8) adalah ditolak

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama menyatakan bahwa CSRI tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dalam penelitian ini menyatakan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan maka H_1 ditolak. Pernyataan ini diperkuat dengan pengujian pada tabel 5.12 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 5248,728 dengan nilai t_{hitung} ($0,469 < 2,01808$).

Pengungkapan CSR adalah suatu bentuk pertanggung jawaban sosial yang harus dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan terhadap para *stakeholder* (Lela Nurlela:21 2019). Pengungkapan CSR menunjukkan nilai dari pertanggung jawaban sosial dengan menggunakan penilaian 91 indikator GRI (Lela Nurlela:21 2019).

Dalam penelitian ini menyatakan tidak berpengaruh karena menurut data perusahaan yang *Corporate Social Responsibility* tinggi tetapi tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan karena berdasarkan data PT. Golden Eagle Energy Tbk (SMMT) pada tahun 2019 menghasilkan nilai pengungkapan CSR sebesar 0,483 namun nilai perusahaannya 0,77. hal ini mendukung pernyataan bahwa tidak selamanya nilai pengungkapan CSR yang besar dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh PROPER Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua menyatakan bahwa PROPER tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian ini menyatakan PROPER berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan H_2 ditolak. Pernyataan ini diperkuat dengan. Hasil pengujian pada tabel 5.12 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar -3180,958 dengan nilai t_{hitung} ($- 1,674 < 2,01808$) yang ditunjukkan lebih kecil dari t_{tabel} dengan nilai signifikan ($0,102 > 0,050$).

Kinerja lingkungan merupakan merupakan kinerja yang memiliki tingkat fokus pada kegiatan perusahaan dalam melestarikan lingkungan dan mengurangi dampak lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan (Suratno et al 2006). PROPER merupakan parameter penilaian dari perusahaan dan suatu lembaga terkait dengan aktivitas yang dilakukan.

Standar PROPER yang baik adalah nilai atau skor 3-5 artinya jika perusahaan mendapat skor kurang dari nilai standar maka perusahaan dianggap gagal dalam mengolah lingkungan kerja. Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel kinerja lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini menyatakan berlawanan atau tidak berpengaruh karena menurut data perusahaan yang kinerja perusahaannya tinggi tetapi tidak mengalami peningkatan nilai perusahaan seperti PT. Energy Mega Persada Tbk (ENRG) tahun 2020 kinerja lingkungan mendapat skor 3 dan nilai perusahaan sebesar 2,42798 artinya nilai perusahaan menurun dari tahun sebelumnya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian ini menyatakan ukuran perusahaan mendapat nilai negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan maka nilai perusahaan H_3 diterima. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pengujian tabel 5.12 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar

– 1045,893 dengan nilai t_{hitung} ($-2,340 < 2,01808$) yang ditunjukkan lebih kecil dari t_{tabel} dengan nilai signifikan ($0,024 < 0,050$).

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran yang digunakan untuk mengukur perusahaan berdasarkan total asset yang dimilikinya (Sitanggung:199, 2013). Semakin besar ukuran perusahaan menggambarkan bahwa perusahaan memiliki reputasi yang baik sehingga memudahkan dalam peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang diperoleh adalah ukuran perusahaan berpengaruh berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan teori yang berarti ukuran perusahaan yang tinggi tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan karena berdasarkan data PT.Golden Eagle Energy Tbk (SMMT) pada tahun 2021 menghasilkan ukuran perusahaan sebesar 27,68137238 namun nilai perusahaannya 0,8273.

Pengaruh *Return On Assets* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat menyatakan bahwa *Return On Asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian ini menyatakan *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan maka H_4 diterima. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pengujian pada tabel 5.12 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 85676,307 dengan nilai t_{hitung} ($7,763 > 2,01808$) yang ditunjukkan lebih kecil t_{tabel} dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,050$).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas bisnis (hery:197, 2018). *Return On Assets* digunakan dalam menilai hasil penjumlahan aktiva perusahaan. Hasil dari analisis regresi variabel *Return On Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rudangga & Sudiarta (2016) yang juga membuktikan bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan CSR, PROPER, Ukuran Perusahaan, dan *Return On Asset* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kelima menyatakan bahwa secara bersama-sama CSRI, PROPER, Ukuran Perusahaan dan *Return On Asset* berpengaruh terhadap pertumbuhan laba maka H_5 diterima. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pengujian pada tabel 5.11 menyatakan bahwa hasil signifikan sebesar $0,000 < 0,050$ dan didapatkan nilai f_{hitung} sebesar 21,273 maka $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($21,273 > 2,83$).

Hasil pengujian variabel CSRI, PROPER, Ukuran perusahaan dan *Return On Asset* secara simultan menjelaskan bahwa hipotesis yang diajukan didalam penelitian ini, yaitu terhadap pengaruh antara CSR, PROPER, Ukuran Perusahaan dan *Return On Asset* secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan dapat diterima. Berdasarkan hasil pengolahan dapat dilihat bahwa nilai kolerasi ganda (R) sebesar 0,828. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang tergolong kuat antara variabel CSRI, PROPER, Ukuran Perusahaan dan *Return On Asset* terhadap nilai perusahaan. Sementara hasil pengolahan data R^2 yang dilakukan menghasilkan nilai sebesar 0,686. Angka ini menunjukkan bahwa CSRI, PROPER, Ukuran Perusahaan dan *Return On Asset* terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebesar 0,686. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Pristianngrum,2017)

Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan CSR Terhadap Nilai perusahaan.

Hipotesis keenam menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan, dalam penelitian ini menyatakan profitabilitas tidak mampu memoderasi pengungkapan CSR dengan berlawanan arah dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan laba maka H_6 ditolak. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pengujian pada Tabel 5.13 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 19239,625 dengan nilai t_{hitung} ($0,245 < 2,01808$). yang ditunjukkan lebih kecil dari t_{tabel} dengan signifikan $0,808 > 0,050$.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa tidak selamanya profitabilitas yang memiliki nilai tinggi mampu dalam menaikkan nilai perusahaan begitupun sebaliknya. Hasil ini mencerminkan bahwa penelitian ini tidak sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi juga nilai perusahaan.

Dengan kata lain, profitabilitas bukanlah variabel moderasi untuk pengungkapan CSR dengan Nilai Perusahaan. Hal tersebut bisa dilihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,050.

Profitabilitas Dalam Memoderasi Hubungan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketujuh menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini menyatakan profitabilitas tidak mampu memoderasi kinerja lingkungan dengan berlawanan arah dan signifikan terhadap nilai perusahaan maka H_7 ditolak. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pengujian pada Tabel 5.13 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 13255,279 dengan nilai t_{hitung} ($1,170 < 2,01808$) yang ditunjukkan lebih kecil dari t_{tabel} dengan nilai signifikan ($0,249 > 0,050$).

Kinerja lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap kelestarian lingkungan sekitar perusahaan. Hasil kinerja lingkungan dari suatu perusahaan dapat dilihat dari peringkat PROPER yang dipublikasikan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. Ketika suatu perusahaan tercatat dalam PROPER dengan kategori Warna yang baik, maka investor akan memandang perusahaan tersebut dengan reputasi baik, maka investor akan memandang perusahaan tersebut dengan reputasi yang baik. Dengan memiliki reputasi yang baik tersebut, dapat meningkatkan nilai perusahaan karena meningkatnya jumlah investor yang berinvestasi pada perusahaan.

Dengan kata lain profitabilitas bukanlah variabel moderasi untuk kinerja lingkungan dengan nilai perusahaan. Hal tersebut bisa dilihat dari signifikansi yang lebih besar dari 0,050.

Profitabilitas Dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedelapan menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini menyatakan profitabilitas tidak mampu memoderasi ukuran perusahaan dengan berlawanan arah dan signifikan terhadap nilai perusahaan maka H_8 ditolak. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil pengujian pada Tabel 5.13 menyatakan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 1921,908 dengan nilai t_{hitung} ($0,895 < 2,01808$) yaitu ditunjukkan lebih kecil daripada t_{tabel} dengan nilai signifikan ($0,376 > 0,050$)

Upaya perusahaan untuk memperbesar ukuran perusahaan adalah melalui peningkatan jumlah aset perusahaan. Aset perusahaan yang diperoleh melalui utang akan menimbulkan kekhawatiran bagi para investor. Hal tersebut disebabkan karena tingginya resiko perusahaan, sehingga mampu memperbesar potensi terjadinya kebangkrutan. Dengan demikian, ukuran perusahaan bukanlah menjadi hal penting dalam mengambil keputusan sehingga nilai perusahaan juga akan menurun.

Dengan kata lain profitabilitas bukanlah variabel moderasi untuk ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Hal tersebut bisa dilihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,050.

SIMPULAN

Terkait hasil dari olah data dengan penggunaan program aplikasi SPSS Versi 22 (*Statistical Package for Social Sciences*) pada penelitian ini yang telah dilakukan analisis mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Lingkungan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021, maka ditarik simpulan :

1. Secara parsial pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan CSRI memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}
2. Secara parsial Kinerja Lingkungan yang diproksikan dengan PROPER memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel}
3. Secara parsial Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan UP memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}
4. Secara parsial profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}
5. Secara simultan pengungkapan CSR yang diproksikan dengan CSRI, kinerja lingkungan yang diproksikan dengan PROPER dan ukuran perusahaan yang diproksikan dengan UP bersama-sama memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel}
6. Profitabilitas tidak dapat memoderasi variabel independen pengungkapan CSR yang diproksikan dengan CSRI dengan variabel dependen nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}
7. Profitabilitas tidak dapat memoderasi variabel independen Kinerja Lingkungan yang diproksikan dengan PROPER dengan variabel dependen nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}
8. Profitabilitas tidak dapat memoderasi variabel independen Ukuran Perusahaan yang diproksikan dengan UP dengan variabel dependen nilai perusahaan dan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel}

DAFTAR PUSTAKA

- Adi. (2013). Karakterisasi Bencana banjir Bandang Di Indonesia. *Jurnal Sains dan Teknologi Indonesia* , Vol. 15, No.1.
- Aldridge, J. E. (2005). Good Corporate Governance. Jakarta: Yayasan Pendidikan Pasar Modal Indonesia.
- Aniela. (2012). Peran Akuntansi Lingkungan Dalam Meningkatkan Kinerja. *Berkala Ilmiah Mahasiswa* , Vol.1 No.1, Hal.15-19.
- Ariyani, G. R. (2014). Pengaruh Pengungkapan Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan. *e-Journal Magister Akuntansi Trisakti* , Vol. 1 No. 2, 181-198.
- Beer, P. d. (2006). Environmental Accounting: A Management Tool for Enhancing Corporate Environmental and Economic Performance. *Ecological Economics* , Vol. 58, No. 3, 548-560.
- Boediono, G. S. (2005). Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Dampak Manajemen Laba dengan Menggunakan Analisis Jalur. *SNA VIII* , hal. 172-194.
- Boediono, G. S. (2005). Kualitas Laba: Studi Pengaruh Mekanisme Corporate Governance Dan Dampak Manajemen Laba Dengan Menggunakan Analisis Jalur. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA)* .
- Daves., B. a. (2010). Intermediate Financial Management. *Tenth Edition. Cengage Learning*: .
- Elkington, J. (1998). Cannibal with Forks: The Tripple Bottom Line in 21st Century Business, Gabriola Island. *BC: New Society Publisher*.
- Erwin Febriansyah, R. F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Akuntansi Lingkungan dan Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Pasar Modal dan Bisnis* , hal, 1-26.
- Ethika, M. A. (2019). Analisis pengaruh Pengungkapan Akuntansi Lingkungan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal kajian akuntansi dan auditing* , Vol. 14, No. 2, hal,1-12.
- Ghozali, I. (2007). Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ida Ayu Sasmika Putri, B. S. (2016). Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dan mekanisme Tata Kelola Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* , Vol.15.1, hal,1-28.
- Ikhsan, A. (2008). Akuntansi Lingkungan dan Pengungkapannya.
- Ikhsan, A. (2009). Akuntansi Manajemen Lingkungan.
- Ikhsan, A. d. (2014). Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. *Citapustaka Media* .
- ISNIN HARIATI, Y. W. (2015). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan. hal, 1-16.
- Juliana. (2018). Pengaruh Dewan Komisarias Independen, Komite Audit, Kepemilikan Institusional terhadap Kinerja Keuangan. hal, 1-14.
- LAILA, N. (2011). Analisis pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. hal, 1-68.
- Lako, A. (2018). Akuntansi Hijau: Isu, Teori, dan Aplikasi. Jakarta: Salemba Empat.
- Lako, A. (2011). Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi. Jakarta: Erlangga.

- Lindrianasari. (2007). Hubungan Antara Kinerja Lingkungan dan Kualitas Pengungkapan Lingkungan dengan Kinerja Ekonomi Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Audit Indonesia* , Vol. 11 No. 2, 159 - 172.
- Maswain, M. J. (2020). Pengaruh pengungkapan laporan keberlanjutan, Tata Kelola Perusahaan yang baik, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. hal,1-122.
- Noor, J. (2011). Metodologi Penelitian. *Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*.
- Purwanti, S. d. (2006). Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba Dan Kinerja Perusahaan. hal, 1-20.
- Sambharakreshna, Y. (Juni 2009). Akuntansi Lingkungan dan Akuntansi Manajemen Lingkungan : suatu komponen dasar strategi bisnis. *Vol. 5, No. 1*, Hal. 1 - 21.
- Setiawan, A. (2016). Pengaruh Corporate Governance terhadap kinerja keuangan perusahaan. *p-ISSN: 2541-1691* , Vol 1(No. 1), hal 1-8.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. hal,1-15.
- Suka, E. A. (2016). Efektivitas Akuntansi Lingkungan dalam meningkatkan Nilai Perusahaan. hal,1-24

