



PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015-2018

H. BURHANUDIN¹⁾, MUHDIN²⁾, LUTFIATUN NISA³⁾

^{1,2)}Dosen di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram,

³⁾Mahasiswa di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram,

e-mail : ¹⁾*burhanudin230365@gmail.com*, ²⁾*muhdin@gmail.com*, ³⁾*lutfiatunnisa417@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 12 sampel dengan periode penelitian 2015-2018. Metode analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan bantuan program EViews 9. Hasil penelitian menunjukkan variabel Profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018 dan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSD) mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Rekomendasi untuk manajemen pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman sebaiknya lebih mempertimbangkan faktor *Return on Equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSD) untuk menganalisis kinerja manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan.

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

ABSTRACT

This research conducted trough to examine the profitability influence toward company value with corporate social responsibility as moderating variable in sub sector company food and drink which listed at BEI period in 2015-2018, This is associative research with the aim is to find out the influence of or also the relation between two variables or more the sample were received trough sampling purposive technique and were obtained 12 samples with the research period 2015-2018 while data analysis method use panel data regression analysis by eviews 9 program. Research result shows that profitability variable (ROE) have a positive influenced and significant toward value of sub sector company food and drink which listed at BEI period 2015-2018 and variable corporate social responsibility (CSD) is able to moderate the profitability influenced toward value of sector company food and drink which listed at BEI period 2015-2018. The management recommendation to the sub sector company food and drink is should they more consider of the return on equity (ROE) factor and corporate social responsibility (CSD) to increase the company value.

Keywords: profitability, corporate social responsibility and company value.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Salah satu tujuan perusahaan yaitu menyejahterakan pemegang saham. Pengoptimalan kesejahteraan pemegang saham suatu perusahaan dilakukan dengan jalan memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut

Brigham (2001) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan sangat dipengaruhi oleh profitabilitas perusahaan tersebut. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan modal kerja yang tertanam di dalamnya (Rahardjo, 2009). Semakin tinggi kemampuan perusahaan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan pada saat ini dan pada prospek perusahaan di masa mendatang (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Namun, keberlanjutan perusahaan tidak cukup terjamin dengan kondisi finansial perusahaan, tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungannya. Oleh karena itu, dalam menjalankan perusahaannya, diperlukan tanggung jawab sosial dan peningkatan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan bukan saja menjadi bagian yang bertanggung jawab kepada pemegang saham saja (*shareholder*) tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (*stakeholder*).

Banyak perusahaan swasta kini mengembangkan apa yang disebut dengan CSR. Menurut Pradjoto (2007) dalam Retnaningsih (2015), bahwa perusahaan melihat CSR sebagai biaya yang kemudian menjadikan biaya operasional perusahaan meningkat.

Pandangan demikian tentunya berbeda dengan makna CSR yang lebih menekankan tanggung jawab perusahaan ketimbang sekedar perbuatan baik. Menurut Ernawan (2007), bahwa penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi perusahaan. Selain itu, CSR saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib/menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya.

Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) TJSL merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan O/kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Regulasi lain yang mengatur pelaksanaan CSR di Indonesia adalah Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.

Perusahaan yang telah menerapkan CSR pada umumnya akan mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut. Pengungkapan CSR dilakukan melalui *sustainability reporting* dalam laporan keuangan dan diukur dengan proksi *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSD) berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiative*). Indikator-indikator tersebut meliputi : a) Bagian ekonomi, terdiri dari 1 dimensi, 3 aspek, dan 9 indikator. b) Bagian lingkungan, terdiri dari 1 dimensi, 12 aspek, dan 34 indikator. c) Bagian sosial, terdiri dari 4 dimensi, 30 aspek, dan 48 indikator. Setiap item CSR yang diungkapkan akan diberi nilai 1, dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Tabel1 berikut ini menunjukkan adanya fenomena agap dalam kondisi perusahaan makanan dan minuman pada periode 2015-2018 di Bursa Efek Indonesia yang dilihat dari aspek *Return On Equity* (ROE) dan *Price to Book Value* (PBV).

Tabel 1. Rata-rata *Price to Book Value* (PBV) dan *Return On Equity* (ROE) Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018

No	Rasio	Tahun				Rata-rata
		2015	2016	2017	2018	
1	<i>Price to Book Value</i> (PBV) (X)	4,84	4,52	5,56	7,76	5,67
	Perubahan	-	(0,32)	1,04	2,2	0,97
2	<i>Return On Equity</i> (ROE) (persen)	9,20	7,79	9,13	2,62	7,19
	Perubahan	-	(1,41)	1,34	(6,51)	(2,19)

Sumber : IDX *Statistic* 2015-2018 data diolah

Berdasarkan data pada tabel 1, diketahui nilai rata-rata ROE yang dicapai perusahaan dari tahun 2015 sampai 2018 mengalami fluktuasi cenderung menurun dengan rata-rata penurunan 2,19 persen. Sedangkan nilai PBV cenderung meningkat dari tahun 2015 sampai 2018 dengan rata-rata peningkatan 0,97 kali. Oleh karena itu bisa dikatakan bahwa *Price to Book Value* tidak sejalan dengan nilai *Return On Equity* perusahaan. Penurunan nilai ROE tersebut menunjukkan bahwa kinerja perusahaan makanan dan minuman dalam mengelola modal untuk menghasilkan laba masih belum stabil. Artinya rata-rata perusahaan makanan dan minuman di Indonesia belum efektif dalam memanfaatkan modal yang dimilikinya.

Berdasarkan pada tabel 1.1, Penurunan nilai ROE yang sangat berpengaruh terlihat pada tahun 2017 ke tahun 2018, dimana perolehan hasil ROE pada tahun 2017 sebesar 9,13 persen. Sedangkan perolehan hasil ROE pada tahun 2018 melonjak turun menjadi 2,62 persen. Penurunan nilai ROE ini dipicu oleh adanya kenaikan pada pos *expenses* seperti pengeluaran *selling* dan *marketing*, serta pengeluaran *general administrative* yang menyebabkan pendapatan menurun sehingga mengakibatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba menjadi semakin menurun. Oleh karena itu, perusahaan yang merasa terbebani dengan biaya tersebut akan mengalami penurunan profitabilitas karena kesulitan menghasilkan laba bersih yang tinggi serta pengelolaan modal yang belum optimal untuk menghasilkan laba tersebut (Tendi, 2019).

Pada penelitian sebelumnya, bahasan studi tentang Profitabilitas telah banyak dilakukan. Namun terdapat perbedaan hasil yang ditunjukkan oleh penelitian terdahulu. Pada penelitian (Fahrizal, 2013) disimpulkan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Equity* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian (Fitrianti, 2018) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Attamimi, 2015) menunjukkan bahwa CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian (Kusumadilaga, 2010) menyatakan bahwa CSR menunjukkan pengaruh positif yang signifikan antara pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil penelitian ini menjadi alasan kedua pemilihan topik mengenai profitabilitas.

Rumusan Masalah

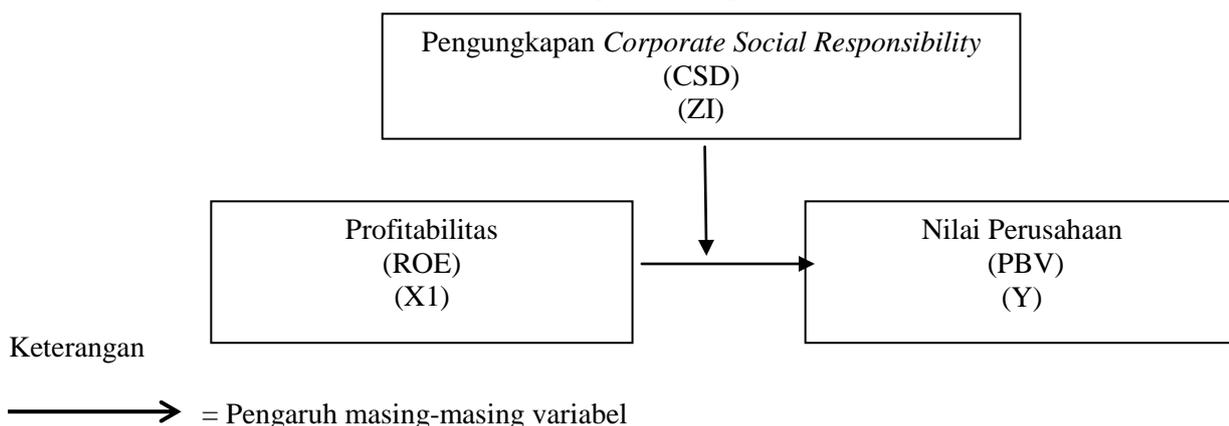
Berdasarkan uraian di atas, dirumuskan permasalahan adalah bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan serta menganalisis peran CSR dalam memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2015-2018. Manfaat yang diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor dan kreditur untuk menanamkan modal dan berinvestasi pada perusahaan dengan mempertimbangkan seberapa besar peran pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan

Kerangka Konseptual

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian



METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018. Lokasi penelitian merupakan tempat dimana dilakukannya penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder yaitu data dari laporan keuangan keseluruhan perusahaan makanan dan minuman, terdapat pada www.idx.co.id yang merupakan situs resmi Bursa Efek Indonesia. Adapun waktu dilakukannya penelitian ini dimulai sejak bulan November 2019 sampai Desember 2019. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sub sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI yaitu 26 perusahaan. Adapun Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan tujuan untuk memperoleh sampel yang representatif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Sehingga sampel yang didapatkan sebanyak 12 sampel perusahaan sub sektor makanan dan minuman.

Tabel 2. Daftar Perusahaan yang Menjadi Sampel Penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	ADES	Akasha Wira International Tbk.
2	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
3	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
4	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.
5	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
6	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.
7	MYOR	Mayora Indah Tbk.
8	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
9	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
10	SKLT	Sekar Laut Tbk.
11	STTP	Siantar TOP Tbk.
12	ULTJ	Ultra Jaya Milk Tbk.

Untuk memudahkan dalam pelaksanaan analisis, maka variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri atas variabel dependen (nilai perusahaan) yang diproksikan dengan *Price to Book Value*, variabel independen (profitabilitas) yang diproksikan dengan *Return On Equity*, dan variabel moderating (*corporate social responsibility*) yang diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSDI)*. Konseptual dan operasional masing-masing variabel sebagai berikut :

Tabel 3. Konseptual dan Operasional Variabel

Variabel	Konseptual Variabel	Skala Data	Operasional Variabel
Profitabilitas	Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba setelah pajak dengan mengoptimalkan penggunaan ekuitas	Rasio	$ROE = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$
<i>Corporate Social Responsibility</i>	Pertanggungjawaban sosial perusahaan untuk menciptakan <i>sustainability growth</i> melalui indeks pengungkapan pertanggungjawaban sosial	Rasio	$CSDI_j = \frac{\sum nj}{k}$
Nilai Perusahaan	Kemampuan perusahaan untuk menciptakan nilai perusahaan dengan membandingkan harga per lembar saham atas nilai buku per lembar saham biasa.	Rasio	$PBV = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham Biasa}} \times 100\%$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian ini adalah analisis regresi data panel dengan bantuan program Eviews.

1. Menginterpretasikan Uji Statistik Deskriptif
2. Membuat estimasi model Analisis Regresi Data Panel

Model persamaan data panel yang merupakan gabungan dari data *cross section* dan data *time series* adalah sebagai berikut:

$$\text{Persamaan 1 : } Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + e_{it}$$

$$\text{Persamaan 2 : } Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + \beta_2 Z_{it} + e_{it}$$

$$\text{Persamaan 3 : } Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{it} + \beta_2 Z_{it} + \beta_3 X_{it} * Z_{it} + e_{it}$$

Dimana:

α = konstanta, Y_{it} = variabel terikat (*dependent*), X_{it} = variabel bebas (*independent*), Z_{it} = variabel moderasi
 I = entitas ke- I , t = periode ke- t , e = variabel diluar model

Menurut Widarjono (2007), untuk mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat tiga teknik yang ditawarkan yaitu:

1. Model *common effect*. Teknik ini merupakan teknik yang paling sederhana untuk mengestimasi parameter model data panel, yaitu dengan mengkombinasikan data *cross section* dan *time series* sebagai satu kesatuan tanpa melihat adanya perbedaan waktu dan individu. Pendekatan yang dipakai pada model ini adalah metode *Ordinary Least Square*(OLS).
2. Model *fixed effect*. Teknik ini mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel *dummy* untuk menangkap adanya perbedaan intersep. Pendekatan ini didasarkan adanya perbedaan intersep antara perusahaan namun intersepnya sama antar waktu. Model ini juga mengasumsikan bahwa slope tetap antar perusahaan dan antar waktu. Pendekatan yang digunakan pada model ini menggunakan metode *Least Square Dummy Variable*(LSDV).
3. Model *random effect*. Teknik ini akan mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Perbedaan antar individu dan antar waktu diakomodasi lewat *error*. Karena adanya korelasi antar variabel gangguan maka metode OLS tidak bisa digunakan sehingga model *random effect* menggunakan metode *Generalized Least Square*(GLS).

Terdapat tiga uji untuk memilih teknik estimasi data panel yaitu uji *chow* (uji statistik F), uji *hausman* dan uji *lagrange multiplier* (Widarjono,2007).

3. Menginterpretasikan Analisis Regresi dengan Variabel Moderator
Model atas pengujian analisis regresi moderasi adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \dots \dots \dots (1)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + e \dots \dots \dots (2)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan (PBV), α : konstanta (intercept), e : *error term* (tingkat kesalahan penduga),
 β_1 - β_3 : koefisien regresi, X : Profitabilitas (ROE), Z: *Corporate Social Responsibility* (CSD).
(X*Z) : Profitabilitas pada *Corporate Social Responsibility*

Persamaan *pertama* menunjukkan hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Persamaan *kedua* menunjukkan keterkaitan hubungan antara profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan.

4. Uji Asumsi Klasik
5. Uji Kelayakan Model (Uji F)
6. Uji Hipotesis (Uji t)
7. Koefisien Determinasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Statistik Deskriptif Data Penelitian

Analisis statistik deskriptif menggambarkan data dari seluruh variabel yang dimasukkan dalam penelitian yaitu variabel Nilai Perusahaan (PBV), Profitabilitas (ROE), dan *Corporate Social Responsibility* (CSD). Variabel-variabel penelitian tersebut diinterpretasikan dalam nilai minimum, maksimum, mean dan standar deviasi. Hasil statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Statistik Deskriptif Data Penelitian

	PBV	ROE	CSD
Mean	5.789167	20.43417	0.264583
Maximum	47.54000	124.1500	0.450000
Minimum	0.260000	1.910000	0.020000
Std. Dev.	9.367301	26.39485	0.116964
Observations	48	48	48

1. Hasil Tabel 4 menunjukkan nilai *observations* yang akan diteliti berjumlah 48 pengamatan, didapat dari 12 sampel/objek penelitian dikalikan periode penelitian selama 4 tahun. Dalam waktu 4 tahun, PBV sebagai proksi dari Nilai Perusahaan memiliki nilai mean (nilai rata-rata) sebesar 5,78 kali artinya setiap Rp1 nilai buku per lembar saham perusahaan maka harga per lembar saham perusahaan adalah sebesar Rp5,78. Adapun nilai maksimum sebesar 47,54 kali pada tahun 2016 oleh perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk., nilai minimum sebesar 0,26 kali pada tahun 2015 oleh perusahaan Budi starch & Sweetener Tbk., serta nilai standar deviasi sebesar 9,367301 yang berarti bahwa besar peningkatan maksimum rata-rata variabel nilai perusahaan adalah +9,367301, sedangkan penurunan maksimum dari rata-rata variabel nilai perusahaan adalah -9,367301 atau dapat dikatakan rata-rata nilai penyimpangan variabel nilai perusahaan adalah 9,36 kali.
2. Nilai *observations* variabel independen Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE sebanyak 48 pengamatan. Adapun mean (nilai rata-rata) sebesar 20,43 persen, artinya setiap 1 persen penggunaan modal oleh perusahaan dapat menghasilkan laba bersih setelah pajak sebesar 0,2043 persen dengan nilai maksimum sebesar 124,15 persen pada tahun 2017 oleh perusahaan Multi Bintang Tbk., nilai minimum sebesar 1,91 persen pada tahun 2015 oleh perusahaan Budi Strach & Sweetener Tbk., serta nilai standar deviasi sebesar 26,39485 persen yang berarti bahwa besar peningkatan maksimum rata-rata variabel profitabilitas adalah +26,39485, sedangkan penurunan maksimum dari rata-rata variabel profitabilitas adalah -26,39485 atau dapat dikatakan rata-rata nilai penyimpangan variabel profitabilitas adalah 26,39 persen.
3. Nilai *observations* variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan CSD sebanyak 48 pengamatan. Adapun mean (nilai rata-rata) sebesar 0,26 persen, artinya setiap 100 item pengungkapan yang ada rata-rata perusahaan hanya bisa mengungkapkan sebanyak 26 item dengan nilai maksimum sebesar 0,45 persen pada tahun 2015 oleh perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur Tbk., nilai minimum sebesar 0,02 persen pada tahun 2018 oleh perusahaan Sekar Laut Tbk., serta nilai standar deviasi sebesar 0,116964 yang berarti bahwa besar peningkatan maksimum rata-rata variabel *Corporate Social Responsibility* adalah +0,116964, sedangkan penurunan maksimum dari rata-rata variabel *Corporate Social Responsibility* adalah -0,116964 atau dapat dikatakan rata-rata nilai penyimpangan variabel *Corporate Social Responsibility* adalah 0,11 persen.

Pemilihan Model Regresi

Studi kasus penelitian dilakukan untuk menentukan apakah model *common effect*, *fixed effect* dan *random effect* yang lebih tepat.

1. Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan uji *common effect*.

Hasil Uji Common Effect

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel Least Squares				
Date: 02/14/20 Time: 20:27				
Sample: 2015 2018				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 48				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.175429	1.157378	-3.607664	0.0008
ROE	0.711095	0.069599	10.21708	0.0000
CSD	9.464036	3.961634	2.388922	0.0213
ROE_CSD	-1.165435	0.213143	-5.467852	0.0000

2. Setelah hasil uji diperoleh kemudian dilakukan uji *fixed effect*. uji Berikut merupakan hasil regresi dari uji *fixed effect*.

Hasil Uji Fixed Effect

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel Least Squares				
Date: 02/14/20 Time: 20:42				
Sample: 2015 2018				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 48				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-3.067574	1.856097	-1.652701	0.1079
ROE	0.709341	0.076890	9.225443	0.0000
CSD	9.887708	6.440230	1.535304	0.1342
ROE_CSD	-1.360626	0.184863	-7.360189	0.0000

3. Setelah dilakukan estimasi model *common effect* dan *fixed effect* maka perlu dilakukan pemilihan diantara kedua model tersebut menggunakan Uji *Chow*. Uji *Chow* dilakukan untuk melihat model manakah yang lebih tepat antara model *Common Effect* dan model *Fixed Effect*. Berikut merupakan hasil regresi Uji *Chow*.

Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.094625	(11,33)	0.0008
Cross-section Chi-square	41.314811	11	0.0000

Dari hasil tersebut dapat dibaca sebagai berikut :

Hipotesis :

H0 : Common Effect

H1 : Fixed Effect

Berdasarkan tabel uji *chow* diperoleh hasil *redundant fixed effect* atau *likelihood ratio* berupa probabilitas *chi square* sebesar 0,000. Karena nilai profitabilitas *chi square* lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,00 < 0,05$), artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima atau memilih model *fixed effect*.

1. Setelah diperoleh hasil bahwa model *fixed effect* lebih baik dari model *common effect*. Kemudian dilakukan estimasi model antara *fixed effect* dengan *random effect*.
2. Karena uji *fixed effect* sudah dilakukan sebelumnya maka selanjutnya hanya dilakukan uji *random effect*. Berikut merupakan hasil uji *random effect*.

Hasil Uji Random Effect Sebelum dan Sesudah Moderasi

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 02/17/20 Time: 14:43				
Sample: 2015 2018				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 48				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1.049600	0.558977	-1.877717	0.0668
ROE	0.334673	0.016856	19.85500	0.0000
Effects Specification				
		S.D.		Rho
Cross-section random		0.000000		0.0000
Idiosyncratic random		3.050136		1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.889306	Mean dependent var		5.789167
Adjusted R-squared	0.886900	S.D. dependent var		9.367301
S.E. of regression	3.150258	Sum squared resid		456.5097
F-statistic	369.5609	Durbin-Watson stat		3.159887
Prob(F-statistic)	0.000000			

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)				
Date: 02/14/20 Time: 20:51				
Sample: 2015 2018				
Periods included: 4				
Cross-sections included: 12				
Total panel (balanced) observations: 48				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-4.175429	0.869041	-4.804639	0.0000
ROE	0.711095	0.052260	13.60697	0.0000
CSD	9.464036	2.974676	3.181535	0.0027
ROE_CSD	-1.165435	0.160043	-7.282014	0.0000
Effects Specification				
		S.D.		Rho
Cross-section random		0.000000		0.0000
Idiosyncratic random		1.849224		1.0000
Weighted Statistics				
R-squared	0.935290	Mean dependent var		5.789167
Adjusted R-squared	0.930877	S.D. dependent var		9.367301
S.E. of regression	2.462772	Sum squared resid		266.8708
F-statistic	211.9841	Durbin-Watson stat		1.207874
Prob(F-statistic)	0.000000			

3. Setelah dilakukan estimasi model *fixed effect* dan *random effect* maka perlu dilakukan pemilihan diantara kedua model tersebut dengan menggunakan Uji Hausman. Berikut merupakan hasil regresi Uji Hausman.

Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test			
Equation: Untitled			
Test cross-section random effects			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	37.428787	3	0.0000

Dari hasil tersebut dapat dibaca sebagai berikut :

Hipotesis :

H_0 : Random Effect

H_1 : Fixed Effect

Berdasarkan tabel uji *hausman* diperoleh hasil berupa probabilitas *chi square* sebesar 0,000. Karena nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,00 < 0,05$), artinya menolak H_0 atau memilih model *fixed effect*.

4. Kemudian dilakukan Uji *Lagrange Multiplier* (LM) untuk mengetahui apakah model *random effect* lebih baik dari pada model *common effect*. Berikut merupakan hasil Uji *Lagrange Multiplier* (LM).

Hasil Uji *Lagrange Multiplier* (LM)

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	7.530417 (0.0061)	0.925124 (0.3361)	8.455541 (0.0036)

Dari hasil tersebut dapat dibaca sebagai berikut :

Hipotesis :

H0 : Common Effect

H1 : Random Effect

Berdasarkan tabel uji LM diperoleh hasil berupa probabilitas *chi square* dengan metode *Breusch-Pagan* sebesar 0,006. Karena nilai probabilitas *chi square* lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,00 < 0,05$), artinya H0 ditolak atau memilih model *random effect*.

Berdasarkan hasil pemilihan model tersebut, penelitian ini menggunakan model *random effect* untuk memecahkan masalah penelitian. Model *random effect* menggunakan pendekatan *Generalized Least Squares* (GLS) sehingga tidak perlu dilakukan uji asumsi klasik.

Persamaan Model Regresi Data Panel

Berdasarkan tabel model *random effect* diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Np = -1,0496 + 0,3346 \text{ ROE} + e$$

$$Np = -4,1754 + 0,7110 \text{ ROE} + 9,4640 \text{ CSD} + e$$

$$Np = -4,1754 + 0,7110 \text{ ROE} - 1,1654 \text{ ROE} * \text{CSD} + e$$

Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa model *random effect* lolos uji asumsi klasik. Selanjutnya dilakukan uji kelayakan model. Karena model yang terpilih adalah *random effect*. Berdasarkan hasil uji *random effect*, nilai probabilitas F lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,00 < 0,05$). Dengan demikian, model yang terbentuk layak untuk menginterpretasikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat serta pengaruh variabel moderating dalam hubungannya dengan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Selanjutnya, diperoleh hasil berupa nilai *Adjusted R-squared* sebesar 93,08 persen yang menunjukkan proporsi pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat, sedangkan sisanya sebesar 6,92 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar model.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Setelah model terbentuk layak, selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis secara individual (Uji t)

1. Pengujian hipotesis pertama

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.5, diperoleh hasil estimasi variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* nilai t statistik sebesar 13,6069 dan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,7110 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan ($0,000 < 0,05$), hal ini berarti variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Jadi dapat disimpulkan dalam penelitian ini hipotesis pertama diterima.

2. Pengujian hipotesis kedua

H2: *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil estimasi model *Random Effect* sebelum ditambahkan variabel moderasi, diperoleh nilai konstanta yang ditunjukkan dengan label C sebesar -1,049600 dengan nilai *p value* atau prob(F-statistic) lebih kecil dari tingkat signifikansi atau ($0,00 < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara serentak mempengaruhi secara bermakna variabel terikat. Hal ini berarti setiap kenaikan Rp1 *Return On Equity*, maka akan meningkatkan *Price to Book Value* sebesar 0,334673. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,886900. Sedangkan nilai standar error model regresi sebesar 3,150258 ditunjukkan dengan label *S.E. of regression*. Oleh karena nilai standar error lebih kecil dari pada nilai standar deviasi variabel response yang ditunjukkan dengan label *S.D. dependent var* yaitu sebesar 9.367301 sehingga dapat diartikan bahwa model regresi valid sebagai model prediktor.

Berdasarkan hasil estimasi model *Random Effect*, setelah ditambahkan variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* diperoleh hasil estimasi variabel *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSD) nilai t statistik sebesar 3,1815 dan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 9,4640 dengan probabilitas sebesar 0,0027. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan ($0,0027 < 0,05$). Selain itu, diperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,930877 lebih besar dari nilai *Adjusted R-squared* sebelum ada variabel moderasi yakni sebesar 0,886900. Hal ini berarti dengan adanya penambahan variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* maka dapat memperkuat pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Jadi, dapat disimpulkan dalam penelitian ini hipotesis kedua diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018.

Variabel Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* nilai t statistik sebesar 13,6069 dan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 0,7110 dengan probabilitas sebesar 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan ($0,000 < 0,05$), hal ini berarti variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018.

Return On Equity (ROE) adalah perbandingan antara keuntungan bersih perusahaan dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan bagian keuntungan yang berasal dari (atau menjadi hak) modal sendiri dan sering dipakai investor dalam pembelian saham suatu perusahaan karena modal sendiri menjadi bagian pemilik (Rahardjo, 2009).

Return On Equity merupakan rasio yang mengacu pada profitabilitas dan efisiensi pengelolaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin baik kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan, maka profitabilitas perusahaan juga semakin meningkat. Semakin tinggi profitabilitas berarti kemungkinan untuk memperoleh nilai perusahaan yang tinggi pun dapat dicapai.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Analisa, 2011), (Mardiatun, 2018), dan (Cahyono, 2019). Penelitian tersebut menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya semakin tinggi nilai persentase Profitabilitas (*Return On Equity*) maka semakin tinggi nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya, semakin rendah nilai persentase *Return on Equity* maka semakin rendah nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) Mampu Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2018.

Variabel *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSD) nilai t statistik sebesar 3,1815 dan nilai koefisien regresi dengan arah positif sebesar 9,4640

dengan probabilitas sebesar 0,0027. Nilai signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan ($0,0027 < 0,05$), hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018. Sehingga dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSD) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR dalam menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menciptakan *sustainability growth* melalui indeks pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan didalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Sehingga semakin banyak investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat karena profitabilitas perusahaan juga meningkat. Sebaliknya, jika pengungkapan pertanggungjawaban sosial sedikit, maka profitabilitas perusahaan akan menurun dan akan berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Dalam hal ini perusahaan bisa menerapkan *Signalling Theory*.

Hasil Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Rajab, 2017), dan (Kusumadilaga, 2010). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR menunjukkan pengaruh positif yang signifikan antara pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin banyak item pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan maka profitabilitas perusahaan semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Begitu juga sebaliknya, semakin sedikit item pengungkapan pertanggungjawaban sosial oleh perusahaan maka profitabilitas perusahaan semakin rendah sehingga dapat berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel profitabilitas yang diprosikan dengan ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel *corporate social responsibility* yang diprosikan dengan CSD mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh antara hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Saran

1. Bagi Investor dan calon investor Rasio *Return On Equity* dapat dipergunakan dalam menjelaskan nilai perusahaan makanan dan minuman sehingga rasio ini perlu menjadi pertimbangan bagi investor dalam menganalisis kinerja perusahaan, yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.
2. Bagi Manajemen, diketahui bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderating berpengaruh positif terhadap pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, maka hal yang dapat dilakukan oleh manajer adalah meningkatkan pendapatan melalui beberapa strategi seperti menambah jumlah pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan, menaikkan harga dengan tetap memperhatikan loyalitas pelanggan, dan menawarkan nilai lebih dari produk untuk pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Sehingga dengan adanya peningkatan penjualan maka kemungkinan untuk meningkatkan laba perusahaan sangat besar. Peningkatan laba perusahaan akan meningkatkan profitabilitas perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

Analisa, Y. , 2011. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2006-2008)*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Fakultas Ekonomi, Semarang

- Attamimi, N. 2015. *Analisis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat dalam Jakarta Islamic Index (JII) di Bursa Efek Indonesia)*. UIN Walisongo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Semarang.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. 2001. *Manajemen Keuangan* (Edisi Kedelapan ed.): Erlangga. Jakarta
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (Edisi 11 ed.). Salemba Empat Jakarta.
- Cahyono, S. 2019. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Sektor Pertanian yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Journal of Thesis, Universitas Mataram.
- Ernawan, E. R. 2007. *Business Ethics*. Alfabeta. Bandung
- Fahrizal, H. 2013. *Pengaruh Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE) dan Investment Opportunity Set (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jakarta.
- Fakhrudin, & Hadianto, S. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal*. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Fitrianti, R. D. ,2018. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016*. Skripsi, Universitas Lampung, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Bandar Lampung.
- Ghozali, I., & Chariri, A. 2007. *Teori Akuntansi*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Global Reporting Initiative. (n.d.). Retrieved November 29, 2019, from www.globalreporting.org
- Indonesian Stock Exchanges. (n.d.). Retrieved November 28, 2019, from <http://www.idx.co.id>
- Kusumadilaga, R. 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi, Universitas Diponegoro, Fakultas Ekonomi, Semarang.
- Mardiatun, E. 2018. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Return Saham Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016*. Jurnal Skripsi, Universitas Mataram, Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
- Rahardjo, B. 2009. *Laporan Keuangan Perusahaan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rajab, M. 2017. *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index tahun 2011-2015)*. Jurnal skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Medan.
- Retnaningsih, H. 2015, Permasalahan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Rangka Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Aspirasi*, Vol. 6 No. 2. Desember 2015
- Rustiarini, N. W. 2010. Pengaruh Corporate Governance Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*. Purwokerto.
- Sari, R. A. 2012, Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*, Volume 1 (No. 1).
- Sartono, M. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Sudana, I. M. 2015. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sujoko, & Soebiantoro, U. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9 (No.1), 41-48.
- Tendi. 2019, April 21). *Ultra Jaya (ULTJ) jelaskan penyebab turunnya laba di tahun 2018 lalu*. Retrieved Desember 25, 2019, from [kontan.co.id: https://investasi.kontan.co.id/news/ultra-jaya-ultj-jelaskan-penyebab-turunnya-laba-di-tahun-2018-lalu](https://investasi.kontan.co.id/news/ultra-jaya-ultj-jelaskan-penyebab-turunnya-laba-di-tahun-2018-lalu)
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan: Sebuah Perspektif Teori Agensi. *JRAI*, Vol. 5 (No. 1), 1-16.
- Widarjono, A. 2007. *Ekonometrika : Teori dan Aplikasi Untuk Ekonomi dan Bisnis* (Edisi Kedua ed.). Yogyakarta: Ekonisia FE Universitas Islam Indonesia.

Peraturan

- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT)
- Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.