

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN DI ISSI TAHUN 2020-2023

Ricita Utami¹, Titin Agustin Nengsih², Mohammad Orinaldi³
ricita17@gmail.com¹, nengsih@uinjambi.ac.id², orinaldi@uinjambi.ac.id³
Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 12 perusahaan pertambangan yang terdaftar di ISSI tahun 2020-2023 dengan menggunakan teknik purposive sampling. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi data panel dan uji Moderated Regression Analysis (MRA) dengan menggunakan aplikasi Eviews 12. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Return On Asset dan Earning Per Share tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun secara simultan Return On Asset dan Earning Per Share berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Corporate Social Responsibility memperlemah hubungan Return On Asset dan Earning Per Share terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di ISSI tahun 2020-2023.

Kata Kunci: Return On Asset, Earning Per Share, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama yang dimiliki manajemen perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan perusahaan dengan tingkat kesejahteraan yang besar. Nilai perusahaan berampak terhadap kepercayaan investor tentang kinerja dan prospek perusahaan dimasa depan. Bagi investor, kualitas pengelolaan perusahaan dapat tercermin dari nilai perusahaannya. Apabila manajemen efisien dalam mengelola perusahaan maka akan memberikan potensi terhadap naiknya tingkat nilai perusahaan (Aja, Ulya, Akbar, Mashabi, & Nengsih, 2024) Nilai perusahaan merupakan kesan investor terhadap kesuksesan perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham dan profitabilitas. Jika manajer bisa mengelola dengan baik suatu perusahaan maka pengeluaran biaya oleh perusahaan akan semakin kecil hingga profit yang didapatkan semakin besar (Kasmir, 2015).

Profitabilitas memiliki peran yang penting didalam suatu perusahaan dikarenakan profitabilitas yang bertumbuh sangat baik memberikan arti bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dimasa depan dan juga nilai perusahaan akan dianggap baik bagi calon investor serta meningkatkan daya tarik perusahaan. Apabila angka profitabilitas yang tercantum didalam laporan keuangan tinggi artinya semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan memberikan gambaran mengenai kekayaan dan prospek perusahaan yang menjanjikan bagi investor. Investor akan menangkap pertumbuhan prospek tersebut sebagai sinyal positif hingga meningkatkan nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang baik ditandai dengan tingginya profitabilitas (Kurniawan & Orinaldi, 2023). Berdasarkan perhitungan tertentu profitabilitas adalah rasio untuk mengetahui

kesanggupan atau potensi perusahaan untuk memperoleh laba dari pendapatan terkait penjualan asset dan ekuitas. Rasio ini juga menggambarkan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan rasio ROA (return on assets) digunakan untuk menilai atau mengukur besaran tingkat pengembalian persentase dari sumber daya atau total asset, dan rasio EPS (earning per share) digunakan untuk menilai tingkat perlembar saham dalam menghasilkan laba hingga efisiensi perusahaan.

Sektor pertambangan bergerak pada bidang penggalian dan pertambangan. Sektor pertambangan mempunyai kegiatan ekspor hasil bumi yang kemudian akan menghasilkan profit dan akan menjadi nilai perusahaan serta menarik investor untuk berinvestasi. Pada dasarnya perusahaan sektor pertambangan kegiatannya selalu menimbulkan dampak terhadap lingkungannya. Untuk itu pengambilan suatu keputusan ekonomi tidak hanya mengandalkan kinerja keuangan perusahaan saja namun juga harus memperhatikan kinerja non keuangan. Kecenderungan bisnis saat ini terkesan hanya mencari keuntungan (profit-oriented). Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang tidak membuat dampak yang buruk untuk lingkungan disekitarnya. Apabila perusahaan memberikan dampak yang baik pada lingkungan sekitarnya, maka perusahaan dapat menjaga keberlangsungan hidupnya dan meningkatkan nilai perusahaan (Khairiyani, Mubyarto, Mutia, Zahara, & Habibah, 2019). Untuk memberikan citra yang baik terhadap perusahaan, perusahaan perlu menerapkan Corporate Social Responsibility (CSR). Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) bukanlah sesuatu hal yang baru di Indonesia. Peraturan mengenai Corporate Social Responsibility telah tercantum dalam Undang-Undang No.19 Tahun 2003 Tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Undang-Undang Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam penerapan program CSR dapat berupa bantuan, beasiswa, pelayanan kesehatan, dan lain sebagainya. Artinya dalam pelaksanaan kegiatan CSR perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya tanggung jawab yang nantinya mampu mengurangi pendapatan, tentunya hal ini menurunkan tingkat profit perusahaan. Namun CSR wajib dilakukan dan bukan suatu kegiatan yang sukarela, semakin tinggi CSR yang diungkapkan didalam laporan tahunan maka akan menjamin kelangsungan hidup masa depan perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu menyatakan pengaruh profitabilitas maupun CSR tidaklah konsisten. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sarmo, Bisma, & Muhdin (2023) dan Putra & Sunarto (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan namun CSR mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya Fitrianti (2018) dan Itsnaini & Subardjo (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan namun CSR tidak mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dan ketidak sesuaian dari beberapa penelitian sebelumnya, membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan tujuan menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor pertambangan di ISSI tahun 2020-2023.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Sinyal

Laba atau profit perusahaan yang tinggi dan terus meningkat artinya akan memberikan kemakmuran perusahaan yang maksimum dan ini merupakan prospek yang

menguntungkan perusahaan tentunya yang akan membuat para investor tertarik dan memberikan respon positif hingga bisa meningkatkan harga saham perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2014) Sinyal merupakan tindakan petunjuk yang diberikan perusahaan kepada investor mengenai seperti apa pihak manajemen memandang prospek dari perusahaan. Perusahaan harus mengungkapkan informasi keuangan serta non keuangan, karena segala tindakan memiliki informasi bagi para pengguna laporan.

Teori Stakeholder

Teori ini memiliki hubungan dengan konsep tanggung jawab sosial perusahaan yang dimana keberlangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh para stakeholder-nya. Menurut Hadi (2011) tidak hanya kepada pemiliknya perusahaan juga memiliki tanggungjawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial masyarakat, hal ini bisa terjadi dikarenakan adanya tuntutan dari masyarakat yang merupakan akibat dari timbulnya negative externalities serta adanya ketimpangan sosial.

Teori Legitimasi

Menurut Ulum (2017) teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) dengan sangat maksimal agar masyarakat dapat menerima aktivitas perusahaan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa terdapat “kontrak sosial” antara masyarakat dan perusahaan dimana perusahaan tersebut beroperasi selama ini serta menjamin bahwa kegiatan operasi perusahaan diterima dan dalam batas norma yang berlaku di masyarakat.

Profitabilitas

Profitabilitas memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan selama periode tertentu. Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen yang dilihat dari laba yang didapatkan selama mengembangkan perusahaan. Profitabilitas memiliki makna yang penting bagi perusahaan untuk keberlangsungan hidup jangka panjang, dikarenakan profitabilitas mampu menggambarkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang bagus atau tidak dimasa mendatang. Dalam penelitian ini profitabilitas di ukur melalui rasio ROA (Return On Assets) dan EPS (Earning Per Share).

Nilai Perusahaan

Menurut Sapari (2023) Nilai perusahaan merupakan kondisi pencapaian suatu perusahaan yang menggambarkan kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perusahaan sejak awal berdiri hingga saat ini. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar dikarenakan nilai perusahaan mampu memakmurkan para pemegang saham jika harga saham perusahaan meningkat. Apabila harga saham tinggi itu berarti nilai perusahaan meningkat karena semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor. Hal itu terkait dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham. Manajemen berupaya dengan mengambil berbagai kebijakan untuk selalu meningkatkan nilai perusahaan. Para investor menggunakan Price Earning Ratio (PER) untuk memprediksi kemampuan perusahaan menghasilkan profit dimasa mendatang. Semakin besar PER maka semakin besar juga kemungkinan pertumbuhan perusahaan sehingga bisa meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Hadi (2011) Corporate Social Responsibility (CSR) atau pertanggungjawaban sosial perusahaan merupakan tindakan yang berasal dari pertimbangan etis perusahaan yang ditujukan untuk meningkatkan ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas

hidup karyawan dan masyarakat. Pengungkapan CSR merupakan salah satu usaha perusahaan yang mampu menyeimbangkan segala komitmennya terhadap lingkungan perusahaan serta menjadi salah satu cara perusahaan untuk membangun dan mempertahankan kontribusi perusahaan baik di sisi ekonomi maupun politik. Pengungkapan CSR dalam hal ini menggunakan alokasi biaya tanggungjawab sosial yaitu dengan menghitung seberapa besar presentase biaya tanggungjawab sosial perusahaan pada tahun t dengan laba bersih tahun $t-1$.

Hubungan antar variabel dan kerangka konseptual

Hubungan ROA terhadap nilai perusahaan

Untuk mengetahui besaran nilai perusahaan dan sebagai alat evaluasi investasi, investor bisa melakukan analisis perusahaan dengan melihat rasio keuangan. Rasio keuangan mampu menggambarkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Salah satu bagian finansial yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas dapat diukur dengan rasio ROA. Pentingnya ROA bagi perusahaan yaitu untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset yang perusahaan miliki. Dalam teori sinyal dijelaskan profitabilitas yang baik dapat menjadi sinyal positif untuk para investor dalam melakukan keputusan investasi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Raningsih & Artini (2018) ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan EPS terhadap nilai perusahaan

Earning Per Share (EPS) merupakan tingkat profitabilitas kepemilikan saham per lembar pemegang saham perusahaan. Earning Per Share (EPS) yang tinggi dapat memperlihatkan kinerja yang baik dari perusahaan serta menunjukkan sinyal yang positif kepada investor. Investor akan lebih tertarik membeli saham perusahaan dikarenakan menurut pandangan investor EPS yang tinggi memiliki peluang keuntungan yang besar. EPS yang tinggi akan mendorong naik harga saham dan mencerminkan pertumbuhan perusahaan yang sehat, hal ini akan mengarah pada peningkatan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Chandra et al (2020) bahwa Earning Per Share berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

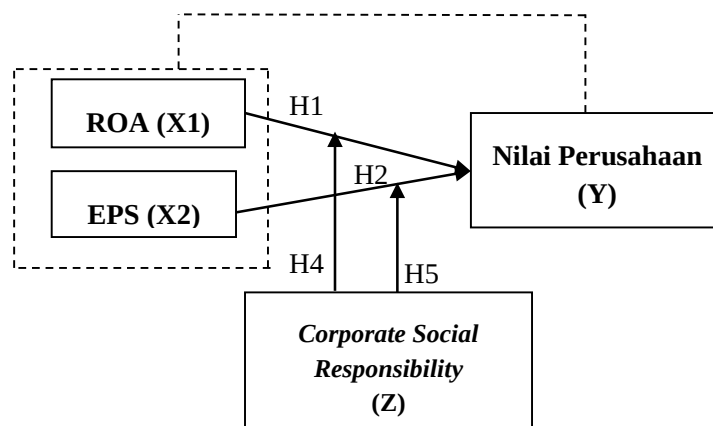
Hubungan Corporate Social Responsibility memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan

Dalam perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi apabila informasi tersebut bisa meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan legitimasi sosial dan memaksimalkan kemampuan keuangan jangka panjang melalui penerapan CSR. Keterlibatan aktivitas sosial sebagai bentuk CSR sangat menunjang aktivitas bisnis dan akhirnya menguntungkan perusahaan, hingga Corporate Social Responsibility (CSR) diduga mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hidayatulloh & Handayani (2023) corporate social responsibility mampu memperkuat pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan.

Hubungan Corporate Social Responsibility memoderasi EPS terhadap nilai perusahaan

Praktik CSR yang kuat mampu membuka kesempatan pasar baru dan meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan yang akhirnya mempengaruhi EPS. Dalam teori sinyal, CSR digunakan perusahaan untuk memberikan isyarat yang positif kepada stakeholder bahwa perusahaannya memiliki kualitas dan kinerja yang baik tentunya ini akan mempengaruhi hubungan EPS yang tinggi dan nilai perusahaan. CSR juga dapat berperan

sebagai kegiatan mendapatkan legitimasi sosial. Perusahaan yang mempunyai praktik CSR yang kuat bisa mendapatkan dukungan dan kepercayaan dari masyarakat dan pemilik kepentingan, yang bisa menghasilkan legitimasi yang besar. Ini mampu memperkuat hubungan antara EPS dengan nilai perusahaan dikarenakan perusahaan dianggap lebih sah secara sosial dan cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yendrawati & Pratidina (2013) yang menyatakan bahwa corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1

Kerangka Konseptual

H1: Hubungan ROA terhadap nilai perusahaan

H2: Hubungan EPS terhadap nilai perusahaan

H3: Hubungan secara simultan ROA dan EPS terhadap nilai perusahaan

H4: Hubungan ROA terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi

H5: Hubungan EPS terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian statistik deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis data dalam penelitian ini adalah menggunakan data sekunder dengan metode analisis data panel dan uji Moderated Regression Analysis (MRA) dengan menggunakan aplikasi Eviews 12. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh perusahaan pertambangan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2023. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling maka dari total 16 perusahaan pertambangan diperoleh 12 perusahaan yang memenuhi kriteria.

Definisi Operasional Variabel

Variabel Dependen

Nilai perusahaan merupakan kondisi pencapaian suatu perusahaan yang menggambarkan kepercayaan masyarakat terhadap kegiatan perusahaan sejak awal berdiri hingga saat ini. Untuk menilai perusahaan apakah perusahaan tersebut bernilai terlalu tinggi atau terlalu rendah adalah dengan Price Earning Ratio (PER). Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan antara harga saham dengan earning per share dalam saham perusahaan. Menurut Ningrum (2022) PER dapat dihitung menggunakan rumus:

$$PER = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{laba perlembar saham}}$$

Variabel Independen

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen yang dilihat dari laba yang didapatkan selama mengembangkan perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas di ukur melalui rasio ROA (Return On Assets) dan EPS (Earning Per Share).

ROA (Return On Assets) merupakan rasio profitabilitas yang bersifat menyeluruh dan digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas operasi perusahaan. Menurut Brigham & Houston (2006) ROA (Return On Assets) dapat diukur melalui rumus seperti berikut ini:

$$\text{ROA (Return On Assets)} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Rasio EPS (Earning Per Share) atau laba per saham ini digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mendapatkan keuntungan bagi pemegang saham. Rasio EPS (Earning Per Share) yang menilai tingkat perlembar saham dalam menghasilkan laba.

EPS (Earning Per Share) dapat diukur melalui rumus seperti berikut

EPS (Earning Per Share) = (Laba Bersih)/(saham yang beredar)

Variabel Moderasi

Pengungkapan CSR dalam hal ini menggunakan alokasi biaya tanggungjawab sosial yaitu dengan menghitung seberapa besar presentase biaya tanggungjawab sosial perusahaan pada tahun t dengan laba bersih tahun t-1, Menurut penelitian yang dilakukan Rajab (2017) alokasi biaya tanggungjawab sosial bisa dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Alokasi Biaya} = \frac{\text{biaya tanggungjawab sosial pada waktu (t)}}{\text{Laba (Rugi) bersih pada waktu (t - 1)}} \times 100$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Statistik Deskriptif Penelitian

Date: 05/31/24 Time: 17:40
Sample: 2020 2023

	ROA	EPS	PER	CSR
Mean	16.53792	387.4423	10.76875	2.331042
Median	11.68500	166.2650	8.250000	1.180000
Maximum	61.63000	2299.260	40.50000	19.48000
Minimum	-7.980000	-22.01000	-12.10000	-1.450000
Std. Dev.	16.27770	504.8371	9.807751	3.350571
Skewness	1.424102	2.030016	1.167083	3.126075
Kurtosis	4.197732	6.839014	4.965216	15.60959
Jarque-Bera	19.09366	62.44379	18.62081	396.1824
Probability	0.000071	0.000000	0.000090	0.000000
Sum	793.8200	18597.23	516.9000	111.8900
Sum Sq. Dev.	12453.28	11978443	4521.023	527.6374
Observations	48	48	48	48

z

- Sumber: hasil olah data menggunakan Eviews

Pengujian data panel

Uji chow

Tabel 2

Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests

Equation: FEM

Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	2.483374	(11,33)	0.0214
Cross-section Chi-square	28.949203	11	0.0023

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Berdasarkan pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai Probability Crosssection Chi-square sebesar 0.0023 yang nilainya $< 0,05$ maka H1 dapat diterima dan dapat disimpulkan bahwa Fixed Effect Model lebih tepat dibandingkan dengan Common Effect Model

Uji Hausman

Tabel 3

Hasil Uji Hausman

Correlated Random Effects - Hausman Test

Equation: REM

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.805657	3	0.6137

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Bedasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa nilai Probability Crosssection random bernilai $0.6137 > 0,05$ yang artinya H0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Random Effect Model yang dipilih.

Uji Lagrange Multiplier

Tabel 4

Hasil Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects

Null hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives

	Cross-section	Test Hypothesis	
		Time	Both
Breusch-Pagan	3.880295 (0.0489)	1.147984 (0.2840)	5.028279 (0.0249)
Honda	1.969846 (0.0244)	-1.071440 (0.8580)	0.635269 (0.2626)
King-Wu	1.969846 (0.0244)	-1.071440 (0.8580)	-0.037868 (0.5151)
Standardized Honda	2.575990 (0.0050)	-0.816449 (0.7929)	-2.228840 (0.9871)
Standardized King-Wu	2.575990 (0.0050)	-0.816449 (0.7929)	-2.590085 (0.9952)
Gourieroux, et al.	--	--	3.880295 (0.0603)

Sumber: Hasil output Eviews 12

Dapat dilihat dari hasil pengujian diatas yang menunjukkan bahwa nilai LM sebesar 0.0249. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dengan nilai $0.0249 < 0.05$ (chi square), artinya Random Effect Model yang dipilih.

Berdasarkan uji pemilihan model estimasi regresi data panel menunjukkan bahwa model yang paling tepat digunakan dalam penelitian ini adalah Random Effect Model.

Hasil analisis regresi data panel

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi data panel

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 06/02/24 Time: 22:47
Sample: 2020 2023
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	13.73733	2.472183	5.556761	0.0000
X1	-0.019590	0.193945	-0.101009	0.9200
X2	-0.006826	0.006027	-1.132516	0.2634
Effects Specification			S.D.	Rho
Cross-section			5.065421	0.2724
random			8.279582	0.7276
Idiosyncratic				
random				
Weighted Statistics				
R-squared	0.130834	Mean dependent var	6.814598	
Adjusted R-squared	0.092205	S.D. dependent var	8.622725	
S.E. of regression	8.215585	Sum squared resid	3037.313	
F-statistic	3.386890	Durbin-Watson stat	1.301539	
Prob(F-statistic)	0.042639			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.101673	Mean dependent var	10.76875	
Sum squared resid	4061.355	Durbin-Watson stat	0.973365	

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan regresi data panel dengan model Random Effect sebagai berikut:

$$Y = 13.737 - 0.0195X_1 - 0.0068X_2 + e$$

Moderated Regression Anlaysia (MRA)

Tabel 6
Hasil Moderated Regression Anlaysia (MRA)

Dependent Variable: Y
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects)
Date: 06/02/24 Time: 22:14
Sample: 2020 2023
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	15.64431	2.836713	5.514942	0.0000
X1	-0.050919	0.248911	-0.204566	0.8389
X2	-0.007376	0.008054	-0.915750	0.3650
Z	-0.800676	0.588610	-1.360282	0.1810
X1Z	0.000418	0.119961	0.003488	0.9972
X2Z	0.000811	0.005064	0.160126	0.8735

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Berdasarkan tabel di atas maka hasil pengujian model regresi berganda nilainya, sebagai berikut:

$$Y = 15.64431 - 0.050919X_1 - 0.007376X_2 - 0.800676Z + 0.000418X_1Z + 0.000811X_2Z + e$$

Berdasarkan hasil uji Moderated Regression Analysis (MRA) diperoleh kesimpulan bahwa CSR memperlemah hubungan ROA terhadap nilai perusahaan, dengan nilai koefisien 0.000418 dan nilai probability sebesar $0.9972 > 0.05$. CSR memperlemah hubungan EPS terhadap nilai perusahaan dengan nilai koefisien 0.000811 dan nilai probability sebesar $0.8735 > 0.05$.

Uji parsial (Uji t)

Tabel 7
Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.73733	2.472183	5.556761	0.0000
X1	-0.019590	0.193945	-0.101009	0.9200
X2	-0.006826	0.006027	-1.132516	0.2634

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

- Hasil uji t pada variabel ROA (X1) diperoleh t hitung sebesar $-0.101009 < t$ tabel yaitu 2.012896 dan dengan nilai sig. $0.9200 > 0.05$, maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima, artinya ROA tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
- Hasil uji t pada variabel EPS (X2) diperoleh t hitung sebesar $-1.135166 < t$ tabel yaitu 2.012896 dan dengan nilai sig. $0.2634 > 0.05$, maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima, arti EPS tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8
Hasil Uji F

R-squared	0.130834	Mean dependent var	6.814598
Adjusted R-squared	0.092205	S.D. dependent var	8.622725
S.E. of regression	8.215585	Sum squared resid	3037.313
F-statistic	3.386890	Durbin-Watson stat	1.301539
Prob(F-statistic)	0.042639		

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai probability (F-Statistic) sebesar $0.042639 < 0,05$. Artinya variabel ROA (X1) dan EPS (X2) secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Koefisien Determinasi

Tabel 9

Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi

R-squared	0.130834	Mean dependent var	6.814598
Adjusted R-squared	0.092205	S.D. dependent var	8.622725
S.E. of regression	8.215585	Sum squared resid	3037.313
F-statistic	3.386890	Durbin-Watson stat	1.301539
Prob(F-statistic)	0.042639		

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Sumber: Hasil output Eviews 12 yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, nilai Adjusted R-squared sebesar 0.09 (9%) artinya bahwa variasi Y dapat dapat dijelaskan oleh X1 dan X2 sebesar 9%, sedangkan 91% sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian uji t yang telah dilakukan dapat dilihat perolehan t hitung sebesar $-0.101009 < t$ tabel yaitu 2.012896 dan dengan nilai sig. $0.9200 > 0.05$, maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima, artinya ROA tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pertambangan yang terdaftar di ISSI tahun 2020-2023. Hal ini tidak sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa ROA mampu menjadi sinyal atau indikator untuk para stakeholder (pemangku kepentingan) mengenai kualitas atau kinerja perusahaan yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Putra & Sunarto (2021) yang menyatakan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pada konteks tertentu, kinerja perusahaan yang digambarkan ROA tidak memiliki hubungan korelasi yang kuat dengan nilai perusahaan. Meskipun ROA sering digunakan sebagai indikator kinerja keuangan yang penting, sifat sumber daya yang terbatas dan tidak bisa diprediksi dalam industri pertambangan bisa saja mempengaruhi nilai perusahaan dengan faktor-faktor lain selain ROA. Seringkali perusahaan pertambangan mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk menemukan cadangan baru, pengeluaran ini dalam jangka pendek tidak langsung mempengaruhi ROA, Namun mempunyai dampak yang signifikan pada nilai perusahaan dalam jangka Panjang.

Pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian uji t yang telah dilakukan dapat dilihat perolehan t hitung sebesar $-1.135166 < t \text{ tabel yaitu } 2.012896$ dan dengan nilai sig. $0.2634 > 0.05$, maka H_{a1} ditolak dan H_{01} diterima, arti EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa EPS yang tinggi mampu mempengaruhi pandangan tentang kualitas perusahaan, yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Dari sekian banyak variabel yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan, EPS merupakan salah satunya. EPS memperlihatkan gambaran profitabilitas dari perusahaan yang tercermin pada setiap lembar saham. Para calon investor tertarik dengan tingkat besaran EPS, dikarenakan hal ini merupakan suatu indikator pencapaian keberhasilan perusahaan. Maka fluktuasi EPS ini akan mempengaruhi permintaan saham dan tentunya akan mempengaruhi nilai perusahaan. penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rakasiwi, Pranaditya, & Andini (2017) yang menyatakan bahwa EPS tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ROA, EPS secara simultan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian uji F yang telah dilakukan dapat dilihat perolehan nilai probability(F-Statistic) sebesar $0.042639 < 0,05$. Artinya variabel ROA (X1) dan EPS (X2) secara Bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_{a3} dapat diterima sedangkan H_{03} ditolak. Arah korelasi Fhitung yang positif memperlihatkan jika ROA dan EPS secara Bersama-sama mengalami kenaikan maka akan berdampak kenaikan pula pada Nilai Perusahaan. Namun sebaliknya, jika ROA dan EPS secara Bersama-sama mengalami penurunan maka akan menyebabkan penurunan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh CSR

Berdasarkan hasil penelitian dari pengujian MRA menunjukkan nilai koefisien sebesar 0.000418 dan nilai probability sebesar $0.9972 > 0.05$ yang artinya CSR memperlemah hubungan antara ROA terhadap nilai perusahaan. maka dapat disimpulkan bahwa H_{a4} ditolak. Hal ini dikarenakan industri pertambangan sering memerlukan investasi yang besar. Saat sebagian besar dari sumber daya dialokasikan ke program-program CSR yang tidak ada kaitan dengan inti bisnis atau tidak memberikan pengembalian yang memadai, maka akan mengurangi ROA dan menyebabkan penurunan profitabilitas perusahaan yang kemudian akan berdampak pada nilai perusahaan. penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fitrianti (2018) yang mengatakan bahwa CSR tidak dapat memoderasi hubungan profitabilitas yang diukur dengan ROA terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh EPS terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh CSR

Hasil penelitian dari pengujian MRA menunjukkan nilai koefisien 0.000811 dan nilai probability sebesar $0.8735 > 0.05$ yang artinya CSR memperlemah hubungan antara EPS terhadap nilai perusahaan. maka dapat disimpulkan bahwa H_{a5} ditolak. Ketidaksesuaian CSR dengan inti strategi bisnis, pengelolaan resiko yang kurang, serta kesulitan ketika mengevaluasi dampak secara efektif akan mengakibatkan penurunan hubungan antara EPS dan nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan. penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (YPE, 2019)Yosephien Angelina dan Yenni Kristiana (2019) yang menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility tidak memoderasi Earning Per Share (EPS) terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa secara parsial Return On Asset (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig. 0.9200 lebih besar dari $\alpha = 5\%$ atau 0.05. Begitu pula dengan variabel Earning Per Share (EPS) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai sig. 0.2634 lebih besar dari $\alpha = 5\%$ atau 0.05.

Namun berdasarkan hasil pengujian uji F yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa variabel Return On Asset (ROA) dan variabel Earning Per Share (EPS) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan perolehan nilai probability(F-Statistic) sebesar 0.042639 lebih kecil dari $\alpha = 5\%$ atau 0.05.

Sementara itu berdasarkan uji Moderated Regression Analysis (MRA) menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility memperlemah hubungan antara variabel Return On Asset maupun variabel Earning Per Share (EPS) terhadap nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di ISSI periode 2020-2023.

DAFTAR PUSTAKA

- Aja, A., Ulya, M. J., Akbar, M. R., Mashabi, M., & Nengsih, T. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 24(2).
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2006). *Dasar-dasar manajemen keuangan*. Salemba empat.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (11th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Chandra, A., Putri, A. P., Angela, L., Puspita, H., Auryn, F., & Jingga, F. C. (2020). Pengaruh Earning Per Share, Kebijakan Dividen, Arus Kas, Leverage Dan Return on Assets Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 15(1), 1–13.
- 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* (PhD Thesis, UNIVERSITAS LAMPUNG). UNIVERSITAS LAMPUNG. Retrieved from <http://digilib.unila.ac.id/33013/>
- Hadi, N. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hidayatulloh, M. Z., & Handayani, N. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(7).
- Itsaini, H. M., & Subardjo, A. (2017). Pengaruh profitabilitas dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 6(6). Retrieved from <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/490>
- Kasmir, S. E. (2015). *Studi Kelayakan Bisnis: Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Khairiyani, K., Mubyarto, N., Mutia, A., Zahara, A. E., & Habibah, G. A. (2019). Kinerja lingkungan terhadap kinerja keuangan serta implikasinya terhadap nilai perusahaan. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 3(1), 41–62.
- Kurniawan, B., & Orinaldi, M. (2023). Pengaruh Ukuran Dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Corporate Internet Reporting Pada Daftar Efek Syariah (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020). *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(1), 121–132.
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep dan Aplikasi*. Penerbit Adab.
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan

- Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149–157.
- Rajab, M. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderating (studi empiris perusahaan manufaktur yang terdapat di Jakarta Islamic index tahun 2011-2015) (PhD Thesis). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Rakasiwi, F. W., Pranaditya, A., & Andini, R. (2017). Pengaruh EPS, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, sales growth dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010–2015. *Journal Of Accounting*, 3(3). Retrieved from <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/AKS/article/view/666>