



PREDIKSI CORPORATE VALUE BERDASARKAN UKURAN PERUSAHAAN DAN FAKTOR RASIO KEUANGAN MELALUI TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Lisdawati

Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang
e-mail: dosen02115@unpam.ac.id

Article History :

Recieved 21 Agustus 2019

Recieved in revished form

12 December 2019

Acepted 16 Januari 2020

Available offline 20 Mei 2020

Available online 22 September 2020

Language Transcript :

Indonesia (ID)

Key Words: *corporate value, firm size, corporate social responsibility*

Abstract – Penelitian ini bertujuan untuk memprediksi ukuran perusahaan dan faktor rasio keuangan melalui tanggung jawab perusahaan sebagai variabel intervening. Corporate value diukur menggunakan proxi TobinsQ. Jenis penelitian ini menggunakan kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif dimana melibatkan objek penelitian berupa data dan angka-angka menggunakan data laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Populasi penelitian ini adalah perusahaan Sub Sektor Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010-2017 dengan penetapan sampel akhir 4 perusahaan. Metode analisis data dilakukan dengan analisis jalur (path analysis) menggunakan teknik sobel test. Prediksi Corporate Value berdasarkan ukuran perusahaan dan faktor rasio keuangan melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan hanya dibuktikan oleh faktor ukuran perusahaan berpengaruh positif baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Sementara faktor rasio keuangan yang terdiri dari likuiditas, leverage, dan profitabilitas tidak mampu memprediksi corporate value baik secara langsung maupun tidak langsung melalui tanggung jawab sosial perusahaan.

1. PENDAHULUAN

Pemegang saham adalah pihak yang memegang kekuasaan tertinggi dalam Perseroan. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan kehandalan informasi yang tertuang dalam laporan keuangan yang menjadikan dasar dalam pembuatan keputusan investasi, manajemen aset dan sumber pendanaan (Elinda & Sukirman 2015). Fenomena tanggung jawab sosial dapat digunakan sebagai cara bagi pihak manajemen untuk membangun *brand image* dan reputasi perusahaan. Perkembangan tanggung jawab sosial di Indonesia juga didukung oleh Pemerintah melalui regulasi kewajiban pengoperasian perusahaan sebagaimana diatur dalam Pasal 66 dan Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40

Tahun 2007. Pada Pasal 66 ayat (2) pada bagian c dijelaskan bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan diwajibkan juga melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Marietza & Alfredo 2017). Selain itu, kewajiban menjalankan tanggung jawab sosial juga diatur dalam undang-undang Penanaman Modal No. 25 Tahun 2007 Pasal 15 bagian b, Pasal 17 dan Pasal 34 yang mengatur setiap penanaman modal diwajibkan untuk ikut serta dalam tanggung jawab sosial perusahaan (Maulidan 2015). Efek dimensi atau kategori pengungkapan tanggung jawab sosial ini berdampak pada kinerja perusahaan pada seluruh organisasi yang telah menerapkannya secara konsisten dalam memprediksi nilai perusahaan. Perkembangan perusahaan di Indonesia yang membuat laporan pertanggungjawaban sosial (selanjutnya

disebut CSR) sebagian yang secara tersendiri dalam format *Sustainability Report* (SR) ini sejak awal 2013 telah tercatat terdapat sekitar 40 perusahaan yang mengacu pada standar pelaporan yang telah dikeluarkan oleh *the Global Reporting Initiative* (GRI). Berdasarkan data terakhir dalam *Press Release SRA 2016*, pada tahun jumlahnya terus mengalami peningkatan hingga menjadi 120 perusahaan pada tahun 2016, kondisi ini tentunya menjadi faktor pendorong dalam mengkomunikasikan kepedulian perusahaan terhadap sesama manusia dan lingkungan sekitar dalam rangka meningkatkan reputasi dan keberlanjutan perusahaan (Kurniawan, Sofyani & Rahmawati 2018). Setiap perusahaan memiliki berbagai faktor dalam menentukan pengungkapan CSR meskipun perusahaan dalam kategori industri yang sama. Faktor-faktor ini disebut dengan karakteristik perusahaan (Restanti & Husain 2018).

Karakteristik perusahaan diklasifikasikan melalui 3 (tiga) pendekatan, yaitu struktur, kinerja dan pasar. Pendekatan struktur meliputi ukuran perusahaan, kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban-kewajibannya (*leverage*) dan hubungan antara tingkat pengembalian tahunan atau pendapatan. Pendekatan kinerja (*performance*) perusahaan meliputi likuiditas perusahaan dan laba yang terkait dengan profitabilitas dan penjualan. Pendekatan pasar meliputi faktor-faktor seperti jenis industri, tipe auditor dan status perusahaan. Keseluruhan karakteristik tersebut dituangkan dalam rasio-rasio keuangan perusahaan (Haryanto & Aprilia 2008). Analisis faktor rasio keuangan ini sangat bergantung pada kemampuan analisis laporan keuangan dalam mengaplikasikan dan menginterpretasikannya dalam bentuk karakteristik informasi-informasi yang terdapat di dalam maupun luar perusahaan. Karakteristik perusahaan yang biasa dilihat investor yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan variabel atau konstruk yang sering digunakan dalam penelitian-penelitian manajemen, akuntansi dan perpajakan. Berdasarkan PSAK No. 16

pada Paragraf 06, definisi aset merupakan aset berwujud yang dimiliki untuk digunakan dalam produksi atau penyediaan barang atau jasa, untuk direntalkan kepada pihak lain, atau untuk tujuan administratif dan diharapkan digunakan selama lebih dari satu periode (IAI 2013). Banyak penelitian yang menggunakan pengukuran total aset untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan.

Faktor rasio keuangan penting lainnya yaitu likuiditas. Likuiditas memiliki efek terbalik dengan profitabilitas, dimana penurunan profitabilitas terkait langsung dengan peningkatan likuiditas karena adanya kelebihan aset produktif yang tidak dimanfaatkan oleh perusahaan sehingga diperlukan manajemen kebijakan modal kerja yang optimal supaya perusahaan tetap likuid dan tidak mengganggu profitabilitasnya (Horne & Wachowicz Jr. 2012). Penentuan nilai perusahaan (*corporate value*) akan selalu menjadi domain utama bagi kalangan akademisi dan praktisi yang menarik untuk dianalisis, dikaji ulang dan diteliti dengan melibatkan seperangkat faktor-faktor tertentu.

Rasio keuangan merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan laba bersih dan kinerja keuangan perusahaan, rasio ini menjadi *tools* yang paling banyak digunakan untuk menganalisis informasi keuangan dan merujuk kepada keterkaitan antar entitas ekonomi (Subramanyam 2014, p. 33). Total aset merupakan determinan utama untuk menjadi penyebut dalam beberapa rasio keuangan yang digunakan. Total aset menggambarkan ukuran perusahaan berdasarkan keseluruhan aset perusahaan pada posisi periode tertentu. Ukuran ini diklasifikasi menjadi *current assets* dan *non-current assets*. *Current assets* terbagi menjadi 5 (lima) bagian, yaitu: (i) kas dan setara kas; (ii) investasi jangka pendek (*short-term investment*); (iii) piutang (*receivable*); persediaan (*inventory*) dan beban dibayar dimuka (*prepaid expenses*) sementara *non-current assets* terdiri dari: (i) investasi jangka panjang (*long term investment*); (ii) aset tetap (*fixed assets* yaitu *property, plant and equipment*); (iii) aset tidak berwujud (*intangible assets*) dan aset lain-lain (*other assets*) (Kieso, Weygandt & Kimmel 2013). Penelitian ini menggunakan pengukuran total

aset untuk mengukur besar kecilnya suatu perusahaan dengan menjumlahkan *current assets* dan *non-current assets* dalam laporan posisi keuangan (neraca) perusahaan.

Karakteristik perusahaan penting lainnya yaitu likuiditas. Likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus segera dipenuhi, atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya pada saat ditagih (Kasmir 2016). Menurut Keown (Keown, 2011), likuiditas dapat diukur dengan beberapa pendekatan: (i) rasio lancar (*current ratio*) yaitu dengan membandingkan kas dan aset-aset yang dapat diubah dalam bentuk kas pada tahun dimana kewajiban jatuh tempo dan akan dibayar pada tahun itu juga (Subramanyam 2014, p. 546); dan (ii) rasio cepat (*acid-test ratio*) yang menggunakan aset lancar dengan mengeluarkan unsur persediaan, dimana menjadi bagian yang paling tidak likuid dalam numerator (Subramanyam 2014, p. 599).

Berbagai cara untuk mengukur profitabilitas, lebih baik menggunakan ROA. *Return On Asset* (ROA) merupakan perbandingan antara faktor margin laba dengan perputaran total aktiva. Apabila salah satu faktor tersebut meningkat (atau keduanya), maka ROA juga akan meningkat. Semakin besar ROA menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik. Investor percaya bahwa manajemen perusahaan telah menggunakan aktiva perusahaan secara efektif untuk menghasilkan laba bagi para pemiliknya (Rudianto 2015). ROA adalah pengukuran atas kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan seluruh aset yang dimilikinya. Kondisi profitabilitas perusahaan yang baik akan mendorong para investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Dengan demikian, bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan. Keuntungan usaha yang dihasilkan oleh nasabah dengan *return* kepada investor dengan perhitungan berupa *feedback rate* tidak hanya berdasarkan pendapatan atau penjualan (Yanti 2018). Penelitian ini menggunakan pengukuran tingkat profitabilitas perusahaan dengan

proksi *Return On Assets* (ROA) yang mencerminkan tingkat efisiensi operasi perusahaan dalam menghasilkan keuntungannya (Titman, Keown & Martin 2018, p. 88).

Faktor pengungkapan CSR menjadi bagian yang melekat dalam mengukur kinerja keuangan. CSR didefinisikan sebagai berikut “*Responsibility of an organization for the impacts of its decisions activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholder; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship*” (Heslin & Ochoa 2008). CSR semakin mendapat perhatian dari kalangan dunia usaha dilihat dari perkembangan CSR dengan faktor kerusakan lingkungan yang terjadi di Indonesia maupun dunia, mulai dari penggundulan hutan, polusi udara dan air, hingga perubahan iklim. CSR merupakan klaim agar perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan para *shareholders*, tetapi juga untuk kepentingan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis yaitu para pekerja, komunitas lokal, pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, konsumen, dan lingkungan atau yang disebut dengan *profit, people, dan planet* (3P), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup planet ini (*planet*). (Heslin dan Ochoa, 2008). CSR dapat membantu membangun citra positif dengan para *stakeholders* yang dan timbal-balik dari kelompok tersebut adalah dengan memasukkan aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif, dan meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan (Horison & Nugrahanti 2014). Pelaku ekonomi dalam memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat sekitar selain berusaha untuk kepentingan pemegang saham dan berfokus dalam pencapaian laba, sesuai dengan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.1 (IAI:2015) Paragraf

14 dan diungkap dalam laporan tahunan (Marietza & Alfredo 2017).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai berikut: “*corporate value which is the present value of expected free cash flow, discounted at a weighted average cost of capital*” (Brigham & Houston 2014, p. 58).

Nilai sekarang dapat diuraikan sebagai nilai sekarang (*present value*) dari *free cash flow* untuk masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal. Salah satu alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan adalah dengan menggunakan Tobin's Q (Heder & Priyadi 2017). Rasio ini dikembangkan oleh James Tobin yang dinilai dapat memberikan informasi paling baik mengenai fenomena dalam kegiatan perusahaan seperti hubungan antar kepemilikan saham manajemen dan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan pendekatan analisis rasio berdasarkan nilai pasar (*market value*) yang terdiri dari *price earnings ratio* (PER), *price book value ratio* (PBVR), *market book ratio* (MBR), dan *dividend payout ratio*. Penelitian ini menggunakan pengukuran yang dihitung berdasarkan kondisi tertentu yang dicapai oleh perusahaan untuk jangka waktu yang lama sebagai gambaran kepercayaan publik terhadap perusahaan dengan proksi *Tobins'Q ratio* (Elim 2019).

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa hasil penelitian antara lain: (1) Penelitian tahun 2012 yang menggunakan data publikasi laporan keuangan di *Indonesian Capital Market Directory* 2007 atas 106 data sampel, dengan temuan riset yang menunjukkan bahwa rasio ungkitan, rasio likuiditas, basis perusahaan, umur emiten, kepemilikan publik dan kepemilikan asing tidak menunjukkan signifikansi pengaruhnya, hanya besar perusahaan dan good corporate governance (GCG) yang menunjukkan signifikansi pengaruhnya dengan arah positif terhadap kualitas pengungkapan sukarela (Haryanto & Aprilia 2008). Penelitian tahun 2014 yang menggunakan data publikasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2012 dengan temuan riset yang menjelaskan perbedaan tingkat

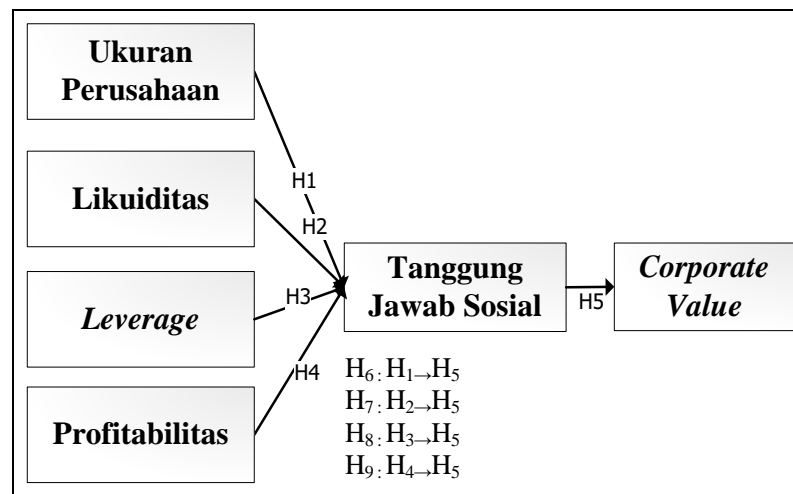
pengungkapan *Corporate Social Responsibility* antara perusahaan dengan tingkat manajemen laba tinggi dan rendah (Horison & Nugrahanti 2014). Pada tahun 2015 yang menggunakan sampel perusahaan Farmasi periode 2009-2012 sebanyak 9 perusahaan, dengan temuan riset yang menguji struktur modal menghasilkan pengaruh yang tidak signifikan dari faktor ukuran perusahaan dan risiko bisnis sementara pengaruh positif yang signifikan dari faktor likuiditas dan pengaruh negatif yang signifikan dari faktor profitabilitas (Dwija Bhawa & Dewi S. 2015). Pada tahun 2017 menggunakan 37 data observasi non-partisipan berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui ICMD tahun 2011-2015, dengan temuan riset bahwa *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sementara profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi mampu memoderasi pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan tetapi tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Wulandari & Wiksuana 2017) serta melibatkan 21 sampel perusahaan sumber daya alam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015, temuan riset hasil pengungkapan tanggung jawab sosial hanya dapat memediasi pengaruh *political cost hypothesis*, manajemen laba, dan komite audit terhadap nilai perusahaan, namun tidak dapat memediasi pengaruh *bonus plan hypothesis*, *debt / equity hypothesis*, kepemilikan institusional, kepemilikan publik dan dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan (Agustina, Sulia & Rice 2017).

Industri sektor transportasi menjadi perhatian Pemerintah Indonesia seiring dengan percepatan pembangunan infrastruktur dalam negeri kurun waktu 10 tahun terakhir. Menurut Laporan Bappenas (Bab 33), langkah-langkah kebijakan dan hasil yang dicapai berfokus pada prasarana jalan, lalu lintas angkutan jalan, perkeretaapian, angkutan sungai dan penyebrangan, transportasi laut dan udara, dan penunjang sektor transportasi (Kementerian

PPN/ Bappenas n.d., pp. 33.18-33). Menjelang MEA 2016, para operator transportasi agar secara manajerial ikut menyuksesi dalam menyongsong diberlakukannya pasar tunggal ASEAN tahun 2016 akan berdampak pada liberalisasi di sektor ini, sehingga operator transportasi bisa beroperasi di setiap negara anggota ASEAN melalui asas *cabotage* di moda transportasi laut dan udara yang akan berdampak ke perekonomian nasional khususnya saham-saham jasa transportasi

(Kementerian Perhubungan Republik Indonesia 2015).

Penelitian ini menggunakan objek penelitian pada perusahaan sub sektor Transportasi yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2017. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian ini menggunakan faktor ukuran perusahaan serta faktor rasio keuangan yang terdiri dari likuiditas, *leverage* dan profitabilitas untuk memprediksi *corporate value* melalui pengungkapan CSR.



Gambar 1. Model Penelitian

Rerangka pemikiran di atas, dirumuskan dalam hipotesis alternatif berikut ini:

- H1 Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- H2 Likuiditas berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- H3 *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- H4 Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
- H5 berpengaruh positif terhadap *Corporate Value*
- H6 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memediasi ukuran perusahaan terhadap *Corporate Value*
- H7 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memediasi Likuiditas terhadap *Corporate Value*
- H8 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memediasi *Leverage* terhadap

Corporate Value

- H9 Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memediasi Profitabilitas terhadap *Corporate Value*

2. METODOLOGI

2.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis kausal komparatif, yaitu tipe penelitian dengan penyelidikan empiris yang sistematis dimana ilmuan tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena eksistensi dari variabel tersebut telah terjadi, atau karena variabel tersebut pada dasarnya tidak dapat dimanipulasi (Ibrahim et al. 2018, pp. 33-34). Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dimana melibatkan objek penelitian berupa data dan angka-angka menggunakan data sekunder yang diperoleh dari studi

kepastakaan, laporan tahunan, laporan keuangan serta *content analysis* melalui metode pengkodefikasian teks dari ciri-ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok tergantung pada kriteria yang ditentukan berdasarkan indeks pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) yang bertujuan untuk memprediksi nilai perusahaan melalui tanggung jawab sosial perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sektor Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2.2. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah yang digeneralisasi atas subyek atau obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2018, p. 117). Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono 2018, p. 118). Populasi bukan sekedar jumlah pada obyek/subyek

tetapi meliputi karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh obyek/ subyek tersebut. Mutu dari suatu penelitian tidak selalu ditentukan oleh besarnya sampel, akan tetapi oleh kokohnya dasar-dasar teorinya, desain penelitiannya (asumsi-asumsi statistik), serta mutu pelaksanaan dan pengolahannya (Setianigsih & Abdul Kader 2018). Penetapan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* karena menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono 2018, p. 126) yaitu: (i) perusahaan yang bergerak pada sub sektor transportasi; (ii) mempublikasikan laporan CSR dalam *annual report* secara lengkap sejak tahun 2010-2017; dan (iii) menggunakan mata uang pelaporan dalam Rupiah (IDR). Jumlah Perusahaan yang masuk dalam kriteria sampel sebanyak 38 (tiga puluh delapan) perusahaan dalam periode pengamatan selama 8 (delapan) tahun.

2.3. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian dirumuskan ke dalam tabel berikut ini

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Pengukuran		
	Keterangan	Indikator	Skala
Independen (X)	Ukuran Perusahaan	Log_Total Aset	Skala Rasio
	Likuiditas	Aset Lancar / Utang Lancar	
	<i>Leverage</i>	Utang / Modal	
	Profitabilitas	Laba Bersih / Total Aset	
Intervening (Y)	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$ nj adalah jumlah item pengungkapan tanggung jawab sosial untuk perusahaan j, nj = 91 Xij : 1, jika item i diungkapkan, dan 0 jika item i tidak diungkapkan	Skala Rasio
		Dependen (Z)	<i>Corporate Value</i>

Sumber: Data diolah, 2019

2.4. Metode Analisis Data

Metode analisis data menggunakan *path analysis* dengan bantuan program *SPSS for Windows Ver.23* dan *sobel test*. Tahapan analisis data yaitu: (i) analisis statistik deskriptif; (ii) uji

asumsi klasik meliputi uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi (iii) uji linieritas menggunakan pendekatan *curve-fit*; (4) uji hipotesis dengan *direct effect* melalui regresi linear berganda; dan (5) uji hipotesis *indirect effect* dengan *sobel test*.

Persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_1 \quad \dots (1)$$

$$Z = \alpha + \beta_5 X_1 + \beta_6 X_2 + \beta_7 X_3 + \beta_8 X_4 + \beta_9 Y + e_2 \quad \dots (2)$$

Keterangan:

X1-X4 : Variabel Independen

Y : Variabel Intervening

Z : Variabel Dependen

α : Konstansa

$\beta_1 \dots \beta_9$: Koefisien Regresi

ε : Error

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil Penelitian

Populasi penelitian adalah 38 (tiga puluh delapan) perusahaan Sub Sektor Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan periode pengamatan selama 2010-2017. Setelah mempertimbangkan kriteria penilaian sampel, penelitian ini hanya menggunakan 4 (empat) perusahaan dengan hasil pertimbangan seleksi sampel berikut ini:

Tabel 2. Hasil Seleksi Sampel

Kriteria Sampel	Pelanggaran Kriteria	Jumlah Perusahaan
Perusahaan Sub Sektor Transportasi	-	38
Perusahaan yang <i>delisting</i> atau <i>relisting</i> pada tahun penelitian yaitu 2010-2017	(24)	14
Perusahaan yang menggunakan pelaporan tanggal tutup buku perusahaan selain 31 Desember (RIGS)	(1)	13
Tidak mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunan (BLTA, IATA, INDX, KARW, SAFE, SMDR, TMAS)	(7)	6
Data Ekstrim (MIRA, TRAM)	(1)	4

Sumber: Data diolah, 2019

Data observasi yang dilakukan selama tahun 2010-2017 yaitu 32 (tiga puluh dua) pengamatan. Adapun kode emiten, nama dan

tanggal perusahaan melakukan *initial public offerings* (IPO) pada Sub Sektor Transportasi yaitu:

Tabel 3. Daftar Nama Perusahaan Sampel

No.	Kode Emiten	Nama Perusahaan	Tanggal IPO
1	APOL	PT Arpeni Pratama Ocean Line, Tbk.	22-Jun-2005
2	HITS	PT Humpuss Intermoda Transportasi, Tbk.	15-Des-1997
4	WEKA	PT Weha Transportasi Indonesia, Tbk.	03-Mei-2007
5	ZBRA	PT Zebra Nusantara, Tbk.	01-Agust-1991

Sumber: Data BEI, 2019

3.2. Statistik Deskriptif

Hasil statistik deskriptif pada variabel penelitian ini dipetakan berdasarkan sebaran nilai sampel, nilai minimum dan maksimum

serta nilai rata-rata dengan simpangan bakunya.

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	32	9,736000	12,740800	11,64039688	,807893338
Likuiditas	32	,0350	1,3647	,505994	,3866416
Leverage	32	-7,2037	8,9094	1,371081	3,3492298
Profitabilitas	32	-1,1949	,1700	-,190719	,3048359
Pengungkapan CSR	32	,1099	,4615	,287438	,0989090
Corporate Value	32	,9767	10,2421	2,841653	2,0979798
Valid N (listwise)	32				

Sumber: Data diolah SPSS Versi 23.00, 2019

Ukuran Perusahaan (X1) menghasilkan sebaran data yang berkisar antara skor minimum hingga maksimum dengan logaritma 9,736000 dan 12,7400800. Nilai rata-rata diperoleh sebesar logaritma 11,79481500 dengan standar deviasi sebesar 0,787904916. Artinya, 32 data pengamatan pada perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2017 menghasilkan variasi data sampel yang sangat kecil (perbandingan nilai rata-rata dengan standar deviasi kurang dari 30%).

Likuiditas (X2) menghasilkan sebaran data yang berkisar antara skor minimum hingga maksimum dengan *current ratio* 0,0350 kali dan 1,3647 kali. Nilai rata-rata diperoleh sebesar 0,505994 kali dengan standar deviasi sebesar 0,3866416. Artinya, 32 data pengamatan pada perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2017 menghasilkan variasi data sampel yang relatif tinggi (perbandingan nilai rata-rata dengan standar deviasi lebih dari skor 1).

Leverage (X2) menghasilkan sebaran data yang berkisar antara skor minimum hingga maksimum dengan nilai minus -7,2037 kali dan 8,9094 kali. Nilai rata-rata diperoleh sebesar 1,371081 kali dengan standar deviasi sebesar 3,3492298. Artinya, 32 data pengamatan pada perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2017 menghasilkan variasi data sampel yang cukup besar (perbandingan nilai rata-rata dengan standar deviasi lebih dari 30%).

Profitabilitas (X4) menghasilkan sebaran data yang berkisar antara skor minimum hingga maksimum dengan *return-on assets* minus -

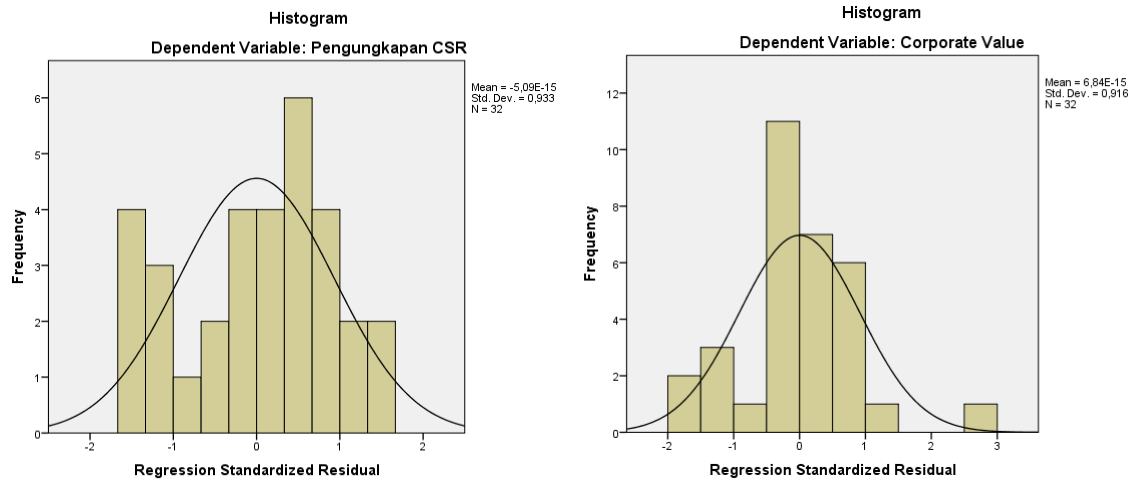
1,1949 dan 0,1700. Nilai rata-rata diperoleh sebesar minus 1,90719 dengan standar deviasi sebesar 0,3048359. Artinya, 32 data pengamatan pada perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2017 menghasilkan variasi data sampel yang sangat besar (perbandingan nilai rata-rata dengan standar deviasi lebih dari skor 1).

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) menghasilkan sebaran data yang berkisar antara skor minimum hingga maksimum dengan indeks 10,99 persen dan 46,15 persen. Nilai rata-rata diperoleh sebesar 28,7438 persen dengan standar deviasi sebesar 30,48359. Artinya, 32 data pengamatan pada perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2017 menghasilkan variasi data sampel yang sangat kecil (perbandingan nilai rata-rata dengan standar deviasi kurang dari 30%).

Corporate Value (Z) menghasilkan sebaran data yang berkisar antara skor minimum hingga maksimum dengan indeks 0,9767 dan 10,2421. Nilai rata-rata diperoleh sebesar 2,841653 dengan standar deviasi sebesar 2,0979798. Artinya, 32 data pengamatan pada perusahaan sub sektor transportasi yang terdaftar di BEI selama tahun 2010-2017 menghasilkan variasi data sampel yang cukup besar (perbandingan nilai rata-rata dengan standar deviasi lebih dari 30%).

3.3. Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas dilakukan dengan melihat histogram melalui 2 (dua) persamaan regresi yaitu:



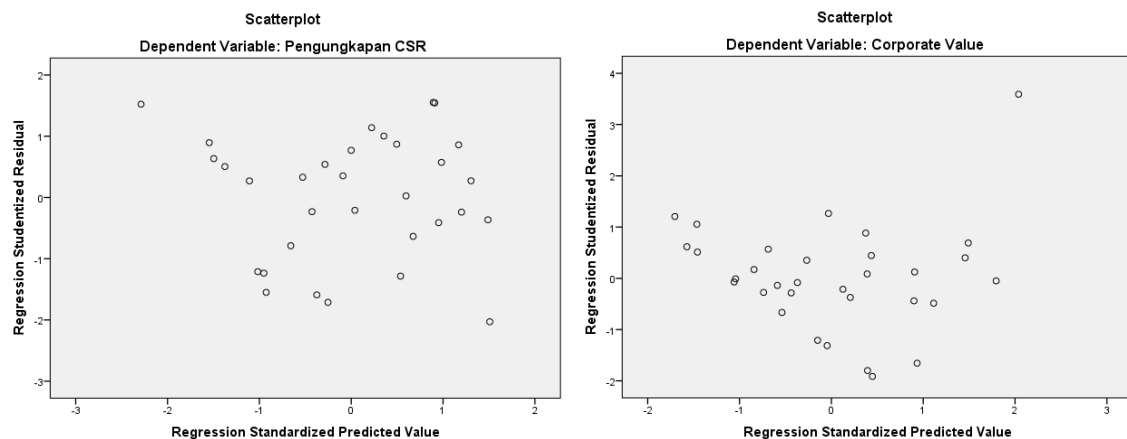
Gambar 2. *Histogram* Hasil Uji Normalitas

Sumber: Output (SPSS Versi 23.00), 2019

Grafik histogram masing-masing variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) dan *Corporate Value* (Z) menghasilkan nilai residual yang menunjukkan kurva normal dan

membentuk lonceng sempurna.

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatterplot* melalui 2 (dua) persamaan regresi yaitu:



Gambar 3. *Scatterplot Diagram* Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output (SPSS Versi 23.00), 2019

Grafik *scatterplot* masing-masing variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) dan *Corporate Value* (Z) menghasilkan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 dan sumbu Y, yang berarti bahwa model regresi ini

telah terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas dilakukan dengan melihat skor *tolerance* dan VIF (*varian inflated factors*) melalui 2 (dua) persamaan regresi yaitu:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Penelitian	Model Regresi 1		Model Regresi 2	
	Skor <i>Tolerance</i>	Skor VIF	Skor <i>Tolerance</i>	Skor VIF
Ukuran Perusahaan	0,918	1,090	0,487	2,055
Likuiditas	0,491	2,039	0,469	2,133
Leverage	0,541	1,850	0,539	1,854
Profitabilitas	0,918	1,089	0,909	1,101
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	-	-	0,528	1,893

Sumber: Data diolah SPSS Versi 23.00, 2019

Hasil uji multikolinearitas pada masing-masing model regresi menghasilkan skor *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10, yang berarti bahwa kedua model regresi ini terbebas dari permasalahan multikolinearitas antar

variabel independen.

Uji autokorelasi dilakukan dengan melihat skor *durbin watson* (dw) yang dibandingkan dengan nilai dU dan dL pada k = 4 (model regresi 1) dan k = 5 (model regresi 2).

Tabel 6. Rangkuman Hasil Uji Autokorelasi

Variabel Penelitian	Regresi 1		Regresi 2	
	Skor dL	Skor dU	Skor dL	Skor dU
Model	1,1769	1,7323	1,1092	1,8187
<i>Durbin Watson</i> (dw)	0,451		2,009	

Sumber: Data diolah SPSS Versi 23.00, 2019

Hasil uji autokorelasi pada model regresi 1 menghasilkan skor dw sebesar 0,451 yang berarti tidak ada autokorelasi positif ($0 < d < dl$) dan model regresi 2 menghasilkan skor dw sebesar 2,009 (berada di antara du dengan 4-du) yang berarti tidak ada autokorelasi baik positif maupun negatif.

3.4. Uji Linieritas

Hasil uji linieritas dilakukan dengan melakukan pemenuhan asumsi dalam model *path analysis*

agar menghasilkan spesifikasi model yang tepat. Pengujian ini menggunakan pendekatan *curve fit - parsimony of concepts* yaitu bilamana seluruh model yang diuji apakah signifikan atau tidak signifikan, berfungsi linier signifikan artinya model dapat dikatakan linier. Spesifikasi model yang digunakan sebagai dasar pengujian menggunakan satuan linier, kuadrat, kubik, inverse, *logarithmic*, *power*, *S*, *compound*, *growth* dan eksponensial.

Tabel 7. Rangkuman Hasil Uji Linieritas (Curve Fit)

Model Regresi	Spesifikasi Model	Nilai R ²	Nilai F	df1	df2	Sig.	Hasil Pengujian
X1 → Y	Quadratic	0,477	13,227	2	29	0,000	Signifikan
X2 → Y	Inverse	0,238	9,350	1	30	0,005	Signifikan
X3 → Y	Inverse	0,278	11,546	1	30	0,002	Tidak Signifikan
X4 → Y	Cubic	0,062	0,616	3	28	0,610	Tidak Signifikan
X1 → Z	Cubic	0,210	2,482	3	28	0,082	Signifikan
X2 → Y	Growth	0,193	7,170	1	30	0,120	Tidak Signifikan
X3 → Z	Linear	0,028	0,864	1	30	0,360	Tidak Signifikan
X4 → Z	Quadratic	0,127	4,378	2	28	0,045	Signifikan
Y → Z	Inverse	0,301	12,898	1	30	0,001	Signifikan

Sumber: Data diolah SPSS Versi 23.00, 2019

3.5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ditujukan untuk memprediksi faktor ukuran perusahaan dan rasio keuangan atas *Corporate Value* melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) melalui pengaruh

langsung (*direct effect*) dan pengaruh tidak langsung (*indirect effect*). Adapun hasil persamaan regresi linier pada masing-masing model 1 dan 2 adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e_1 \dots (1)$$

$$Z = \alpha + \beta_5 X_1 + \beta_6 X_2 + \beta_7 X_3 + \beta_8 X_4 + \beta_9 Y + e_2 \dots (2)$$

Tabel 8. Rangkuman Hasil Uji Linieritas (Curve Fit)

	Nilai R	Nilai Adjusted R-Square	Std. Error of the Estimate
Model Regresi 1	0,687	0,393	0,0770327
Model Regresi 2	0,799	0,569	1,3768115

Sumber: Data diolah SPSS Versi 23.00, 2019

Hasil Perhitungan *Standar error of estimate* dari Model Regresi I dan II:

$$Pe_1 = \sqrt{1 - R^2}$$

$$= \sqrt{1 - (0,393)}$$

$$= \sqrt{0,607}$$

$$= 0,7791$$

$$\begin{aligned}
 Pe2 &= \sqrt{1 - R^2} \\
 &= \sqrt{1 - (0,569)} \\
 &= \sqrt{0,431} \\
 &= 0,6565
 \end{aligned}$$

Berdasarkan total keragaman data pada model regresi di atas, dapat dihitung dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 Rm^2 &= 1 - p^2_{e1} p^2_{e2} \\
 &= 1 - (0,7791)^2 \times (0,6565)^2 \\
 &= 1 - (0,6070 \times 0,4310) \\
 &= 1 - 0,2616
 \end{aligned}$$

$$= 0,7384$$

Nilai koefisien determinasi total (Rm^2) menghasilkan skor 0,7384, artinya 73,84 persen peubah atas variabel *corporate value* dapat diidentifikasi oleh variabel ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage*, profitabilitas dengan variabel tanggung jawab sosial perusahaan sebagai fungsi intervening sedangkan sisanya 26,13 persen diidentifikasi oleh faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam model penelitian ini.

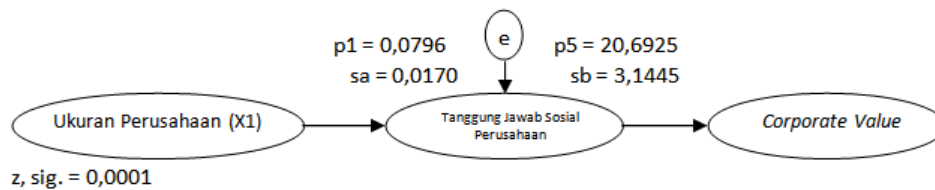
Tabel 9. Rangkuman Hasil Uji Analisis Jalur (*Direct Effect*)

Jalur (Path)	Hubungan antar Variabel	Nilai Standardized Beta (β)	Probabilitas Signifikansi	Kesimpulan
p1	H ₁ : X ₁ → Y	0,087	0,000	Signifikan
p2	H ₂ : X ₂ → Y	-0,057	0,273	Tidak signifikan
p3	H ₃ : X ₃ → Y	0,001	0,812	Tidak signifikan
p4	H ₄ : X ₄ → Y	-0,025	0,603	Tidak signifikan
p5	H ₅ : Y → Z	20,956	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah SPSS Versi 23.00, 2019

Uji hipotesis *indirect effect* dilakukan dengan teknik *sobel test* dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) sebagai variabel intervening. Hasil uji *direct effect* p1 atas variabel Ukuran Perusahaan diketahui menghasilkan probabilitas signifikansi lebih

kecil dari (<) 0,001 (Tabel 9) sehingga **menerima H₁**. Selanjutnya, output dari SPSS 23.00 hasil dari pengujian p₁ → p₅ melalui analisis jalur (*path analysis*) *indirect effect* yaitu:



Gambar 4. Pengaruh *indirect* antar Variabel X1 dan Z

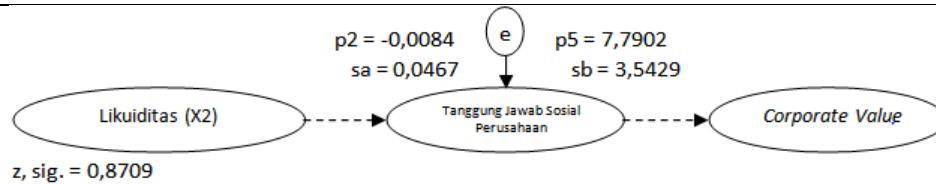
Sumber: Output (SPSS Versi 23.00), 2019

Hasil *sobel test* menghasilkan skor koefisien mediasi 1,6481 berada dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,0001 (lebih kecil dari 0,05). Nilai *standard error* adalah 0,4347 sehingga nilai *t* hitung menjadi:

$t = \frac{1,6481}{0,4347}$
$t = 3,7914$

Nilai *t* hitung sebesar 3,7914 menghasilkan skor yang lebih besar (>) dari *t* tabel (1,96) sehingga **menerima H₅**. Variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Value*.

Uji hipotesis *indirect effect* dilakukan dengan teknik *sobel test* dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) sebagai variabel intervening. Hasil uji *direct effect* p2 atas variabel Likuiditas diketahui menghasilkan probabilitas signifikansi lebih besar dari (>) 0,273 (Tabel 9) sehingga **menolak H₂**. Selanjutnya, output dari SPSS 23.00 hasil dari pengujian p₂ → p₅ melalui analisis jalur (*path analysis*) *indirect effect* yaitu:



Gambar 5. Pengaruh *indirect* antar Variabel X2 dan Z

Sumber: Output (SPSS Versi 23.00), 2019

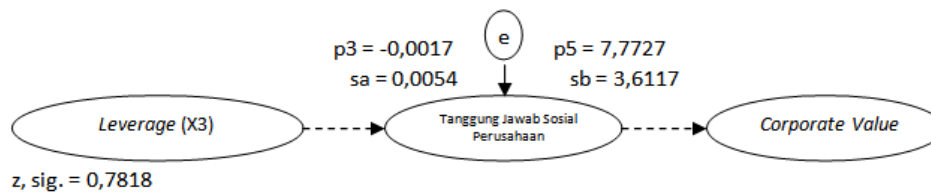
Hasil *sobel test* menghasilkan skor koefisien mediasi -0,0651 berada dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,8709 (lebih besar dari 0,05). Nilai *standard error* adalah 0,4006 sehingga nilai t hitung menjadi:

t	$=$	$\frac{-0,0651}{0,4006}$
t	$=$	-0,1625

Nilai t hitung sebesar -0,1625 menghasilkan skor yang lebih kecil (<) dari t tabel (1,96) sehingga **menolak H₇**. Variabel Tanggung

Jawab Sosial Perusahaan tidak memediasi pengaruh Likuiditas terhadap *Corporate Value*.

Uji hipotesis *indirect effect* dilakukan dengan teknik *sobel test* dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) sebagai variabel intervening. Hasil uji *direct effect* p₃ atas variabel *Leverage* diketahui menghasilkan probabilitas signifikansi lebih besar dari (>) 0,812 (Tabel 9) sehingga **menolak H₃**. Selanjutnya, output dari SPSS 23.00 hasil dari pengujian p₃ → p₅ melalui analisis jalur (*path analysis*) *indirect effect* yaitu:



Gambar 6. Pengaruh *indirect* antar Variabel X3 dan Z

Sumber: Output (SPSS Versi 23.00), 2019

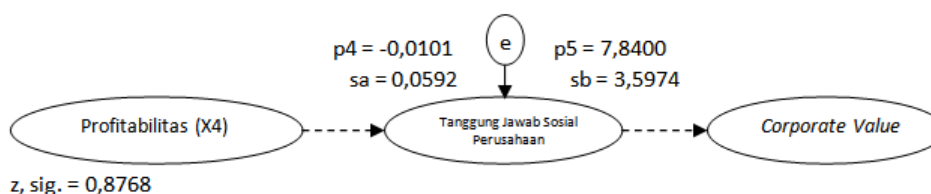
Hasil *sobel test* menghasilkan skor koefisien mediasi -0,0129 berada dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,7818 (lebih besar dari 0,05). Nilai *standard error* adalah 0,0465 sehingga nilai t hitung menjadi:

t	$=$	$\frac{-0,0129}{0,0465}$
t	$=$	-0,2774

Nilai t hitung sebesar -0,2774 menghasilkan skor yang lebih kecil (<) dari t tabel (1,96) sehingga **menolak H₈**. Variabel Tanggung

Jawab Sosial Perusahaan tidak memediasi pengaruh *Leverage* terhadap *Corporate Value*.

Uji hipotesis *indirect effect* dilakukan dengan teknik *sobel test* dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Y) sebagai variabel intervening. Hasil uji *direct effect* p₄ atas variabel Profitabilitas diketahui menghasilkan probabilitas signifikansi lebih besar dari (>) 0,603 (Tabel 9) sehingga **menolak H₄**. Selanjutnya, output dari SPSS 23.00 hasil dari pengujian p₄ → p₅ melalui analisis jalur (*path analysis*) *indirect effect* yaitu:



Gambar 7. Pengaruh *indirect* antar Variabel X4 dan Z

Hasil *sobel test* menghasilkan skor koefisien mediasi -0,0794 berada dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,8768 (lebih besar dari 0,05). Nilai *standard error* adalah 0,5120 sehingga nilai t hitung menjadi:

t	=	$\frac{-0,0794}{0,5120}$
t	=	-0,1551

Nilai t hitung sebesar -0,1551 menghasilkan skor yang lebih kecil (<) dari t tabel (1,96) sehingga **menolak H₉**. Variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tidak memediasi pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Value*.

3.6. Pembahasan

Hasil penelitian atas 9 (sembilan) hipotesis alternatif yang diusulkan, hanya 3 (tiga) hipotesis terbukti berpengaruh positif secara signifikan yaitu **H₁**, **H₅**, dan **H₆**. Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk memprediksi *Corporate Value* pengaruh langsung (*direct effect*) atas faktor ukuran perusahaan dan rasio keuangan (ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage*, profitabilitas) yang mempengaruhi melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebagai variabel intervening diuraikan sebagai berikut:

H1: Nilai koefisien regresi untuk variabel ukuran perusahaan sebesar 0,087 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000 sehingga **menerima H₁**. Hipotesis ini secara statistik membuktikan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi temuan besaran perusahaan dengan pengungkapan sukarela dengan hasil yang signifikan (Haryanto & Aprilia 2008). Semakin besar ukuran perusahaan menghasilkan pengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial perusahaan, hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam

penelitian ini berarti sangat menyadari bagaimana kedudukan tanggung jawab sosial perusahaan dalam informasi yang tertuang melalui laporan tahunan.

H2: Nilai koefisien regresi untuk variabel likuiditas sebesar -0,057 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,273 sehingga **menolak H₂**. Hipotesis ini secara statistik tidak membuktikan bahwa likuiditas memiliki pengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan penelitian ini tidak mengkonfirmasi temuan rasio dengan pengungkapan sukarela dengan hasil yang signifikan (Haryanto & Aprilia 2008) dan juga melalui *political cost hypothesis* untuk memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan dengan pengaruh yang negatif (Agustina, Sulia & Rice 2017). Besar kecilnya likuiditas perusahaan tidak menjamin perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangannya, hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti tidak mempertimbangkan faktor likuiditas perusahaan dalam mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

H3: Nilai koefisien regresi untuk variabel *leverage* sebesar 0,001 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,813 sehingga **menolak H₃**. Hipotesis ini secara statistik tidak membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Temuan penelitian ini tidak mengkonfirmasi temuan rasio dengan pengungkapan sukarela dengan hasil yang signifikan (Haryanto & Aprilia 2008) tetapi melalui *debt/equity hypothesis* untuk memprediksi pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan mendukung dengan pengaruh yang tidak signifikan (Agustina,

- Sulia & Rice 2017). Besar kecilnya *leverage* perusahaan juga tidak menjamin perusahaan akan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangannya, hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti tidak mempertimbangkan faktor *leverage* perusahaan dalam mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- H4: Nilai koefisien regresi untuk variabel profitabilitas sebesar -0,025 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,613 sehingga **menolak H4**. Hipotesis ini secara statistik tidak membuktikan bahwa profitabilitas mampu mengkonfirmasi pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan yang diungkap melalui tingkat manajemen laba (Horison & Nugrahanti 2014). Besar kecilnya profitabilitas perusahaan juga tidak menjamin akan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangannya, hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti juga tidak mempertimbangkan faktor profitabilitas dengan proksi *return-on assets* (ROA) dalam mengungkapkan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.
- H5: Nilai koefisien regresi untuk variabel tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 20,956 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000 sehingga **menerima H5**. Hipotesis ini secara statistik membuktikan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berdampak secara positif atas *corporate value* melalui pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan sesuai dengan standar yang dipilih oleh perusahaan (Kurniawan, Sofyani & Rahmawati 2018). Semakin besar tanggung jawab sosial perusahaan perusahaan menghasilkan pengaruh positif terhadap *corporate value*, hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti sangat menyadari bagaimana kedudukan tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka meningkatkan *corporate value*.
- H6: Nilai koefisien mediasi untuk variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atas ukuran perusahaan sebesar 1,6481 dengan probabilitas signifikansi-z sebesar 0,0001 sehingga juga **menerima H6**. Hipotesis ini secara statistik membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap *corporate value* dan mendukung temuan yang diprosikan dengan logaritma natural dari *total asset* (Wulandari & Wiksuana 2017). Sementara pada uji pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) juga menghasilkan temuan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi terhadap *corporate value* melalui peranan *corporate social responsibility* (Wulandari & Wiksuana 2017), hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti sangat memanfaatkan skala perusahaan untuk menjadikan peranan tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka meningkatkan *corporate value*.
- H7: Nilai koefisien mediasi untuk variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atas likuiditas sebesar minus 0,0651 dengan probabilitas signifikansi-z sebesar 0,8709 sehingga juga **menolak H7**. Hipotesis ini secara statistik tidak membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh secara tidak langsung terhadap *corporate value*, hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti tidak menjadikan faktor likuiditas sebagai pertimbangan perusahaan untuk menjadikan peranan tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka meningkatkan *corporate value*.

- H8: Nilai koefisien mediasi untuk variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atas *leverage* sebesar minus 0,129 dengan probabilitas signifikansi-z sebesar 0,7818 sehingga juga **menolak H₈**. Hipotesis ini secara statistik tidak membuktikan bahwa *leverage* berpengaruh secara tidak langsung terhadap *corporate value*, dan tidak mampu memoderasi terhadap *corporate value* melalui peranan *corporate social responsibility* (Wulandari & Wiksuana 2017), hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti tidak menjadikan faktor *leverage* sebagai pertimbangan perusahaan untuk menjadikan tanggung jawab Sosial perusahaan dalam rangka meningkatkan *corporate value*.
- H9: Nilai koefisien mediasi untuk variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atas profitabilitas sebesar minus 0,0794 dengan probabilitas signifikansi-z sebesar 0,8768 sehingga juga **menolak H₉**. Hipotesis ini secara statistik tidak membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh secara tidak langsung terhadap *corporate value*, dan tidak mampu memoderasi terhadap *corporate value* melalui peranan *corporate social responsibility* (Wulandari & Wiksuana 2017), hal ini dapat dipahami bahwa perusahaan Sub Sektor Transportasi yang menjadi sampel dalam penelitian ini berarti tidak menjadikan faktor profitabilitas sebagai pertimbangan perusahaan untuk menjadikan peranan tanggung jawab sosial perusahaan dalam rangka meningkatkan *corporate value*.

4. SIMPULAN

Prediksi *Corporate Value* berdasarkan ukuran perusahaan dan faktor rasio keuangan melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang terdiri dari, Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas hanya

dibuktikan melalui Ukuran Perusahaan berpengaruh secara langsung terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan secara tidak langsung berdampak pada *Corporate Value* dengan arah positif. Sementara faktor Likuiditas, *Leverage*, dan Profitabilitas tidak mampu mengevaluasi pengaruh secara langsung terhadap *Corporate Value* maupun melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang difungsikan sebagai variabel intervening.

Hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam mengkaji kembali faktor-faktor rasio keuangan yang belum sepenuhnya dapat membuktikan secara empiris melalui Tanggung Jawab Sosial Perusahaan untuk memprediksi *Corporate Value* seperti halnya *inventory turnover*, *dividend payout ratio*, *inventory receivables*. Pengukuran *corporate value* lainnya dapat dikembangkan dengan pendekatan *price earnings ratio* (PER), *price book value ratio* (PBVR), *market book ratio* (MBR) sehingga dapat lebih baik dalam memprediksi *Corporate Value* dengan temuan hasil penelitian masa mendatang. Perluasan jumlah sampel juga perlu dilakukan mengingat pada penelitian ini hanya melibatkan 4 (empat) perusahaan pada Sub Sektor Transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

ACKNOWLEDGEMENT

Saya mengucapkan terima kasih pada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga artikel ini dapat diselesaikan. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada Bursa Efek Indonesia (BEI), Universitas Pamulang dan Universitas Galuh yang memberi kesempatan untuk melakukan penelitian serta masukan-masukan dalam penyempurnaan isi artikel dalam topik Manajemen Keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, Sulia & Rice 2017, 'Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Nilai Perusahaan: Dari Sudut Pandang Teori

- Akuntansi Positif dan Corporate Governance', *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, vol 4, no. 1, pp. 33-44.
- Brigham, EF & Houston, JF 2014, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Salemba Empat, Jakarta.
- Dwijaja Bhawa, IBM & Dewi S., MR 2015, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, Dan Risiko Bisnis Terhadap Struktur Modal Perusahaan Farmasi', *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol 4, no. 7, pp. 1949-1966.
- Elim, J 2019, 'Model of Firm Value – Indonesian Stock Exchange Case', *International Journal of Economics and Financial Issues*, vol 9, no. 3, pp. 154-162.
- Elinda, F & Sukirman 2015, 'Determinan Rasio Keuangan Terhadap Kebijakan Dividen', *Accounting Analysis Journal*, vol 4, no. 4, pp. 1-8.
- Haryanto & Aprilia, L 2008, *Asosiasi antara Karakteristik Perusahaan dan Kualitas Pengungkapan Sukarela dalam Laporan Tahunan*, viewed Desember 2018, <<https://core.ac.uk/download/pdf/11737417.pdf>>.
- Heder & Priyadi, MP 2017, 'Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Pemoderasi', *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol 6, no. 7, pp. 1-17.
- Heslin, PA & Ochoa, JD 2008, 'Understanding and Developing Strategic Corporate Social Responsibility', *Organizational Dynamics*, vol 37, pp. 125-144.
- Horison, MY & Nugrahanti, YW 2014, 'Perbedaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan antara Perusahaan dengan Manajemen Laba Tinggi dan Rendah', *Seminar Nasional dan Call for Paper (Sancall 2014)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Horne, JCV & Wachowicz Jr., JM 2012, *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan (Buku 1)*, 13th edn, Salemba Empat, Jakarta.
- IAI 2013, 'Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan', Standar Akuntansi, Dewan Standar Akuntansi Keuangan - Ikatan Akuntan Indonesia, Jakarta.
- Ibrahim, A, Alang, AH, Madi, Baharuddin & Ahmad, MA 2018, *Metodologi Penelitian (Cet I)*, Gunadarma Ilmu, Jakarta.
- Kasmir, D 2016, *Analisis Laporan Keuangan*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Kementerian Perhubungan Republik Indonesia 2015, *Jelang MEA 2016, Kemenhub Minta Operator Transportasi Tingkatkan Profesionalitas Manajerial*, viewed Desember 2018, <<http://www.dephub.go.id/berita/baca/jelang-mea-2016,-kemenhub-minta-operator-transportasi-tingkatkan-profesionalitas-manajerial/?cat=QmVyaXRhfHNlY3Rpb24tNjU=>>>.
- Kementerian PPN/ Bappenas, Bab 33: *Percepatan Pembangunan Infrastruktur*, viewed Desember 2018, <https://www.bappenas.go.id/files/7013/5027/4514/bab-33_20091007094529_2158_34.pdf>.
- Kieso, DE, Weygandt, JJ & Kimmel, PD 2013, *Accounting Principle*, 11th edn, John Wiley & Sons Inc., London.
- Kurniawan, T, Sofyani, H & Rahmawati, E 2018, 'Pengungkapan Sustainability Report dan Nilai Perusahaan: Studi Empiris di Indonesia dan Singapura', *Kompartemen: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, vol XV, no. 1, pp. 1-20.
- Marietza, F & Alfredo, DY 2017, 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kepemilikan Institusional', *Jurnal Akuntansi*, vol 7, no. 2, pp. 71-86.
- Maulidan 2015, 'Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Financial Performance Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi pada Bank Umum Syariah di Indonesia)', *Jurnal Dinamika Bisnis dan Akuntansi*, vol 2, no. 2, pp. 136-151.
- Restanti, RW & Husain, T 2018, 'Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure', *MABISKA Journal*, vol 3, no. 1, pp. 48-62.
- Rudianto, D 2015, 'Comparison of Financial Performance and Stock Price Before and After Ex- Dividend Listed Companies in Indoensia Stock Exchange', *The*

International Journal of Economic and Social Research, vol 11, no. 11, pp. 185-195.

Setianigsih, W & Abdul Kader, M 2018, 'Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi, Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Guru', *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, vol 5, no. 2, p. 2018.

Subramanyam, KR 2014, *Financial Statement Analysis*, 11th edn, McGraw-Hill, New York.

Sugiyono 2018, *Metode Penelitian Evaluasi: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*, CV. Alfabeta, Bandung.

Titman, S, Keown, AJ & Martin, JD 2018, *Financial Management: Principles and Applications*, Prentice Hall, Boston.

Wulandari, NMI & Wiksuana, IGB 2017, 'Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *E-Jurnal Manajemen Unud*, vol 6, no. 3, pp. 1278-1311.

Yanti 2018, 'Analisa Pengaruh Faktor-Faktor Pembentuk Fee Ijarah (PSAK 107) Terhadap Portofolio Rahn Emas Di Bank Syariah', *Jurnal Buana Akuntansi*, vol 3, no. 1.