

## PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Catur Wulandari  
Caturwlnr99@gmail.com  
David Efendi

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research aimed to give empirical proof that: (1) The effect of profitability on the firm value, (2) Corporate Social Responsibility was able to strengthen the effect of profitability on the firm value. Furthermore, this research used a manufacturing company listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2018-2020 period. This research used an associative approach, that is, research that aims to determine the effect of the relationship between two or more variables. Using a quantitative approach, this is research whose analysis focuses on numerical data processed using statistical methods. The sample determination method used purposive sampling, which selects samples based on specific criteria. Meanwhile, the number of companies who fulfilled the criteria was 12 companies with related data of the research variables. Moreover, the research data used secondary data through the annual report, and research data analysis technique with Moderated Regression Analysis (MRA). Based on the research result concluded that: (1) Profitability had negative on the firm value, (2) Corporate Social Responsibility (CSR) had strengthened the effect of profitability on the firm value.*

*Keywords: profitability, firm value, corporate social responsibility*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuktikan secara empiris: (1) pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2018-2020. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang analisisnya fokus pada data-data numerik yang diolah menggunakan metode statistika. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel yang berdasarkan suatu kriteria tertentu. Jumlah perusahaan yang memenuhi kriteria adalah 12 perusahaan yang memiliki data terkait mengenai variabel-variabel yang digunakan. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan, dan teknik analisis data yang digunakan yaitu uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa: (1) profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, nilai perusahaan, *corporate social responsibility*

### PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, begitu banyak perusahaan yang muncul dan berkembang di Indonesia, dan hal ini mampu untuk meningkatkan perekonomian Indonesia dalam mencapai ekonomi yang stabil. Perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur, jasa maupun dagang saling bersaing untuk dapat bertahan dan menjadi yang terbaik. Perusahaan-perusahaan ini didirikan dengan tujuan utamanya adalah meningkatkan nilai perusahaan serta meningkatkan kesejahteraan pemilikinya atau pemegang saham, atau memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Tujuan lain didirikannya perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai

perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Salah satu faktor yang memengaruhi nilai perusahaan merupakan profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai baik, artinya nilai perusahaan juga akan semakin baik dimata investor.

Dalam meningkatkan nilai perusahaan, lingkungan perusahaan dituntut untuk tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi saja, tetapi juga dapat membantu memecahkan permasalahan terkait resiko dan ancaman terhadap keberlanjutan (*sustainability*) dalam lingkungan sosial. Maka dari itu, perusahaan harus menetapkan strategi untuk memberikan gambaran perusahaan yang baik kepada pihak eksternal dengan dilakukannya program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan melakukan program *corporate social responsibility* perusahaan dapat meningkatkan modal pemegang saham, nama baik perusahaan dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. CSR ini sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan mengelola usahanya tidak hanya untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholder*) tetapi juga untuk pihak-pihak lain diluar perusahaan seperti pemerintah, lingkungan, Lembaga Swadaya Masyarakat, para pekerja dan komunitas lokal atau yang sering disebut sebagai pihak *stakeholder*.

Untuk melaksanakan CSR berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan turun. Akan tetapi dengan melaksanakan CSR, citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen makin tinggi. Perusahaan juga bertanggung jawab dalam laporan tahunan (*annual report*). Pelaporan ini bertujuan untuk memenuhi atas transparansi dan akuntabilitas dari perusahaan kepada pemangku kepentingan atas pelaksanaan kegiatan tanggung jawab sosialnya. Semakin banyak CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan maka perusahaan dianggap mempunyai peringkat tinggi dalam bertanggung jawab secara sosial, begitu juga sebaliknya semakin sedikit CSR yang diungkapkan maka perusahaan dianggap tidak bertanggung jawab secara sosial.

Dari penjelasan latar belakang diatas penulis mengangkat judul "Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020)". Rumusan masalah yang diangkat yaitu: (1) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan? (2) Apakah *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan? Adapun tujuan penelitian ini (1) Untuk membuktikan secara empiris dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (2) Untuk membuktikan secara empiris dan menganalisis *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* mengasumsikan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri tetapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya. Untuk itu keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Setianingrum, 2015).

### Teori Legitimasi

Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini mengemukakan bahwa untuk tetap mendapatkan legitimasi maka organisasi perusahaan

harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial.

### **Profitabilitas**

Profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca (Agustina, 2013). Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi *postulat* (anggapan dasar) untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Panjaitan, 2015).

Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang atau tidak. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Alat analisis yang dimaksud adalah rasio-rasio keuangan.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap perusahaan yang dilihat melalui harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Harga saham yang tinggi mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan (Rahmanda, 2019).

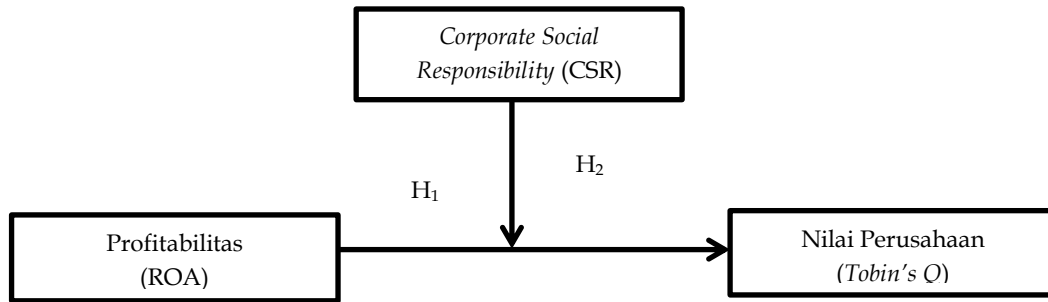
### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Andreas *et al.*, (2015) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam mengelola bisnisnya untuk menghasilkan segala hal yang positif yang berpengaruh terhadap lingkungannya, bukan hanya pada investor dan kreditur saja melainkan juga kepada masyarakat luas.

Menurut Cheng dan Christiawan (2011) aktivitas CSR dapat memberikan banyak manfaat, seperti: dapat meningkatkan citra dan daya tarik perusahaan di mata investor serta analisis keuangan penjualan, dapat menunjukkan *brand positioning*, dan dapat meningkatkan penjualan dan *market share*. Dalam pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan CSR. Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program CSR, dan dapat pula dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model CSR yang tepat.

### **Rerangka Pemikiran**

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu serta masalah yang telah diungkapkan, maka peneliti menyajikan rerangka pemikiran dalam melakukan penelitian, rerangka pemikiran terbentuk sebagai berikut:



Gambar 1  
Rerangka Pemikiran

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dapat dihitung dengan *Return On Asset* (ROA). Andreas *et al.*, (2015) menyatakan ROA adalah salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya. Pemilihan *Return on Asset* (ROA) sebagai ukuran rasio keseluruhan keefektifan manajemen dalam menghasilkan laba. Klarifikasi ini diperkuat oleh penelitian Ayu dan Suarjaya (2017) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Mengingat tinjauan hipotesis dan penggambaran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.

### *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Disamping kinerja keuangan, yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan adalah adanya pengungkapan item CSR. CSR dalam laporan tahunan diharapkan akan menjadi nilai lebih yang akan menambah kepercayaan para investor bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan (*sustainable*). Perusahaan yang peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan prospek kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Oleh sebab itu, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan selalu berusaha untuk meningkatkan pengungkapan kegiatan sosial yang dilakukan oleh perusahaan sebagai usaha untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tidak hanya memperhatikan tujuan jangka pendek (profit), namun juga tujuan jangka panjang yaitu peningkatan nilai perusahaan. Untuk meningkatkan nilai perusahaan, lingkungan perusahaan dituntut untuk menetapkan strategi, untuk memberikan gambaran perusahaan yang baik kepada pihak eksternal dapat dilakukan program CSR. Dengan melakukan program CSR perusahaan dapat meningkatkan modal pemegang saham, nama baik perusahaan dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Tingginya kualitas CSR yang tertera dalam laporan tahunan dapat menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Maka investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Sari, 2020). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Handayani dan Martha (2019) menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Obyek) Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penelitian ini yaitu jenis penelitian asosiatif. Jenis penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016). Penulis juga menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah sebuah pendekatan penelitian yang analisisnya lebih fokus pada data-data numerik (angka) yang diolah dengan menggunakan metode statistika. Pada umumnya pendekatan penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar. Pada penelitian ini penulis akan mengamati beberapa pengujian hipotesis dan menyandarkan kesimpulan pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Populasi (objek) yang dimanfaatkan penulis adalah perusahaan industri Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Laporan keuangan tahunan sebagai data informasi untuk mengarahkan penelitian dari tahun 2018 hingga tahun 2020.

### Teknik Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. Pengertian *Purposive sampling* menurut (Sugiyono, 2016) merupakan teknik pemilihan sampel yang berdasarkan pertimbangan atau suatu kriteria tertentu. Dalam pengambilan sampel tentu adanya pertimbangan dalam penelitian ini. Pertimbangan dalam penelitian ini berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan oleh penulis sesuai dengan perusahaan Manufaktur. Sehingga menghasilkan sampel pengamatan sejumlah 12 perusahaan selama periode 2018-2020, 3 tahun dan menghasilkan jumlah sampel akhir sebanyak 36.

### Teknik Pengumpulan Data

#### Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

Penulis menggunakan data sekunder dalam melakukan penelitian. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber selain responden yang menjadi sasaran penelitian. Data sekunder yang digunakan penulis dalam penelitian yaitu data laporan keuangan tahunan perusahaan yang sudah tersedia di Bursa Efek Indonesia periode 2018 - 2020. Penulis menggunakan data - data tersebut melalui situs resmi *Indonesian Stock Exchange* (IDX). Data sekunder ini dipilih penulis karena dapat mempermudah dan mempercepat proses pengumpulan data yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan.

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional digunakan untuk menjelaskan pengertian dari setiap variabel independen dan variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan.. Variabel idependen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Penelitian ini menggunakan variabel profitabilitas sebagai variabel independen.

Tabel 1  
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Alat ukur
Profitabilitas (Return Assets)	Menurut Sari (2020) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri. Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan Return on Asset (ROA).	$ROA = \frac{\text{earning after interest and tax}}{\text{Total aktiva}}$

<b>Nilai Perusahaan</b>	Nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap perusahaan yang dilihat melalui harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan (Rahmanda, 2019).	$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$
<b>Corporate Social Responsibility (CSR)</b>	Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dapat dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui jumlah item yang sesungguhnya (Setianingrum, 2015).	<p>Keterangan:  Q = Nilai Perusahaan  EMV = nilai pasar ekuitas  D = nilai buku dari total hutang  EBV = nilai buku dari ekuitas</p> $CSD = \frac{n}{k}$ <p>Keterangan:  CSD = pengungkapan CSR  n = jumlah pengungkapan CSR yang dipenuhi  k = jumlah pengungkapan CSR</p>

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

## Teknik Analisis Data Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi.

## Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat nilai 2-tailed significant melalui pengukuran tingkat signifikansi 5% (0,05). Data dikatakan berdistribusi normal apabila *Asymp.Sig (2-Tailed)* lebih besar dari 0,05 atau 5% (Ghozali, 2011).

## Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), dengan menggunakan *Durbin-Watson Test (DW Test)* yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara data pengamatan atau tidak. Pada uji ini agar tidak terjadi autokorelasi baik positif atau negatif maka nilai  $dU < d < 4-dU$ .

## Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Pada uji ini agar terbebas dari gejala multikolinearitas maka nilai juga *Variance Inflation Factor* atau  $VIF < 10$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ .

## Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan uji glejser untuk pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan nilai absolut residual pada variabel independennya. Oleh karena itu, agar terbebas dari gejala heteroskedastisitas maka nilai sig  $> 0,05$ .

### Metode Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan Model Regresi *Multiple Regression Analysis* (MRA), seluruh variabel dimasukkan dalam uji penelitian. Untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. Variabel pemoderasi digunakan uji interaksi. Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_1X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

$b_1 - b_3$  : Koefisien Regresi

$X_1$  : variabel Profitabilitas

$X_2$  : variabel *Corporate Social Responsibility*

$X_1.X_2$  : Interaksi antara Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

e : *Error Term* (tingkat kesalahan penduga)

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2011) mengatakan bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi difungsikan untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam persamaan regresi.

#### Uji t (*Partial Individual Test*)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri atas *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel dependennya. Dalam uji ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar ( $\alpha = 5\%$  atau 0,05) dengan dasar pengambilan keputusan yaitu: (1) Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka tidak terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka hipotesis tersebut ditolak. (2) Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka hipotesis tersebut diterima.

#### Uji F (*Overall Significance Test*)

Pengujian ini digunakan untuk menguji kelayakan variabel-variabel penjelas secara serempak yang dilakukan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Dalam pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% (0,05). Dengan dasar pengambilan keputusan, yaitu: (1). Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai sig  $< 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yang artinya  $H_1$  diterima atau layak. (2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  dan nilai sig  $> 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yang artinya  $H_1$  ditolak atau tidak layak.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif variabel dijelaskan dalam Tabel 2.

**Tabel 2**  
**Statistik Deskriptif**

	Descriptive Statistics				
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	36	1,22	18,36	3,8843	4,01702
X <sub>1</sub>	36	,02	,47	,1394	,09718
X <sub>2</sub>	36	,40	,95	,7612	,17702
Valid N (listwise)	36				

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Dari Tabel 2, maka diperoleh hasil pengolahan statistik deskriptif sebagai berikut: Variabel Nilai Perusahaan (Y) yang dihitung dengan rasio Q (Tobins Q) memiliki rentang nilai dari 1,22 hingga 18,36. Nilai rata-rata Nilai Perusahaan (Y) adalah 3,8843 dan deviasi standarnya bernilai 4,01702. Rasio Q yang bernilai lebih dari 1 mempunyai arti bahwa perusahaan mampu menciptakan atau memaksimalkan nilai pasar dan juga mengindikasikan pada pelaku pasar dengan memberikan penilaian lebih terhadap perusahaan.

Variabel Profitabilitas (X<sub>1</sub>) yang dihitung dengan *Return On Asset* (ROA) memiliki rentang nilai dari 0,02 hingga 0,47. Nilai rata-rata Profitabilitas (X<sub>1</sub>) adalah 0,1394 dan deviasi standarnya bernilai 0,09718. Variabel Pengungkapan CSR (X<sub>2</sub>) memiliki rentang nilai dari 0,40 hingga 0,95. Nilai rata-rata Pengungkapan CSR (X<sub>2</sub>) adalah 0,7612 dan deviasi standarnya bernilai 0,17702.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam moderasi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mendeteksi normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Berikut adalah Tabel 3 hasil uji *Kolmogorov Smirnov*:

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardize d Residual
N		36
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,52792296
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,077
	Negative	-,105
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Berdasarkan Tabel 3 jumlah data (N) adalah 36. Berdasarkan tabel diatas memiliki signifikansi sebesar 0,200. Hal tersebut menyatakan bahwa persamaan regresi terdistribusi secara normal dikarenakan  $0,200 > 0,05$ . Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

#### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah di dalam metode regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan *Durbin-Watson* terlihat pada Tabel 4 berikut ini:



**Tabel 4**  
**Uji Autokorelasi**

Model	Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,342 <sup>a</sup>	,117	,090	,32864329	2,022

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Berdasarkan Tabel 4 pada uji autokorelasi dapat diketahui bahwa nilai DW sebesar 2,022 nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel *Durbin - Watson d statistic: Significance Point For dl and du AT 0,05 Level of Significance* dengan menggunakan nilai signifikansi 5% (0,05), jumlah sampel 36 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka di tabel *Durbin - Watson* akan didapatkan nilai sebagai berikut nilai batas bawah (dl) adalah 1,2953 dan nilai batas atas (du) adalah 1,6539 dan nilai 4-du adalah 2,3461. Nilai DW 2,022 berada diantara 1,6539 (du) dan 2,3461 (4-du). Jika dilihat dari dasar pengambilan keputusan termasuk  $dU < d < 4-dU$ , maka tidak terjadi autokorelasi baik positif atau negatif dari hasil uji *Durbin - Watson* atas model regresi tersebut.

**Uji Multikolinearitas**

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independennya. Pada uji ini agar terbebas dari gejala multilinearitas maka nilai juga *Variance Inflation Factor* atau VIF < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10. Hasil dari uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 5.

**Tabel 5**  
**Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5,087	1,147		-4,436	,000		
	X <sub>1</sub>	36,436	2,623	,881	13,89	,000	,989	1,011
	X <sub>2</sub>	5,111	1,440	,225	3,550	,001	,989	1,011

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Berdasarkan Tabel 5 diatas dapat dilihat hasil perhitungan nilai VIF dan *Tolerance*. Nilai VIF untuk profitabilitas (X<sub>1</sub>) 1,011 dengan *Tolerance* sebesar 0,989, nilai *Corporate Social Responsibility* (X<sub>2</sub>) 1,011 dengan *tolerance* sebesar 0,989. Semuanya memenuhi syarat bebas multikolinieritas yaitu nilai *tolerance* >0,10 dan nilai VIF < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen untuk persamaan regresi.

**Uji Heteroskedastisitas**

Hasil dari uji heterokedastisitas dengan menggunakan uji glejser terlihat pada Tabel 6 berikut ini:

**Tabel 6**  
**Uji Heterokedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,634	1,115		-1,466	,152
	X <sub>1</sub>	10,999	7,175	1,712	1,533	,135
	X <sub>2</sub>	2,526	1,310	,716	1,928	,063
	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub>	-10,560	8,073	-1,567	-1,308	,200

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Berdasarkan *Uji Glejser* yang telah dilakukan dari Tabel 6 dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikansi secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai *absolute*. Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% (0,05). Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas, maka Ho diterima ( tidak ada heteroskedastisitas).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dalam penelitian ini menggunakan Model Regresi *Multiple Regression Analysis* (MRA), seluruh variabel dimasukkan dalam uji penelitian. Hasil pengujian analisis regresi linier berganda dengan menggunakan terlihat pada Tabel 7 berikut ini:

**Tabel 7**  
**Hasil Analisis Persamaan Regresi Model *Multiple Regression Analysis* (MRA)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6,526	1,869	
	X <sub>1</sub>	-44,252	12,028	-1,070
	X <sub>2</sub>	-8,354	2,197	-,368
	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub>	91,721	13,534	2,116

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam persamaan regresi model *Multiple Regression Analysis* (MRA) adalah sebagai berikut:

$$Y = 6,526 - 44,252 X_1 - 8,354 X_2 + 91,721 X_1X_2$$

Dari persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien konstanta adalah 6,652, hal ini dapat diartikan bahwa profitabilitas (X<sub>1</sub>), CSR (X<sub>2</sub>), profitabilitas\*CSR (X<sub>1</sub>X<sub>2</sub>) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas (X<sub>1</sub>) sebesar -44,252 menunjukkan bahwa jika profitabilitas turun sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan turun sebesar 44,252. Variabel CSR (X<sub>2</sub>) sebesar -8,354 artinya jika profitabilitas (X<sub>1</sub>) dan profitabilitas\*CSR (X<sub>1</sub>X<sub>2</sub>) nilainya tetap dan variabel CSR (X<sub>2</sub>) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 8,354. Hal ini berarti jika perusahaan melakukan CSR dengan baik, maka nilai perusahaan akan semakin baik. Profitabilitas\*CSR (X<sub>1</sub>X<sub>2</sub>) sebesar 91,721 menunjukkan bahwa jika terjadi penambahan satu satuan interaksi antara profitabilitas dan CSR, maka nilai perusahaan akan naik sebesar 91,721.

**Pengujian Hipotesis**

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil pengujian koefisien determinasi terlihat pada Tabel 8 berikut ini:

**Tabel 8**  
**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,973 <sup>a</sup>	,946	,941	,97606

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Berdasarkan Tabel 8 diatas, diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,973. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA), CSR dan nilai perusahaan (*Tobin's Q*) memiliki hubungan yang sangat kuat. Adapun koefisien determinasi sebesar 0,946 menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) dan CSR sebagai variabel moderasi dapat memperkuat profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan memberikan kontribusi sebesar 94,6% dalam mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan 5,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

**Uji t (Partial Individual Test)**

Uji digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu pengaruh masing-masing variabel independen yang terdiri atas *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang merupakan variabel dependennya. Uji ini dapat dilakukan dengan melakukan perbandingan t hitung dengan t tabel atau dengan menggunakan tingkat signifikan. Hasil pengujian uji t terlihat pada Tabel 9 berikut ini:

**Tabel 9**  
**Uji t (Partial Individual Test)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6,526	1,869		3,492	,001
	X <sub>1</sub>	-44,252	12,028	-1,070	-3,679	,001
	X <sub>2</sub>	-8,354	2,197	-,368	-3,803	,001
	X <sub>1</sub> X <sub>2</sub>	91,721	13,534	2,116	6,777	,000

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Berdasarkan Tabel 9 menunjukkan hasil pengujian hipotesis untuk profitabilitas (X<sub>1</sub>), CSR (X<sub>2</sub>), dan Profitabilitas\*CSR (X<sub>1</sub>X<sub>2</sub>) sebagai berikut: Variabel profitabilitas (X<sub>1</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> sebesar -3,679 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Diketahui nilai T<sub>tabel</sub> sebesar 2,03693, nilai t<sub>hitung</sub> lebih kecil dari nilai t<sub>tabel</sub> (-3,679 < 2,03693) dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan (0,001 < 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Variabel CSR (X<sub>2</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> sebesar -3,803 dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Diketahui nilai T<sub>tabel</sub> sebesar 2,03693, nilai t<sub>hitung</sub> lebih kecil dari nilai t<sub>tabel</sub> (-3,803 < 2,03693) dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan (0,001 < 0,05). Hal tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Variabel Profitabilitas\*CSR ( $X_1X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,777 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Diketahui nilai  $T_{tabel}$  sebesar 2,03693, nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $6,777 > 2,03693$ ) dan nilai signifikansi lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ( $0,000 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa CSR sebagai variabel moderasi mampu memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan.

### Uji F (Overall Significance Test)

Uji F ini dilakukan untuk menguji apakah model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model yang layak atau tidak. Hasil pengujian uji F terlihat pada Tabel 10 berikut ini:

**Tabel 10**  
**Uji F (Overall Significance Test)**

Model		ANOVA <sup>a</sup>				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	534,289	3	178,096	186,940	,000 <sup>b</sup>
	Residual	30,486	32	,953		
	Total	564,775	35			

Sumber: Data sekunder diolah melalui SPSS 23, 2021

Dari Tabel 10 diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 186,940 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai  $F_{tabel}$  diketahui sebesar 3,29, jadi dapat dikatakan bahwa  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $186,940 > 3,29$ ). Terlihat juga bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan model dalam penelitian ini adalah model yang layak. Hal ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### Pembahasan

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ditemukan bahwa profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*). Hasil uji t menunjukkan hasil signifikan pada variabel Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (*Tobin's Q*) sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_1$  diterima yang artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil Uji t diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,958. Nilai koefisien regresi sebesar 91,721 yang memiliki arah positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil Uji t diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar -3,679. Nilai koefisien regresi sebesar 91,721 yang memiliki arah positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin tinggi nilai perusahaan. Hasil ini konsisten dengan penelitian Nurhidayah (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan Rajab (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Apabila profitabilitas di dalam perusahaan yang dicerminkan oleh *Return On Assets* (ROA) tinggi maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat. Profitabilitas membuat para manajer akan berusaha untuk meningkatkan nilai kekayaannya sebagai pemegang saham perusahaan, yang akhirnya juga akan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, profitabilitas mampu menjadi mekanisme untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil ini mendukung, jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham.

## **Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian dari *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil regresi menunjukkan adanya pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan, serta secara parsial menunjukkan hasil signifikan pada variabel CSR terhadap nilai perusahaan sebesar  $0,000 < 0,05$ ,

Berdasarkan hasil penelitian di atas diketahui bahwa nilai konstanta 6,526. Sedangkan untuk profitabilitas\*CSR ( $X_1X_2$ ) diperoleh nilai 6,777 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa sebagai variabel moderasi CSR dapat memperkuat profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa banyak perusahaan yang mempunyai sifat progresif yaitu perusahaan menerapkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu-sama lain bagi kemajuan perusahaan. Bentuk pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini juga sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholdernya*. Dengan demikian keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholders* kepada perusahaan tersebut.

Hasil ini mendukung pada penelitian yang dilakukan oleh Rajab (2017) bahwa tanggung jawab sosial diperlukan agar perusahaan dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan pada akhirnya juga akan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Artinya bahwa selain melihat profitabilitas, pasar juga memberikan respon terhadap CSR yang dilakukan perusahaan sehingga CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya apabila perusahaan tidak memberikan respon yang baik terhadap CSR maka nilai perusahaan buruk. Hal ini ditandai dengan harga saham yang relatif rendah dan rendahnya volume penjualan saham yang dimiliki oleh perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* dapat menciptakan hubungan perusahaan dengan masyarakat sekitar terjalin baik. Pemberian kredit lunak kepada para pengusaha lokal akan menjadikan tambahan pendapatan bunga bagi perusahaan yang dapat meningkatkan laba bersihnya disebabkan pengurangan terhadap beban tahun berjalan. Selain itu peningkatan reputasi atau nilai perusahaan atas pelaksanaan program tanggung jawab sosial menjadikan alat promosi yang dapat diandalkan bagi perusahaan baik promosi untuk investor, masyarakat dan pemerintah.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut: (1) Hasil penelitian ini menunjukkan profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan. (2) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*).

### **Keterbatasan**

Keterbatasan dari penelitian ini diantaranya: (1) Rasio profitabilitas yang di proksikan ke *Return On Asset* (ROA), karena paling sering disoroti dan paling mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan dan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk diproyeksikan dimasa yang akan datang. (2) Dalam menghitung nilai perusahaan, ada tiga metode yang digunakan yaitu PER, PBV, dan *Tobin's Q*. Pada penelitian ini nilai perusahaan yang diproksikan dengan *Tobin's Q*, karena menunjukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan tidak hanya saham biasa saja dan ekuitas perusahaan yang dimasukkan

namun seluruh asset perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan serta kemudahan data yang diperoleh. (3) Periode penelitian hanya tiga tahun sehingga hasil penelitian tidak bisa melihat kecenderungan yang akan terjadi dalam jangka panjang.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut: (1) Bagi Perusahaan, Berdasarkan hasil penelitian diharapkan untuk perusahaan baik yang menjadi subjek penelitian ini ataupun diluar penelitian ini, untuk memperhatikan beberapa faktor tersebut untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Sehingga hal yang dapat dilakukan oleh manajer keuangan agar meningkatkan profit agar nilai perusahaan meningkat, selain itu manajemen harus pandai menggunakan *Corporate Social Responsibility* dengan tujuan agar dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. (2) Bagi Investor, Investor hendaknya memperhatikan profitabilitas perusahaan, karena profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi diharapkan dapat membayar devidennya sehingga kemakmuran pemegang saham tercapai. Investor juga memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang diperoleh dari alokasi biaya perusahaan dimana alokasi biaya tersebut akan mempengaruhi laba perusahaan yang bisa dijadikan bahan pertimbangan investor untuk menanam saham. (3) Bagi Peneliti, a. Penelitian selanjutnya hendaknya meneliti sektor yang lain seperti pertambangan, jasa dan dagang agar mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan. b. Penelitian ini hanya menggunakan proksi kinerja keuangan melalui ROA, sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* melalui indikator pengungkapan CSR GRI G4. Selanjutnya diharapkan dalam penelitian mendatang hendaknya menggunakan proksi kinerja yang lain seperti: *Price Book Value (PBV)*, *Economic Value Added (EVA)* atau *Earning Per Share (EPS)* akan memberikan kemungkinan yang lebih besar untuk memperoleh generalisasi. c. Penelitian hanya menggunakan sampel yang sangat terbatas yaitu hanya 12 perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020, selanjutnya diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menambah sampel dengan memasukkan industri lainnya serta dapat memperpanjang waktu pengamatan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Silvia. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Artikel Penelitian*. Fakultas Ekonomi UNP. Padang.
- Andreas. H. H., Suchyo. U. S., Elisabeth. D. 2015. *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen*, 15(1).
- Ayu, D. P., dan Suarjaya, A. A. G. 2017. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(2): 1112 - 1138.
- Cheng, M. dan Christiawan, Y.J. 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 13(2): 24-36.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Handayani, F., dan Martha, L. 2019. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating. *Academic Conference For Management I*. 1: 203-221.
- Nurhidayah, Ida. 2020. Pengaruh Ukuran perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi (Studi

- Kasus pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2014-2018). *Skripsi*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- Panjaitan, M. J. 2015. Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening dan Moderating (Studi Empiris pada perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Jurnal TEKUN*, 6(1), 54-81.
- Rahmanda, Nurma Safitri, 2019. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Sri Kehati Inde. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Rajab, Mhd. 2017. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Sari, W. P. 2020. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderator pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018. *Skripsi*. STIE Indonesia.
- Setianingrum, Wahyuning Ambar. 2015. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Negeri Semarang.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian dan Pengembangan Research dan Development*. Cetakan kedua. Alfabeta. Bandung.