

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Muhammad Arip
aripanaghspegriaa@gmail.com
Nur Fadjrih Asyik

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)

ABSTRACT

This research aimed to find out and examine empirically whether profitability and leverage affected firm value, with Corporate Social Responsibility (CSR) as moderating variable. The research was quantitative. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. The population was banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2020-2021. Furthermore, there were 38 companies as the sample. The total observation data was 76. Additionally, the data were taken from the official website of IDX, i.e. id.co.id The data analysis technique used multiple linear regression by testing the hypothesis. The results obtained in this study are that the profitability variable has a negative effect on firm value and it can be said that it is rejected, leverage has a positive effect on firm value and it can be said that it is accepted, corporate social responsibility has no significant effect in moderating profitability on firm value and it can be said that it is rejected, corporate social responsibility has a significant effect in moderating leverage on firm value and it can be said that it is accepted.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menguji secara empiris apakah pengaruh profitabilitas, *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini sampel diperoleh menggunakan metode *purposive* sampling, dimana objek penelitian adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2021. Sehingga total sampel sebanyak 38 perusahaan dan total data pengamatan sebanyak 76 data pengamatan. Data didapat melalui website *idx.co.id*. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan pengujian hipotesis. Hasil penelitian yang diperoleh pada penelitian ini adalah bahwa variabel profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan dapat dikatakan bahwa ditolak, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan dapat dikatakan bahwa diterima, *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan dapat dikatakan bahwa ditolak, *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan dan dapat dikatakan bahwa diterima.

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

PENDAHULUAN

Di era industrialisasi yang semakin kompetitif saat ini, setiap perusahaan senantiasa bersaing untuk meningkatkan daya saingnya. Persaingan ini semakin meningkat tidak hanya di pasar domestik tetapi juga di pasar internasional. Persaingan pada era industrialisasi mensyaratkan agar setiap perusahaan mampu mempertahankan atau mencapai keunggulan bersaing dengan memusatkan perhatian penuh pada kegiatan operasional dan keuangan perusahaan.

Menurut Keown (2004) Nilai Perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga

saham dan profitabilitas. Harga saham yang tinggi juga meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga pada prospeknya di masa depan.

Nilai Perusahaan didefinisikan sebagai tingkat kenaikan yang dirasakan oleh investor, Perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harganya. Semakin tinggi nilai saham perusahaan, semakin rendah nilainya, sebaliknya harga saham perusahaan juga rendah. Nilai perusahaan dapat mencerminkan nilai aset perusahaan. Di pasar saham, nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham. Darmawan *et al.*, (2020) menyatakan nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya. Secara umum, para pemodal menyerahkan pengelolaan nilai perusahaan kepada para profesional seperti manajer ataupun komisaris. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas, leverage (kebijakan utang). Salah satu yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu tingkat profitabilitas bahwa perusahaan dapat memproduksi sendiri. profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode waktu tertentu. Laba merupakan bagian dari penciptaan nilai perusahaan melalui apresiasi efisiensi perusahaan tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba karena kemampuan untuk menghasilkan keuntungan meningkat, demikian pula harganya. Profitabilitas memegang peranan penting dalam perusahaan, karena semakin baik profitabilitas tumbuh, semakin baik pula prospek masa depan perusahaan, yang membuat investor menghargai nilai perusahaan dan meningkatkan daya tarik perusahaan.

Menurut Utama (2009) menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Tanalo (2021) menyimpulkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang telah dilakukan oleh Rasyid (2015) menyimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain itu *leverage* juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* merupakan gambaran atas pemakaian hutang suatu perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan leverage sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang dikarenakan adanya pengurangan atas pajak penghasilan (Suwardika dan Mustanda, 2017). Saat menentukan leverage, perusahaan dapat memperhitungkan hal ini terlebih dahulu, karena dapat menimbulkan beban atau risiko bagi perusahaan jika hal ini terjadi. Perusahaan tidak dalam kondisi baik karena penggunaan utang yang mempengaruhi nilai perusahaan.

Peningkatan leverage bisa ada dua jenis sinyal, kabar baik dan kabar buruk (*bad news*) dimana *leverage* menunjukkan kabar baik (*good news*) kapan peningkatan tersebut mencerminkan kemampuan manajemen untuk meningkatkan Nilai Perusahaan. Begitupula sebaliknya leverage menunjukkan berita buruk (*bad news*) apabila manajer melakukan karena terpaksa dan bukan karena alasan yang efisien (Mardiyati *et al.*, 2012).

Terlepas dari fundamental, profitabilitas, leverage, *Corporate Social Responsibility* sebagai moderasi mempengaruhi nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah konsep dimana perusahaan secara sukarela mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan para pemangku kepentingan, yang mengarah pada kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. Pada tahun ke tahun pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berdampak baik terhadap nilai perusahaan. Meskipun belum bersifat mandatory, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunannya (Basalamah dan Jermias, 2005)

Menurut Dewi dan Saputra (2019) Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) digunakan sebagai moderasi karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan faktor

lain yang dipertimbangkan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan., karena penerapan program CSR merupakan hal yang penting bagi perusahaan dan merupakan strategi bisnis yang baik yang dianggap mampu menaikkan citra perusahaan telah menyadari arti penting menerapkan program CSR merupakan bagian dari strategi bisnis yang strategis dan dianggap mampu menaikkan citra perusahaan (Darmawan *et al.*, 2020). Semakin fokus tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan maka citra perusahaan semakin tumbuh, sehingga dengan citra perusahaan yang semakin baik maka secara tidak langsung tingkat keinginan investor untuk melihat perusahaan tersebut semakin besar, hal ini dijelaskan dalam teori legitimasi. Dimana pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terjadi untuk memberikan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat. Dari hal itu investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang terdapat di Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan go public yang kepemilikan perusahaannya dijual dalam bentuk saham. Oleh karena hal tersebut, diharapkan peneliti dapat mencari dan mengolah data yang mendukung untuk kebutuhan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas, *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi.

TINJAUAN TEORITIS

Signaling Theory

Teori sinyal yaitu tindakan yang diambil manajemen untuk memberi petunjuk informasi kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal adalah teori yang mengatakan bahwa investor menganggap perubahan deviden sebagai sinyal dari perkiraan pendapatan manajemen (Kunarita, 2020). Sedangkan menurut Graham, Scott B. Smart, dan William L. Megginson Model sinyal dividen membahas ketidak sempurnaan pasar yang membuat kebijakan pembayaran yang relevan: asymmetric information. Jika manajer mengetahui bahwa perusahaan mereka “kuat” sementara investor untuk beberapa alasan tidak mengetahui hal ini, maka manajer dapat membayar dividen (atau secara agresif membeli kembali saham) dengan harapan kualitas sinyal perusahaan mereka ke pasar. Sinyal secara efektif memisahkan perusahaan yang kuat dengan perusahaan-perusahaan yang lemah (sehingga perusahaan yang kuat dapat memberikan sinyal jenisnya ke pasar), itu menjadi mahal untuk sebuah perusahaan yang lemah untuk meniru tindakan yang dilakukan oleh perusahaan yang kuat (Riyanto, 2016). Diasumsikan pada teori ini manajemen perusahaan mempunyai informasi tentang nilai perusahaan yang lebih akurat jika dibandingkan dengan para investor lain.

Pada dasarnya teori sinyal ini merupakan suatu informasi yang berikatan tentang laporan keuangan perusahaan yang akan digunakan oleh para investor untuk menentukan keputusan investasi. Teori sinyal juga menjadi alasan bagi perusahaan untuk memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak yang bersangkutan dengan adanya asimetri antar pihak yang berkepentingan yang dimana pihak perusahaan mempunyai dan mengetahui informasi lebih banyak tentang prospek perusahaan di masa yang akan datang. Prospek perusahaan serta kinerja perusahaan perlu disampaikan kepada publik sehingga semuanya memiliki informasi yang sama dan hal tersebut dapat mengurangi kesalahan dalam pelaporan keuangan

Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston(2001) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Berbagai kebijakan diambil oleh manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham (Deriyarso, 2014). Enterprise value (EV) atau dikenal juga sebagai firm value (nilai perusahaan) merupakan

konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan, Agustina (2013) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli andai perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan sangat kuat dibentuk oleh angka-angka kunci dalam nilai pasar saham dipengaruhi oleh peluang investasi. Ada peluang investasi memberikan sinyal positif bagi pertumbuhan perusahaan di masa mendatang meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan arus kas, tetapi juga tergantung pada karakteristik operasional dan keuangan perusahaan yang akan diakuisisi. Beberapa variabel kuantitatif yang sering digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan sebagai berikut: (1). Nilai Buku, Nilai buku per saham (BVS) digunakan untuk mengukur nilai ekuitas setiap saham dan nilai BVS dihitung dengan membagi ekuitas dengan jumlah saham yang beredar. Komponen ekuitas adalah dana premi (modal yang melebihi nilai nominal) dan laba ditahan. (2). Nilai Appraisal, Penilaian perusahaan dapat diperoleh dari perusahaan penilai independen. Teknik yang digunakan oleh perusahaan penilaian sangat bervariasi, tetapi nilai ini sering dikaitkan dengan biaya modal. Metode analisis ini saja seringkali tidak cukup, karena nilai aset individu tidak banyak hubungannya dengan kemampuan perusahaan secara keseluruhan untuk dieksploitasi dan dengan demikian dengan nilai operasinya. Namun, estimasi nilai perusahaan berguna bila digunakan bersamaan dengan metode penilaian lainnya. Penilaian juga berguna dalam situasi tertentu, seperti perusahaan keuangan, perusahaan. (3). Nilai Pasar Saham, Nilai pasar saham dalam daftar pasar modal merupakan cara lain untuk memperkirakan kekayaan bersih perusahaan. Jika saham tersebut terdaftar di bursa saham utama dan diperdagangkan secara luas, perkiraan nilainya dapat dihitung berdasarkan nilai pasar. Pendekatan nilai pasar adalah salah satu yang paling umum digunakan saat menilai perusahaan besar. Namun, nilai ini dapat berubah dengan cepat. Analisis faktor bersaing dengan pengaruh spekulatif murni pada suasana hati sosial dan keputusan. (4). Nilai Chop-Shop, Pendekatan "Chop-Shop" untuk mengidentifikasi perusahaan lintas industri yang undervalued lebih berharga ketika dipecah. Pendekatan ini mengonseptualisasikan praktik pengisian aset yang akan dibeli di bawah biaya investasinya. (5). Nilai Arus Kas, Tujuan dari pendekatan penilaian arus kas adalah untuk dapat memperkirakan arus kas bersih yang tersedia dari perusahaan yang ditawarkan sebagai hasil merger atau akuisisi. Nilai sekarang dari arus kas ini kemudian ditentukan dan merupakan jumlah maksimum yang harus dibayar oleh perusahaan target. Deposit kemudian dapat dikurangi untuk menghitung nilai bersih sekarang dari merger.

Profitabilitas

Menurut Brigham dan Houston (2001) Profitabilitas merupakan hasil akhir dari rangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, kebijakan dan keputusan tersebut mempengaruhi sumber dan penggunaan dana untuk operasi perusahaan, yang terangkum dalam neraca dan pos-pos neraca. Tujuan memulai usaha adalah untuk mendapatkan keuntungan (profit). Oleh karena itu, tidak perlu dikatakan lagi bahwa profitabilitas adalah perhatian utama para analis dan investor. Profitabilitas yang konsisten akan mampu bertahan dalam bisnisnya dengan memperoleh return yang memadai dibanding dengan risikonya (Agustina, 2013).

Menurut Saidi (2004) Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Para investor menanamkan saham pada perusahaan adalah untuk mendapatkan return, yang terdiri dari yield dan capital gain. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Leverage

Leverage merupakan kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban atau biaya tetap yang harus ditanggung oleh perusahaan (Irawati, 2006). Menurut Agus (2010) Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

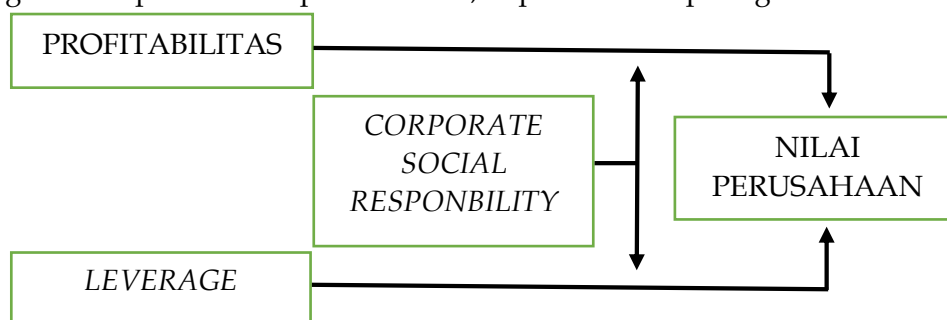
Tujuan dari perusahaan dengan leverage adalah agar laba lebih besar daripada biaya aset dan sumber daya, sehingga meningkatkan pengembalian bagi pemegang saham. Sebaliknya, leverage dapat meningkatkan variabilitas keuntungan (risiko) karena jika perusahaan ternyata menghasilkan kurang dari biaya tetapnya, penggunaan leverage mengurangi keuntungan pemegang saham. Konsep leverage sangat penting dalam menunjukkan kepada analis keuangan bagaimana melihat trade-off antara risiko dan keuntungan dari berbagai tipe keputusan financial.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Kurnianingsih, 2013). Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab social perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Agustina, 2013).

Rerangka Konseptual

Untuk mempermudah dan membantu dalam pembacaan dan pembahasan, terdapat rerangka konseptual dalam penelitian ini, dapat dilihat seperti gambar berikut :



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu bagian yang berpengaruh secara ekonomi terhadap nilai perusahaan. Laba menunjukkan jumlah laba bersih yang dapat dicapai perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. pemilik saham selalu menginginkan pengembalian investasi mereka dalam perusahaan, keuntungan dihasilkan dari keuntungan setelah bunga dan pajak. *Signaling theory* menjelaskan bahwa perusahaan berkualitas tinggi secara sadar memberi sinyal ke pasar. Semakin tinggi kemenangan, semakin tinggi skillnya perusahaan membayar dividen, sehingga akan semakin banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut. H_1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan kebijakan yang digunakan perusahaan untuk menginvestasikan dana atau memperoleh sumber pembiayaan yang memiliki biaya tetap atau beban yang harus ditanggung perusahaan (Irawati, 2006). Hutang adalah sumbernya pembiayaan eksternal untuk membiayai perusahaan kebutuhan dana. *Leverage* atau kebijakan hutang dapat dijelaskan untuk melihat sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang atau berbagi modal. Saat membuat keputusan tentang penggunaan hutang jumlah biaya tetap yang timbul dari hutang harus dipertimbangkan dalam bentuk bunga, yang meningkatkan daya ungkit ekonomi dan pengembalian investor yang semakin tidak pasti pemegang saham biasa. Bisnis cenderung bertahan.

H₂. *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

***Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Semakin tinggi profitabilitas, semakin tinggi nilainya dan itu akan menjadi sinyal positif bagi investor tambahan Selain informasi keuangan, perusahaan juga mentransmisikan informasi terkait perusahaan lainnya kepada pihak eksternal, Salah satunya adalah keterbukaan informasi CSR. Jika keuntungan perusahaan tinggi dikaitkan dengan pengungkapan CSR yang tinggi dan kemudian dengan persepsi yang tinggi. Calon investor lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang menguntungkan dan mengungkapkan CSR dengan baik untuk meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu memperkuat hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan (Charles, 2015). Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan Hipotesis sebagai berikut:

H₃: *Corporate social responsibility* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

***Corporate Social Responsibility* Memoderasi Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut teori sinyal, perusahaan yang berkualitas baik akan memberikan sinyal positif kepada investor, sehingga dapat diharapkan bisa membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk (Wulandari dan Wiksuana, 2017). Walaupun tingkat hutang perusahaan tinggi, namun terdapat hubungan yang baik antara perusahaan dengan pihak kreditur yang dapat memberikan informasi sosial yang baik tentang perusahaan. Jadi, dikatakan bahwa perusahaan mampu menambah nilai pemegang saham meskipun sangat bergantung pada utang. Penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari dan Wiksuana, 2017) menunjukkan bahwa CSR dapat memperlemah pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hipotesis berikut dapat disimpulkan dari penjelasan ini:

H₄: *Corporate social responsibility* memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini terdiri atas perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan yang digunakan sebagai objek penelitian adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020-2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Kriteria pemilihan sampel yang digunakan adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan pertambangan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020 hingga 2021. (2) Perusahaan yang tidak diperoleh laporan keuangan secara berturut-turut pada periode 2020-2021 di www.idx.co.id (3) Perusahaan pertambangan yang tidak mengungkapkan Tanggung Jawab Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) di laporan keuangannya (4) Perusahaan memiliki data yang tidak memiliki

data. Dari kriteria pemilihan sampel tersebut didapatkan sampel penelitian sebanyak 38 sampel dan total 76 data pengamatan.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti sebelumnya yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Dan data yang didapat pada penelitian ini diperoleh dari website perusahaan serta pada website Bursa Efek Indonesia.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel independen

Profitabilitas

Profitabilitas (ROA) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri (Agus, 2010).

$$\text{ROA} = (\text{Laba bersih setelah pajak} / \text{Total aset})$$

Leverage

Leverage (DER) merupakan suatu kebijakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menginvestasikan dana atau memperoleh sumber dana yang disertai dengan adanya beban atau biaya tetap yang harus ditanggung perusahaan (Irawati, 2006).

$$\text{DER} = (\text{Total Hutang} / \text{Total Ekuitas})$$

Variabel Dependen

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai sekarang (present value) dari free cash flow di masa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal (Tobin's Q). *Free cash flow* adalah *cash flow* yang tersedia bagi investor setelah memperhitungkan seluruh pengeluaran untuk operasional perusahaan dan pengeluaran untuk investasi serta aset lancar bersih (Brigham dan Houston, 2001).

$$\text{Tobin's Q} = (\text{MVE} + \text{DEBT}) / \text{TA}$$

Keterangan:

MVE : harga penutupan saham pada akhir tahun buku dikalikan dengan jumlah saham beredar.

DEBT : total hutang perusahaan.

TA : nilai total aset dalam laporan keuangan.

Variabel Moderasi

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep dimana perusahaan secara sukarela mengintegrasikan aspek sosial dan lingkungan ke dalam operasi bisnis mereka dan interaksi dengan para pemangku kepentingan, yang mengarah pada kesuksesan bisnis yang berkelanjutan (Darmawan *et al.*, 2020).

$$\text{CSRDI} = \sum X_{ij} / n_j$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* Perusahaan j

X_{ij} : Variabel *dummy*:1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

N_j : jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 91

Metode Analisis Data

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang diukur menggunakan angka dan akan digunakan untuk menganalisis data sesuai dengan prosedur yang berlaku. Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah teknik data statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan uji hipotesis.

Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas yaitu uji statistik yang digunakan untuk menguji model regresi variabel yang diteliti apakah berdistribusi normal atau tidak menggunakan Non Probability Plot dan one sample kolmogorov Smirnov. Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Apabila telah diuji lalu ditemukan terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance dan nilai VIF, dengan kriteria jika nilai tolerance > 0,1 dan VIF kurang dari 10, maka diartikan tidak terjadi multikolinearitas.

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala autokorelasi dapat dilihat dari nilai Durbin Watson, nilai DW diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain jika titik - titik dalam grafik membentuk pola yang menyebar diatas dan dibawah angka nol sumbu Y maka kesimpulannya tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Setelah melakukan uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi langkah selanjutnya yaitu, uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) (Ghozali, 2018). Jika hasil pengujian ini dihasilkan oleh suatu variabel Moderasi dikalikan variabel bebas menjadi variabel terikat menghasilkan nilai negatif, maka variabel moderasi memperlemah pengaruhnya variabel bebas ke variabel terikat. Meski melemah tetapi pengaruhnya tidak signifikan dan sebaliknya. Jika beta positif, maka variabel moderasi memperkuat pengaruh variabel tersebut independen dari variabel dependen. Penggunaan MRA pada variabel bebas, maka kita harus membandingkan tiga persamaan regresi untuk menentukan jenis variabel moderasi. Maka persamaan yang dapat dirumuskan yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1ROA + b_2DER + b_3(ROA*CSR) + b_4(DER*CSR) + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

a : Konstanta

ROA : Profitabilitas

DER : Leverage

CSR : Pengungkapan CSR

(ROA*CSR) : Interaksi antara Profitabilitas dengan CSR

(DER*CSR) : Interaksi antara Leverage dengan CSR

e : Kesalahan Residual

Uji Kalayakan Model

Uji F

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (Romer, 2020). Dalam uji f ini dimaksudkan untuk menguji atau melihat apakah model regresi sudah signifikan atau tidak. Jika nilai telah di uji lebih kecil dari α maka hipotesis diterima yang dapat diartikan bahwa model regresi fit atau normal.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam uji koefisien digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dapat menerangkan variasi dari variabel yang independen. Nilai determinan yang dipakai dalam sebuah koefisien determinasi yaitu seberapa besar nilai nol hingga satu. Nilai R² dapat dikatakan normal jika nilai koefisien tersebut > 0,5, dikatakan sedang jika nilai $\geq 0,5$ dan dikatakan kurang jika nilai koefisien tersebut < 0,5 (Ghozali, 2018).

Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t yang dimana uji t ini sendiri digunakan untuk menguji kebenaran dan untuk mengetahui seberapa pengaruh dari variabel independen secara individu dengan variabel dependen. Untuk mengambil keputusan yang akan dihasilkan menggunakan nilai yang lebih besar dari 5% atau 0,05 atau $\alpha > 5\%$ maka hipotesis akan ditolak dan jika nilai tersebut kurang dari 5% atau 0,05 atau $\alpha < 5\%$ maka hipotesis dapat di terima (Ghozali, 2018).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah merupakan bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sample (Nasution, 2017). Analisis statistik yang memberikan gambaran tentang karakteristik setiap variabel penelitian yang dibuktikan dengan nilai mean (rata-rata), maksimum, dan minimum. Berikut ini disajikan hasil analisis deskriptif statistik dari perhitungan pengolahan data SPSS yang tersaji didalam tabel 1 berikut ini:

Tabel 1
Hasil Statistika Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|--------|----------------|
| ROA | 76 | -.32 | .52 | .0485 | .13780 |
| DER | 76 | -7.71 | 24.85 | 1.6385 | 3.48909 |
| TOBIN | 76 | .09 | 1.15 | .4727 | .23455 |
| CSR | 76 | .08 | .51 | .2163 | .09714 |
| Valid N (listwise) | 76 | | | | |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Pada tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah data pengamatan dalam penelitian didapatkan sebanyak 76 sampel. Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif diatas diketahui bahwa: (a) Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai minimum sebesar 0,08 dan nilai maksimum sebesar 0,51. Nilai rata-rata nilai perusahaan sebesar 0,216 dan nilai standar deviasi 0,097. (b) nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,09 dan nilai maksimum sebesar 1,15. nilai rata-rata sebesar 0,47 dan nilai standar deviasi sebesar 0,23. (c) *leverage* memiliki nilai minimum sebesar -7,71 dan nilai maksimum sebesar 24,85. Nilai rata-rata

sebesar 1,63 dan nilai standar deviasi sebesar 3,48. (d) profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -0,32 dan nilai maksimum sebesar 0,52. Nilai rata-rata sebesar 0,048, dan nilai standar deviasi sebesar 0,137.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas, hasil uji normal p-plot titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan nilai telah melebihi 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini memenuhi uji normalitas. Uji Multikolinearitas, nilai tolerance semua variabel bebas lebih besar dari 0,10, demikian pula nilai VIF semuanya kurang dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi adanya multikolinearitas. Uji Autokorelasi, hasil perhitungan autokorelasi diperoleh nilai Durbin-Watson adalah sebesar 1,484. Dengan demikian model regresi yang akan digunakan tidak terdapat masalah autokorelasi karena nilai DW berada di antara -2 dan +2. Dan pada uji Heteroskedastisitas, untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Penelitian ini memiliki fungsi dari persamaan regresi linier moderasi sebagai pendugaan terhadap nilai perusahaan (*Tobin's Q*), apabila terjadi perubahan terhadap profitabilitas (ROA), *leverage* (DER), interaksi antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility* (ROA*CSR), interaksi antara *leverage* terhadap *corporate social responsibility* (DER*CSR), yang mempengaruhi nilai perusahaan (*Tobin's Q*). Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut disajikan dalam tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Hasil Perhitungan Regresi Moderasi

| Model | | Unstandardized Coefficients | |
|-------|------------|-----------------------------|------------|
| | | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | .056 | .087 |
| | ROA | -.287 | .100 |
| | DER | .782 | .137 |
| | ROA*CSR | .182 | .133 |
| | DER*CSR | .772 | .222 |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

$$Tobin's Q = 0,56 - 0,287ROA + 0,782DER + 0,182ROA*CSR + 0,772DER*CSR + E$$

Uji Kelayakan Model F

Uji kelayakan model (*Goodnes of Fit*) atau uji statistik F memiliki tujuan untuk menunjukkan apakah dalam semua variabel independen yang dimasukkan dalam penelitian dapat dikatakan layak untuk digunakan. Kriteria pengujian kesesuaian model yaitu: (1) *P-value* < 0,05 menunjukkan bahwa uji model ini layak untuk digunakan pada penelitian; (2) *P-value* > 0,05 menunjukkan bahwa uji model ini tidak layak untuk digunakan pada penelitian. Berikut merupakan hasil uji serentak atau uji F yang disajikan di dalam tabel 3:

Tabel 3
Hasil Uji Kelayakan Model (Goodnes of Fit)

| | | ANOVA ^a | | | | |
|-------|------------|--------------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 46.853 | 5 | 9.371 | 31.068 | .000 ^b |
| | Residual | 22.320 | 74 | .302 | | |
| | Total | 69.173 | 79 | | | |

a. Dependent Variable: TOBIN
b. Predictors: (Constant), DER_CSR, ROA_CSR, ROA, DER

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Dari hasil uji F tabel 3 didapatkan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan nilai F sebesar 31,068. Dapat disimpulkan bahwa model uji pada penelitian ini layak digunakan dan tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan oleh masing-masing model regresi tersebut secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi atau *R-square* menunjukkan presentase seberapa besar pengaruh variabel independen dalam penelitian yang terdiri atas profitabilitas (ROA), *leverage* (DER), interaksi antara profitabilitas dengan *corporate social responsibility* (ROA*CSR), interaksi *leverage* dengan *corporate social responsibility* (DER*CSR) terhadap perubahan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berikut ini adalah *R-square* yang diperoleh dari hasil output SPSS dalam tabel 4:

Tabel 4
Hasil Perhitungan Koefisiensi Determinasi (R²)

| Model Summary ^b | | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .688 ^a | .474 | .444 | .74538584 | 1.484 |

a. Predictors: (Constant), DER_CSR, ROA_CSR, ROA, DER
b. Dependent Variable: TOBIN

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai R² memiliki nilai sebesar 0,474. R² disebut juga sebagai koefisien determinasi. Nilai koefisien sebesar 0,474 atau 47,4% menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, *corporate social responbility* sebagai moderasi mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 47,4% sedangkan sisanya 52,6% dijelaskan oleh variabel lain selain yang diajukan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji kemaknaan koefisien regresi parsial masing- masing variabel independen. Selain itu, uji t juga digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen antara individual dengan menerangkan variabel dependen. Adapun kriteria pengujian secara parsial dengan tingkat *level of signification* $\alpha = 5\%$ yaitu apabila nilai signifikasi $t < 0,05$ maka Ho diterima, artinya ada pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikasi $t > 0,05$ maka Ho ditolak, artinya tidak ada pengaruh signifikasi antara satu variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil *output* SPSS mendapatkan nilai dari uji t yang disajikan pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Perhitungan Uji t

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .056 | .087 | | .643 | .522 |
| | ROA | -.287 | .100 | -.287 | -2.855 | .006 |
| | DER | .782 | .137 | .782 | 5.718 | .000 |
| | ROA*CSR | .182 | .133 | .138 | 1.374 | .174 |
| | DER*CSR | .772 | .222 | .475 | 3.479 | .001 |

Sumber: Data Sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji statistik t menunjukkan hasil pengujian sebagai berikut: Variabel profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,287 dengan tingkat signifikan 0,006 lebih kecil dari 0,05 (5%). Hasil uji t menunjukkan bahwa coefficients t memiliki arah yang negatif (tidak searah) dengan nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan, hipotesis 1 yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak; Variabel kepemilikan institusional *leverage* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,782 dengan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan, hipotesis 2 yang menyatakan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima; Variabel ROA*CSR nilai koefisien regresi sebesar 0,182 dengan tingkat signifikan 0,174 lebih besar dari 0,05 (5%). Maka dapat disimpulkan, hipotesis 3 yang menyatakan ROA*CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan ditolak; Variabel DER*CSR memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,772 dengan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05 (5%). Dengan demikian, hipotesis 4 yang menyatakan DER*CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa keadaan keuangan perusahaan baik dan sehat, yang memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi di perusahaan. Namun, investor yang berinvestasi di perusahaan menaikkan harga saham perusahaan, mengakibatkan hubungan negatif antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Pada penelitian ini diharapkan lebih berpacu dengan teori stakeholder yang mengungkapkan bahwa solusi terbaik adalah perusahaan agar mampu memenuhi keinginan (*want*) dan kebutuhan (*needs*) dari setiap stakeholder. Dalam penelitian ini dapat dikatakan perusahaan masih belum bisa memenuhi keinginan para investor. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Dapat disimpulkan bahwa variabel *leverage* yang di uji pada penelitian ini telah melebihi standar rata-rata kepemilikan hutang. Hasil penelitian ini sesuai dengan perspektif teori *stakeholder* yang mengungkapkan bahwa manajemen perusahaan harus memenuhi keinginan (*want*) dan kebutuhan (*needs*) dari setiap *stakeholder*. *Levergae* merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola total utang untuk dibandingkan total aset yang dimiliki suatu perusahaan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Memoderasi antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa nilai koefisiensi regresi didapatkan hasil positif, yaitu jika profitabilitas yang telah dimoderasi oleh CSR, hal ini dikarenakan aktivitas

perusahaan menambah beban perusahaan, sehingga laba yang diperoleh lebih sedikit. Investor mengantisipasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan mengurangi besarnya pembayaran dividen ketika laba perusahaan melemah. Informasi ini menyebabkan investor tidak tertarik untuk menginvestasikan uangnya di perusahaan, yang biasanya menyebabkan harga saham menurun. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Memoderasi *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Hal ini dikarenakan aktivitas perusahaan menambah beban perusahaan, sehingga laba yang diperoleh lebih sedikit. Investor mengantisipasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan mengurangi besarnya pembayaran dividen ketika laba perusahaan melemah. Informasi ini menyebabkan investor tidak tertarik untuk menginvestasikan uangnya di perusahaan, yang biasanya menyebabkan harga saham menurun. Meskipun tingkat hutang yang dimiliki oleh perusahaan tinggi, tetapi terdapat hubungan yang baik antara perusahaan dengan debtholders mampu memberikan informasi sosial perusahaan yang baik. Sehingga diklaim bahwa perusahaan mampu melakukannya meningkatkan nilai perusahaan, meskipun memiliki ketergantungan banyak utang. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut: (1). Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. (2). *Leverage* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (3). *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (4). *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan dalam memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dan kesimpulan, maka saran yang dapat di sampaikan adalah sebagai berikut : (1). Bagi peneliti selanjutnya, Peneliti harus memperpanjang tahun periode pengamatan untuk menunjukkan keadaan nilai perusahaan yang lebih akurat (Tobin's Q), misalnya menyelesaikan periode pengamatan selama 4 tahun untuk memberikan kajian yang lebih mendalam tentang sektor ekonomi yang diteliti. (2). Bagi peneliti selanjutnya, Peneliti sebaiknya menambahkan variabel independen, misalnya menggunakan variabel likuiditas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional, untuk mendapatkan gambaran yang lebih akurat tentang pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). (3). Bagi peneliti selanjutnya, ada baiknya menambahkan variabel moderating selain CSR, misalnya tata kelola yang baik (GCG), kebijakan dividen dan kebijakan manajemen. (4). bagi peneliti selanjutnya, peneliti harus mengubah tujuan penelitian untuk mendapatkan lebih banyak populasi bisnis. Pasalnya, hanya 38 perusahaan yang terwakili dalam survei perusahaan pertambangan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan mengubah tujuan penelitian, misalnya menggunakan manufaktur dengan populasi 193 perusahaan. Hal ini untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci tentang kelompok usaha dasar untuk menunjukkan informasi umum tentang industri yang diteliti. (5). Bagi perusahaan, sebaiknya lebih banyak mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal tersebut dikarenakan perusahaan yang memberikan pengungkapan tanggung jawab sosial akan memberikan hal

yang positif terhadap *stakeholder*, bukan hanya untuk investor saja, melainkan masyarakat umum yang terdampak akibat kegiatan operasional perusahaan. Sehingga jika perusahaan banyak melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan memberikan nilai lebih di masyarakat umum sehingga mampu memberikan nilai yang positif terhadap kenaikan nilai perusahaan. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan mengelola total utang terhadap aktiva yang dimiliki perusahaan dalam pengelolaan total aktiva yang dimiliki perusahaan dalam pengelolaan tahun berjalan. (6). Bagi investor, Untuk lebih memahami dan menghasilkan informasi tentang profitabilitas, leverage dan hubungan antara kedua variabel tersebut terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan. Hal ini karena variabel penelitian harus diperhitungkan bagi investor untuk mulai berinvestasi dalam menciptakan perusahaan yang tepat. Investor juga diharapkan mengetahui dan mampu menganalisis kondisi keuangan perusahaan, terutama dalam mengevaluasi item-item keuangan perusahaan yang dapat mempengaruhi pergerakan harga saham, seperti seberapa dan sering dividen akan dibagikan oleh suatu perusahaan, serta seberapa besar tingkat profitabilitas yang didapatkan oleh perusahaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, R. S. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. BPFE. Yogyakarta
- Agustina, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *J Consero Dent.* 2013, 16(4), 2013. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/23956527/>
- Basalamah, A. S., dan J. Jermias. 2005. Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 7(1), 109-127.
- Brigham, E. F., dan Houston, J. F., 2001. *Manajemen Keuangan*. Erlangga. Salemba Empat.
- Charles, E. 2015. The Impact of Corporate Social Responsibility (CSR) on Organization Profitability. *International Journal of Business and Management*, 10(9), 60-67. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v10n9p60>
- Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, P., dan Sunardi, S. 2020. Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 5(1), 83. <https://doi.org/10.32502/jab.v5i1.2461>
- Deriyarso, I. 2014. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*, 11(2), 3-12. *Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*, 11(2), 3-12
- Dewi, N. M. L., dan I. D. G. D. Saputra. 2019. Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi* 28(1): 26-54.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irawati, S. 2006. *Manajemen Keuangan*. Pustaka. Bandung
- Keown, A, J, D. 2004. *Manajemen Keuangan Jilid 1*. Indeks. Jakarta
- Kunarita, D. 2020. Efek Pemoderasi Good Corporate Governance Dalam Pengaruh Faktor Kinerja Keuangan Perusahaan Terhadap Firm Value. Malang: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Malang kecewara. Dipetik 11 04, 2022, dari <http://repository.stiemce.ac.id/id/eprint/1212>
- Kurnianingsih, H. T. 2013. Pengaruh Profitabilitas Dan Size Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 13(1), 1-14
- Mardiyati, U., Gatot Nazir Ahmad, R. putri. 2012. Terhadap, Profitabilitas Perusahaan, Nilai Terdaftar, Yang Bursa, D I Indonesia, Efek Periode, B E I. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1), 1-17.

- Rasyid, A. 2015. Effects of ownership structure, capital structure, profitability and company's growth towards firm value. *International Journal of Business and Management Invention ISSN (Online)*, 4(4), 23198028.
- Riyanto, A. 2016. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia Periode 2010-2015. 16. Kudus, Jawa Tengah, Indonesia: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus. Dipetik 11 04, 2022, dari <http://repository.iainkudus.ac.id/id/eprint/454>
- Romer, E. 2020. Pengaruh Harga Transfer dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Penghindaran Pajak. Universitas Katolik Musi Charitas. Palembang
- Saidi 2004. Menjadi Bangsa Pemurah: Wacana dan Praktek Kedermawanan Sosial di Indonesia. Piramedia.
- Suwardika dan Mustanda. 2017. *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti*. 6(3), 1248-1277.
- Tanalo, V. S. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Modal pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel pemoderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019). *Skripsi Ekonomi Dan Bisnis*
- Utama, D. 2009. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Struktur Modal, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Dictionary of Gems and Gemology*, 2(1), 245-245. https://doi.org/10.1007/978-3-540-72816-0_6068
- Wulandari, N. M. I., dan Wiksuana, I. G. B. 2017. Peranan Csr Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen*.