

PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021)

Alfa Riska Dewanthi Putri

alfariska10@gmail.com

Khuzaini

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of profitability which a proxy with Return on Asset (ROA) on the firm value which was a proxy with Price Earning Ratio (PER). It was also to find out the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure on the relationship between profitability and firm value. Moreover, the population was Food and Beverage manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2021. There were 9 samples from 43 Food and Beverage companies. Furthermore, the data were secondary in a form of annual reports, financial statements, and the companies' continuity statements. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regressions and Moderated Regression Analysis (MRA). The result showed that profitability had a negative and significant effect on the firm value. In addition, CSR was able to moderat the effect of profitability on the firm value. These findings could be used as a basic reference in motivating companies to pay more attention to their profits.

Keywords: profitability, firm value, corporate social responsibility (csr), return on asset (roa), price earning ratio (per)

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas yang di proksikan oleh *Return on Asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan yang di proksikan oleh *Price Earning Ratio* (PER) dan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2021. Diperoleh sebanyak 9 perusahaan makanan dan minuman dari total pengamatan sebanyak 43 perusahaan yang terdaftar. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan, laporan keuangan dan laporan berkelanjutan perusahaan serta teknik analisis dari penelitian ini menggunakan regresi linier berganda dan *Moderated Regresion Analisys* (MRA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai acuan dasar dalam memotivasi perusahaan untuk lebih seksama dalam memperhatikan keuntungan dan laba yang dimiliki.

Kata kunci : profitabilitas, nilai perusahaan, *corporate social responsibility* (csr), *return on asset* (roa), *price earning ratio* (per)

PENDAHULUAN

Kemajuan dunia di era modern pada saat ini jauh berkembang sangat pesat, baik dalam skala besar maupun kecil. Ada begitu banyak perusahaan terlibat dalam industri yang berbeda dengan berbagai macam sektor yang memiliki persaingan sangat ketat. Perkembangan usaha di sektor makanan dan minuman juga memiliki peran yang sangat penting bagi sektor perekonomian. Perusahaan-perusahaan tersebut didirikan dengan memiliki tujuan dan rencana yang akan dicapai. Dari sekian banyaknya tujuan perusahaan tersebut, yang paling utama adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Semakin

meningkatnya harga saham suatu perusahaan, maka akan semakin tinggi pula kekayaan para pemegang sahamnya

Salah satu yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Nilai perusahaan sendiri menjadi standar kinerja suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Jika nilai perusahaan meningkat dapat mengidentifikasikan bahwa perusahaan telah berprestasi dan akan terlihat dari kenaikan harga saham perusahaan tersebut, selain itu meningkatnya nilai perusahaan juga dapat menunjukkan peningkatan kemakmuran pemegang saham.

Suatu perusahaan memiliki beberapa kewajiban yang harus dipenuhi, kewajiban tersebut tidak hanya untuk pemegang saham saja melainkan kepada pihak lain termasuk masyarakat. Semakin besar kepedulian perusahaan terhadap masyarakat yang tercermin dalam *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengungkapkannya dalam laporan perusahaan, maka image perusahaan menjadi meningkat. Di Indonesia, *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan sudah menjadi kewajiban bagi perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas (PT) dan yang menggunakan sumber daya alam dalam operasionalnya. Hal ini diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas No.40 tahun 2007 dan Pasal 15 Bagian b, Pasal 17, dan Pasal 34 Undang-Undang No.25 tahun 2007.

Perusahaan makanan dan minuman memiliki daya tarik yang tinggi bagi para investor sehingga investor mulai melirik perusahaan makanan dan minuman yang ada di Indonesia karena laju industri di sektor ini cukup pesat. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, sektor manufaktur sangat berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di kuartal kedua 2021, yaitu sebesar 17,34%. Dua kontributor teratas dari sektor manufaktur adalah industri makanan dan minuman (6,66%) serta industri kimia, farmasi, dan obat tradisional (1,96%). Dengan total kontribusi PDB sebesar 8,62% dari dua industri tersebut. Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia (GAPMMI) memperkirakan bahwa industri makanan dan minuman akan tumbuh sebesar 7% pada akhir 2021.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Apakah profitabilitas berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)?, (2) Apakah *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) ?. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (2) Untuk membuktikan secara empiris dan menganalisis *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal

Signalling Theory menyatakan bahwa pentingnya informasi yang dipublikasikan oleh perusahaan tentang keputusan investasi kepada pihak di luar perusahaan. Informasi adalah elemen penting bagi investor dan pelaku bisnis karena memberikan informasi, catatan, maupun gambaran kondisi masa lalu, sekarang dan masa depan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Investor membutuhkan informasi yang lengkap dan akurat sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi di pasar modal. Tingkat profitabilitas dan keuntungan yang tinggi akan menjadi sinyal bagi investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaan tersebut. Hal tersebut dapat memberikan manfaat juga bagi perusahaan yaitu dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori Legitimasi (*legitimasi Theory*)

Menurut Gray, et.al.,(2011) Legitimasi merupakan suatu sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (society), individu,

pemerintah dan kelompok masyarakat. Sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada society, operasi perusahaan harus konsisten dengan harapan masyarakat. Menurut Branco dan Rodrigues (2008) menyimpulkan bahwa teori legitimasi juga berpendapat bahwa perusahaan harus mengungkapkan dan melakukan *Corporate Social Responsibility* semaksimal mungkin agar perusahaan dapat diterima di masyarakat. Pengungkapan ini digunakan untuk legitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat, karena di dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan menunjukkan tingkat kepatuhan perusahaan.

Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* ini menyatakan bahwa perusahaan bukan suatu entitas yang hanya beroperasi pada kepentingannya sendiri melainkan juga diwajibkan memberi manfaat bagi *stakeholder*-nya. Pada dasarnya tanggungjawab yang semula hanya diukur sebatas pada indikator ekonomi dalam laporan keuangan, kini berpindah pada faktor-faktor sosial terhadap *stakeholder* baik pada internal maupun eksternal. Hal ini terjadi, karena adanya tuntutan dari masyarakat yang diakibatkan oleh dampak negatif yang akan timbul serta ketimpangan sosial.

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2010:196) Rasio Profitabilitas adalah sebuah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu melalui penggunaan aset atau modal keseluruhan atau sendiri. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang berkaitan dengan penjualan, total aset, dan modal sendiri. Profitabilitas menggambarkan keberhasilan operasi perusahaan dan menunjukkan hasil akhir dari banyak kebijakan dan keputusan yang diambil oleh manajemen perusahaan. Dengan begitu penggunaan profitabilitas bertujuan untuk mengukur kemampuan pada suatu perusahaan dalam rentang waktu tertentu dalam penurunan dan kenaikan sehingga dapat menemukan penyebab ataupun persoalan pada perusahaan tersebut. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan dapat mempertahankan keuntungan yang diperoleh dengan diiringi perusahaan memiliki tingkat keuntungan yang tinggi.

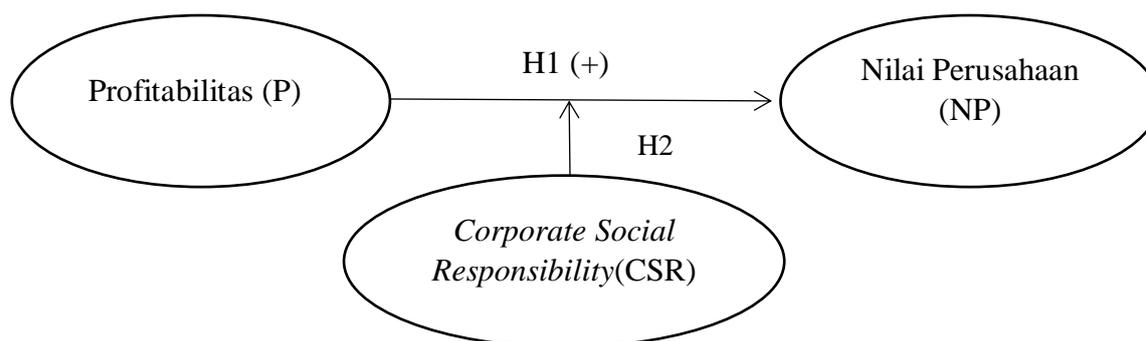
Nilai Perusahaan

Suatu harga saham yang dapat dikatakan meningkat apabila nilai suatu perusahaan bisa memberikan kemakmuran pada pemegang saham karena sebagai nilai pasar yang dimaksud dengan nilai perusahaan, Brigham dan Houston (2006:19). Harga saham yang tinggi dapat mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan. Harga saham yang tinggi dapat mengindikasikan nilai perusahaan yang tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat investor percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan.

Corporate Social Responsibility (CRS)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development*, Pengertian *Corporate Social Responsibility* sebagai suatu komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam membangun ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan tersebut, komunitas setempat (*local*) dan masyarakat secara keseluruhan dalam rangka memperbaiki kualitas hidup. *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen suatu perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menekankan keseimbangan terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran
Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah salah satu bagian yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas dapat menunjukkan seberapa besar keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasinya. Pemegang saham atau investor selalu ingin mendapatkan keuntungan yang maksimal dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan. Semakin besar keuntungan yang diperoleh maka semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, sehingga akan semakin banyak investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Ayuningtyas (2013) dan Nurhayati (2013) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi

Profitabilitas dapat menjadi pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya karena semakin besar dividen, semakin menghemat biaya modal. Perusahaan diminta untuk tidak hanya berfokus kepada faktor ekonomi saja melainkan juga berfokus kepada faktor sosial. Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja perusahaan dalam memperbaiki lingkungannya, maka nilai perusahaan tersebut makin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Menurut Anggraini (2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Menurut Agusta Amanda (2016) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (objek) Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan oleh peneliti adalah data sekunder yaitu data kuantitatif karena sesuai dengan tujuan penelitian. Menurut Sugiyono (2017:14) metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pada pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk dapat menguji hipotesis yang telah

ditetapkan. Di dalam penelitian ini data yang digunakan oleh peneliti adalah data kuantitatif yang berasal dari Bursa Efek Indonesia. Sedangkan data yang digunakan adalah laporan tahunan perusahaan pada periode 2017-2021 dengan perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Purposive sampling* dengan tujuan bahwa untuk mendapatkan sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang ditentukan *Purposive sampling* adalah teknik pengumpulan data sampel yang digunakan jika anggota sampel yang dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu :

Tabel 3
Jumlah Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah
1.	Jumlah Perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2021	43
2.	Jumlah Perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang tidak membagikan laporan keuangan lengkap selama periode 2017-2021	(29)
3.	Jumlah Perusahaan <i>Food and Beverages</i> yang tidak mempublikasikan laporan tahunan lengkap termasuk pengungkapan CSR periode 2017-2021	(5)
Jumlah Sampel yang digunakan pada penelitian ini		9

Sumber: IDN Financial (diolah)

Teknik Pengumpulan Data

Di dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara penelusuran data sekunder, yaitu dilakukan dengan kepustakaan dan manual. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari *IDN Financial* serta *IDX Statistic* tahun 2017 sampai dengan 2021. Metode dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data sekunder yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia berupa laporan keuangan manufaktur sub sektor *Food and Beverage* yang terdapat dalam *IDN Financial* dan *IDX Statistic* tahun 2017-2021.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Variabel Bebas (independen variabel) merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab timbulnya variabel tersebut. Variabel bebas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset*. Variabel ROA mewakili rasio profitabilitas, yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Husnan (2005) Nilai ROA mencerminkan pengembalian perusahaan atas semua aktiva (pendanaan) yang akan diberikan kepada perusahaan. Dengan menghilangkan dampak tersebut, analisis akan berfokus pada evaluasi dan prediksi kinerja operasional. Oleh karena itu, ROA merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Menurut Kasmir (2010:199) cara untuk menghitung profitabilitas perusahaan dengan menggunakan ROA adalah :

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Variabel Dependen

Variabel Dependen sering juga disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen, dan sering disebut juga variabel terikat. Menurut Sekaran (2003:89) Variabel Dependen ialah suatu variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel terikat yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. PER berfungsi sebagai perubahan kemampuan laba yang diharapkan untuk dimasa yang akan datang. Semakin

besar nilai PER, maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan tumbuh sehingga dapat menghasilkan nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2020:134) rumus *Price Earning Ratio* (PER) adalah :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Laba per saham}}$$

Variabel Moderasi

Variabel Moderasi merupakan variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan langsung antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Menurut Darmadji dan Fakhruddin (2011:129) CSR merupakan suatu bentuk pengungkapan kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan yang terdapat pada laporan tahunan suatu perusahaan dengan menggunakan indeks persentase pengungkapan yang dapat diukur berdasarkan *Global Reporting Initiative* yaitu:

$$\text{CSRDI} = \frac{X_j}{N_j}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif ini bertujuan untuk menggambarkan apa yang ditemukan dalam hasil penelitian dan untuk memberikan informasi yang sesuai dengan apa yang diperoleh di lapangan. Statistik merupakan alat yang memiliki fungsi untuk menggambarkan atau memberikan gambaran kepada objek yang akan diteliti melalui sampel atau data populasi tanpa melakukan analisis dan menarik kesimpulan yang diterima secara umum dari data tersebut.

Uji Asumsi Klasik

Menurut Ghozali (2011:139) tujuan dalam pengujian asumsi klasik ini adalah untuk menemukan dan menguji kelayakan pada model regresi yang akan digunakan dalam penelitian. Pengujian ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa dalam model regresi yang akan digunakan tidak mengandung multikolinieritas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal. Menurut Ghozali (2011:13) analisis regresi linier berganda perlu menghindari penyimpangan dari asumsi klasik supaya tidak menimbulkan masalah atau kesulitan dalam proses penggunaan analisis tersebut:

Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2011:145), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen atau keduanya dapat berdistribusi secara normal atau tidak dalam model regresi. Untuk mendeteksi normalitas pada data dapat diuji dengan *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan pedoman pengambilan keputusan jika nilai signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* < 0,05, maka dapat dikatakan data *residual* berdistribusi tidak normal. Sedangkan apabila nilai signifikan uji *Kolmogorov-Smirnov* > 0,05, maka dapat dikatakan data *residual* berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2011:110), uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah didalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara residual/kesalahan dalam penggunaan pada periode t dengan residual periode t₋₁ (sebelumnya). Terdapat pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi bahwa nilai *Durbin Watson* terletak diantara batas atas atau upper bound (du) dan (4-du), sehingga koefisien autokorelasi sama dengan nol maka tidak ada autokorelasi positif. Bila nilai *Durbin Watson* lebih rendah dibandingkan dengan batas bawah atau lower bound (dl), sehingga koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol

maka ada autokorelasi positif. Bila nilai *Durbin Watson* lebih besar dibandingkan dengan batas bawah atau lower bound (4-dl), sehingga koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol maka ada autokorelasi negatif. Bila nilai *Durbin Watson* terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau *Durbin Watson* terletak diantara (4-du) dan (4-dl), sehingga hasil tidak dapat disimpulkan.

Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2011:139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Analisis dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu bila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur yaitu bergelombang, melebar kemudian menyempit. Sehingga akan menandakan telah terjadinya heteroskedastisitas. Sedangkan apabila tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011:105), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas atau tidak. Untuk mendeteksi terdapat atau tidaknya multikolinieritas pada metode regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* akan mengukur variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya, maka nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi ($VIF=1/tolerance$) dan akan menunjukkan adanya kolonieritas yang tinggi. Nilai cut-off yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0.10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10.

Analisis Regresi Moderasi

Menurut Ghozali (2011:223) Uji interaksi yang biasa dikenal dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) adalah aplikasi khusus regresi linier berganda dimana dalam suatu perusahaan regresinya mengandung faktor interaksi. Dalam penelitian ini, data yang digunakan akan diolah dengan menggunakan software komputer yaitu *Statistical Package for Social Science* (SPSS). Hasil dari analisis regresi moderasi ini akan berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Analisis regresi moderasi dalam penelitian ini memiliki persamaan sebagai berikut:

$$PER = \alpha + \beta_1ROA + \beta_2CSRDI + \beta_3ROA*CSRDI + e$$

Keterangan :

PER : Nilai perusahaan

α : Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$: Koefisien regresi

ROA : Profitabilitas

CSRDI : *Corporate social Responsibility*

ROA*CSRDI : Interaksi antara Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

e : Kesalahan penduga dalam penelitian

Koefisien Korelasi dan Determinasi (R²)

Menurut Ghozali (2011:277), pengukuran koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Nilai *Adjusted R²* yang kecil bisa dikatakan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji F (*Overall Significance Test*)

Uji statistik F (*Overall Significance Test*) Menunjukkan apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak. Bila nilai signifikan $F \leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan $F > 0,05$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, ini berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji T (*Partial Individual Test*)

Menurut Ghozali (2011:98) uji statistik t (*Partial Individual Test*) dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individu dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Bila nilai signifikan uji $t \leq 0,05$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan uji $t > 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Moderated Regression Analysis (MRA) bertujuan untuk menguji kemampuan variabel moderasi apakah mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Metode ini akan dilakukan dengan menambahkan variabel perkalian antara variabel bebas dengan variabel moderatingnya.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata (*mean*) dan nilai standar deviasi. Pengolahan pada data ini dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS sehingga memberikan hasil statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	45	0.000526	0.525704	0.11963	0.10889
PER	45	4.65	168.72	27.7388	26.78878
CSR	45	0.410	0.936	0.6903	0.15661
Valid N (<i>listwise</i>)	45				

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Pada tabel menjelaskan bahwa variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price Earning Ratio* (PER) memiliki nilai minimum variabel sebesar 4.65 sedangkan nilai maksimum sebesar 168.72. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel nilai perusahaan sebesar 27.738 dengan nilai standar deviasi sebesar 26.788 yang artinya nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yang dapat diartikan bahwa variasi data lebih kecil atau tidak ada penyimpangan data dan dapat memperoleh hasil nilai yang lebih baik. Variabel independen adalah profitabilitas yang diukur menggunakan *Return on Asset* (ROA) memiliki nilai minimum variabel sebesar 0.000526 sedangkan nilai maksimum sebesar 0.525704. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel profitabilitas sebesar 0.11963 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.10889 yang artinya nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yang dapat diartikan bahwa variasi data lebih kecil atau tidak ada penyimpangan data dan dapat memperoleh hasil nilai yang lebih baik. Variabel pemoderasi yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum variabel sebesar 0.410 sedangkan nilai

maksimum sebesar 0.936. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel CSR sebesar rata-rata (*mean*) 0.6903 dengan nilai standar deviasi sebesar 0.15661 yang artinya bahwa nilai rata-rata lebih besar dari nilai standar deviasi yang dapat variasi data lebih kecil atau tidak ada penyimpangan data dan dapat memperoleh hasil yang lebih baik

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki kegunaan untuk memeriksa apakah dalam model regresi, variabel terikat (*dependen*), variabel bebas (*independen*), atau keduanya berdistribusi normal. Untuk menghitung uji normalitas menggunakan program SPSS, sehingga dapat diperoleh output yang disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

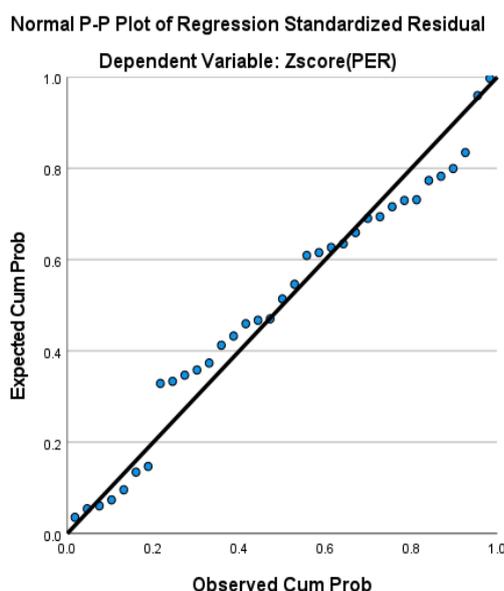
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		45
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.40162437
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.121
	<i>Positive</i>	.104
	<i>Negative</i>	-.121
<i>Test Statistic</i>		.121
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)^c</i>		.200 ^d

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diperoleh nilai *asymp.sig* sebesar 0,200 atau dapat diartikan bahwa $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa semua data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal. Sedangkan pengujian normalitas menggunakan gambar *p-plot* normality memperoleh hasil gambar sebagai berikut:

hasil gambar sebagai berikut:



Gambar 2
Uji Normalitas P-Plot Normality
Sumber: data sekunder diolah, 2023

Pada gambar 2 di atas memperhatikan bahwa hasil uji normalitas pada penelitian ini terdapat grafik p-plot yang menunjukkan residual berada mendekati garis baik diatas maupun dibawah. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi di dalam penelitian ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Untuk mendapatkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS, yang disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Variabel	Collinearity Statistics		Kesimpulan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
ROA	.784	1.276	Tidak terjadi Multikolinearitas
CSR	.892	1.121	Tidak terjadi Multikolinearitas
ROA*CSR	.842	1.188	Tidak terjadi Multikolinearitas

a. Dependent Variable: PER

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4 di atas hasil dari pengujian diperoleh nilai VIF variabel ROA sebesar 1,276 atau dapat diartikan $1,276 < 10$, sedangkan untuk nilai VIF variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar 1,121 atau dapat diartikan $1,121 < 10$ dan nilai VIF untuk interaksi ROA dan CSR sebesar 1,188 atau dapat diartikan $1,188 < 10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Untuk mendapatkan perhitungan digunakan program SPSS yang disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)
Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.312 ^a

a. Predictors: (Constant), ROA*CSR, CSR, ROA

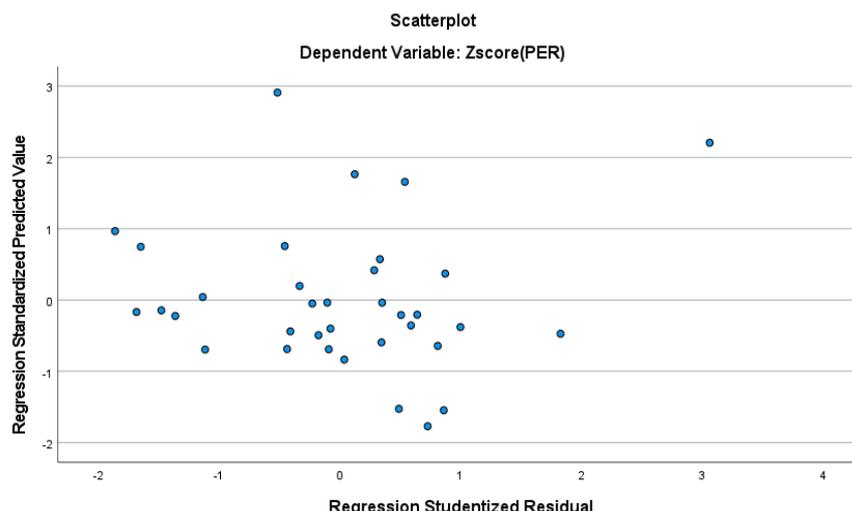
b. Dependent Variable: PER

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan hasil pengujian diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,312 atau dapat diartikan 1,846 berada di antara -2 s/d +2, sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi berganda yang digunakan dalam penelitian tidak terkena autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar 3
Uji Heteroskedastisitas
Sumber: data sekunder, 2023

Berdasarkan gambar 3 diatas dapat menunjukkan hasil heteroskedastisitas pada grafik *Scatter plot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola corong atau dapat dikatakan tidak membentuk pola tertentu yang jelas, Sehingga dapat diidentifikasi bahwa tidak terjadi kasus heteroskedastisitas pada model regresi.

Analisis Regresi Linier Moderasi

Di dalam penelitian ini analisis linier moderasi memiliki fungsi sebagai penguji pengaruh antara variabel Nilai Perusahaan (PER) yang dipengaruhi oleh variabel Profitabilitas (ROA) dengan *Corporate Social Responsibility* (CSRDI). Data ini diperoleh dari hasil tabulasi data, dan diolah menggunakan SPSS dengan hasil yang dimasukkan ke dalam persamaan regresi linier moderasi berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Moderasi
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.175	.082	
	ROA	-.449	.153	-.437
	CSR	-.164	.076	-.300
	ROA*CSR	.321	.129	.357

a. Dependent Variable: PER

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan hasil dari perhitungan SPSS pada tabel 12, dapat dimasukkan dalam persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$PER = -0,175 - 0,449 ROA - 0,164 CSR + 0,321 ROA * CSR + e$$

Dari persamaan regresi diatas, konstanta memiliki nilai sebesar -0,175, Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh konstanta terhadap nilai perusahaan menghasilkan nilai negatif yang dapat diartikan bahwa saat variabel bebas pada konstanta 0, maka nilai perusahaan sebesar -0,175. Koefisien regresi profitabilitas (ROA) dengan nilai sebesar -0,449.

Hal ini dapat diartikan bahwa variabel Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PER). Artinya jika variabel ROA mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,449, serta sebaliknya jika variabel ROA mengalami penurunan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Koefisien regresi variabel CSR dengan nilai sebesar -0,164. Hal ini dapat menunjukkan variabel CSR memiliki hubungan negatif terhadap PER. Artinya jika variabel CSR mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,164, serta sebaliknya jika variabel CSR mengalami penurunan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Koefisien regresi variabel ROA yang diinteraksikan dengan CSR sebesar 0,321. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel ROA yang diinteraksikan oleh CSR bertanda positif. Artinya jika variabel ROA dengan CSR mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan pula.

Uji Kelayakan Model

Uji F (Uji Kelayakan)

Berikut adalah hasil perhitungan dari perolehan nilai F yang terlihat pada tabel 7:

Tabel 7
Hasil Uji Kelayakan Model
ANOVA^a

Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	4.738	3	1.579	8.928	.000 ^b
	Residual	5.484	31	.177		
	Total	10.223	34			

a. Dependent Variable: PER

b. Predictors: (Constant), ROA*CSR, CSR, ROA

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Dari output hasil uji signifikansi F yang terdapat pada tabel di atas menghasilkan F hitung sebesar 8.928 dengan tingkat signifikansi 0,000, Hal ini dapat diartikan bahwa karena nilai signifikansi $< 0,05$ ($\alpha=5\%$), maka menunjukkan variabel independen, dan variabel moderating secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap PER sebagai variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berikut ini hasil dari uji koefisien determinasi:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.681 ^a	.464	.412	.42060910

a. Predictors: (Constant), ROA*CSR, CSR, ROA

b. Dependent Variable: PER

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa analisis yang dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS diperoleh nilai koefisien determinasi

(*R-square*) sebesar 0,464. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ROA, CSR dan ROA*CSR mempengaruhi variabel PER sebesar 46,4%, sedangkan 53,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen dapat memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen.

Uji Hipotesis (Uji t)

Berikut ini hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	-.175	.082		-2.121	.042
	ROA	-.449	.153	-.437	-2.940	.006
	CSR	-.164	.076	-.300	-2.155	.039
	ROA*CSR	.321	.129	.357	2.487	.018

a. Dependent Variable: PER

Sumber: data sekunder diolah, 2023

Dapat diketahui pada tabel menunjukkan hasil nilai uji hipotesis variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai yang signifikan sebesar 0,006 dan memiliki nilai t hitung dengan nilai -2,940. Karena nilai signifikansi uji t 0,006 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel ROA memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PER) dan memiliki arah nilai negatif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H₁) diterima. Dapat diketahui pada tabel menunjukkan hasil nilai uji t variabel pemoderasi (ROA*CSR) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,018 dan memiliki nilai t hitung dengan nilai 2,487. Karena nilai signifikansi uji t 0,018 < 0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel CSR mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap PER dan memiliki arah nilai positif. Sehingga dapat diperoleh kesimpulan bahwa hipotesis kedua (H₂) diterima

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari hasil analisis data hasil uji hipotesis yang didapatkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) mempunyai nilai t hitung sebesar -2,940 dan nilai signifikansi sebesar 0,006. Karena nilai signifikansi sebesar 0,006 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) berpengaruh secara negatif signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price Earning Ratio* pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman. Sehingga hipotesis pertama (H₁) dalam penelitian ini dapat diterima yang artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini profitabilitas (ROA) memiliki arah negatif terhadap nilai perusahaan (PER) yang artinya bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas (ROA) sebuah perusahaan maka semakin rendah nilai perusahaan (PER), hal ini dikarenakan perusahaan yang mendapatkan profitabilitas yang tinggi akan cenderung memprioritaskan laba tersebut untuk *retained earnings* (laba ditahan), dan bukan untuk dibagikan kepada pemegang saham melalui dividen. Jika laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan semakin tinggi, maka laba yang tadinya ditahan perusahaan juga akan semakin tinggi, yang akan berakibat terhadap sedikitnya laba yang dibagikan untuk pemegang saham. Karena minimnya keuntungan yang dibagikan kepada investor, maka investor akan cenderung beranggapan bahwa perusahaan

tidak melakukan usaha yang maksimal untuk mensejahterakan pemegang saham. Hal ini mengakibatkan kurangnya minat investor untuk menanamkan sahamnya hingga menyebabkan nilai perusahaan turun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanti dan Santoso (2011) yang menunjukkan bahwa rasio profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermawan *et.al* (2014) yang mengatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi

Berdasarkan hasil dari analisis data, hasil uji dalam penelitian ini menghasilkan bahwa variabel ROA*CSR memiliki nilai t hitung sebesar 2.487 dan nilai signifikan sebesar 0,18. Karena nilai signifikansi $0,18 < 0,05$, maka variabel ROA*CSR berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Earning Ratio* dan memiliki arah nilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan dan memiliki arah positif dalam memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan hingga dinyatakan bahwa hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini dapat diterima. Arah nilai positif dapat menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi profitabilitas maka semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Agusta (2016) dan Nurul Pratiwi (2017) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Ni Kadek Raningsih (2018) yang mengatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dengan merujuk pada tujuan peneliti, hipotesis dan model analisa, maka dapat disimpulkan pada penelitian ini adalah : (1) Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun periode 2017-2021. Hasil didapatkan setelah melakukan pengujian hipotesis dilihat dari nilai uji t dan diperoleh hasil dengan nilai signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya. (2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun periode 2017-2021. Hasil yang diperoleh setelah melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t dan diperoleh hasil nilai signifikan pada variabel interaksi antara ROA dengan CSR dimana hasil tersebut menunjukkan pengaruh yang signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan dengan semaksimal mungkin sesuai prosedur ilmiah, namun demikian masih terdapat batasan-batasan tertentu dalam penerapannya, yaitu sebagai berikut: (1) Variabel independen yang digunakan dalam penelitian terbatas pada satu variabel saja yaitu profitabilitas. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. (2) Dalam menghitung nilai perusahaan, terdapat tiga metode yang digunakan yaitu PER, *Tobin's Q*, dan PBV. Pada penelitian ini nilai perusahaan yang diprosikan dengan PER, karena menunjukkan harga saham serta laba per saham untuk mengetahui seberapa besar nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut: (1) Penelitian ini menggunakan variabel moderasi yaitu *Corporate Social Responsibility* dan *Return on Asset (ROA)* sebagai variabel independen, dalam penelitian selanjutnya hendaknya menggunakan rasio lain seperti: *Net Profit Margin (NPM)*, *Return on Equity (ROE)*, *Gross Profit Margin (GPM)*, *Return on Sales Ratio (ROS)*, *Return on Investment (ROI)*, *Earning Per Share (PER)*, *Return on Capital Employed (ROCE)*. Sehingga dapat menunjukkan kemungkinan yang lebih besar dan baik untuk memperoleh generalisasi. (2) Penelitian ini menggunakan variabel dependen nilai perusahaan yang diproksikan oleh rasio *Price Earning Ratio (PER)*. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan variabel lain, seperti: *Price to Book Value (PBV)*. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya melakukan penelitian terhadap faktor-faktor lain yang mampu memberikan pengaruh lebih besar terhadap PER. (3) Penelitian ini hanya menggunakan 9 perusahaan manufaktur di bidang makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021. Diharapkan kepada peneliti selanjutnya dapat menambah sampel agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang.
- Ayuningtias, D. 2013. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Antara. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* Volume 1 Nomor 1, Januari 2013
- Branco, M dan L. Rodrigues. 2008. *Factory Influencing Social Responsibility Disclosure by Portugese Companies*. *Journal of Business Ethics* 83, pp: 685-701
- Brigham, Eugene F dan Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta.
- Darmadji, T. dan H. M. Fakhruddin. 2011. *Pasar Modal Indonesia*. Edisi Ketiga. Jakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Edisi Kelima)*. Universitas Diponegoro. Semarang
- Gray, et.al., (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta.
- Hasnawati, S. 2005. Implikasi Keputusan Investasi, Pendanaan, dan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Publik di Bursa Efek Jakarta. *Usahawan*: No. 09/Th XXXIX. September 2005: 33-41.
- Hermawan, S., Mafiulah, dan A. Nurul. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi* 6(2): 103-118.
- Hermawan, S., Mafiulah, dan A. Nurul. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi* 6(2): 103-118.
- Kasmir. (2010). *Pengantar Manajemen Keuangan*. Kencana Prenada Media Group. Jakarta.
- Nurhayati, M. (2013). Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Pengaruhnya Terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Sektor Non Jasa. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 5, No. 2.
- Sekaran U. 2003. *Research Method For Business: A Skill Building Approach*. John Wiley and Sons, Inc. New York.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Cv. Bandung.
- Susanti, Meri, dan Eko Budi Santoso. 2011. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responcibility* sebagai Variabel Moderasi. *Kajian Akuntansi*, Vol.6, No.2, Desember 2011.