

Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan  
*Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan  
Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia



Ditulis oleh :

Nama : Dewi Inggit Monalisa

Nomor Mahasiswa : 15311375

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2019**

**PENGESAHAN JURNAL**

Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan  
*Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan  
Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Nama : Dewi Inggit Monalisa

Nomor Mahasiswa : 15311375

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta, 20/11/2019

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Dr. Dwiprptono Agus Hardjito, MSi

# **Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia**

Dewi Inggit Monalisa

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Indonesia  
e-mail: dewinggitmonalisa@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 50 perusahaan selama periode tahun 2013-2017 dengan teknik *purposive sampling*. Teknik uji analisis yang digunakan pada penelitian ini antara lain, Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, Uji t, dan Uji F, dan Uji Koefisien Determinasi.

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara parsial variabel profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini juga menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Tetapi *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility*, moderasi  $ROA * CSR$  dan  $DER * CSR$  berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci :** Profitabilitas, *Leverage*, Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine and analyze the effect of profitability and leverage on firm value with corporate social responsibility as a moderating variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample used in this study were 50 companies during the period 2013-2017 with a purposive sampling technique. Analysis test techniques used in this study include, Descriptive Statistical Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Analysis, t Test, and F Test, and Determination Coefficient Test.*

*Based on the test results show that partially profitability and leverage variables have a positive and significant effect on firm value. This research also shows that Corporate Social Responsibility can moderate and strengthen the effect of profitability on firm value. But Corporate Social Responsibility cannot moderate the effect of leverage on firm value. Simultaneous test results indicate that the variable profitability, leverage, corporate social responsibility, moderation  $ROA * CSR$  and  $DER * CSR$  significantly influence the value of the company.*

**Key Term :** Profitability, *Leverage*, Firm Value, *Corporate Social Responsibility*

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Secara umum, salah satu tujuan utama perusahaan yaitu ingin bahwa perusahaannya dapat mempunyai kelangsungan hidup usaha untuk jangka yang panjang. Dimana kelangsungan hidup usaha sangat dikaitkan

erat dengan bagaimana agar manajemen dapat mempunyai strategi dalam mengelola perusahaannya dengan baik. Adanya manajemen keuangan perusahaan yang baik menjadi salah satunya. Memiliki manajemen keuangan yang baik tidak hanya digunakan sebagai kegiatan untuk memperoleh dana saja, tetapi juga bagaimana perusahaan dapat mengelola dana dan juga aset-aset yang dimiliki perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri.

Salah satu parameter penting yang dapat digunakan untuk melihat kinerja pada sebuah perusahaan itu baik atau tidak adalah laba atau profit. Dengan adanya informasi tentang laba ini, dapat digunakan untuk memperkirakan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Sehingga profitabilitas biasanya menjadi perhatian utama yang dilihat untuk melihat kinerja atau pertanggungjawaban manajemen dalam mengelola labanya. Profitabilitas merupakan bagaimana kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba sesuai dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Hal tersebut yang akan mempengaruhi kebijakan dari para investor atas investasi yang nantinya akan dilakukan dan akan dapat mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan di mata investor (Husnan dan Pudjiastuti, 2015).

Sumber dana yang dimiliki perusahaan dapat berasal dari sumber dana internal dan eksternal. Sumber dana yang berasal dari internal perusahaan dapat berupa laba ditahan, sedangkan sumber dana yang berasal dari eksternal perusahaan salah satunya dapat berupa pinjaman atau hutang (*leverage*). Baik atau buruknya nilai perusahaan juga dapat dilihat dari bagaimana perusahaan dalam mengelola asetnya. Dimana perusahaan pasti membutuhkan dana maupun modal yang besar untuk dapat melakukan seluruh aktivitas operasional perusahaannya. Oleh karena itu, perusahaan dapat menggunakan aset yang berasal dari dana pinjaman, dimana hal tersebut juga dilakukan dengan tujuan agar dapat memberikan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga tingkat *return* bagi pemegang saham pun akan semakin meningkat dan dapat sesuai dengan yang diharapkan (Sartono, 2015).

Setiap perusahaan akan berorientasi dalam memaksimalkan keuntungannya dengan mendapatkan penghasilan sebanyak-banyaknya demi kepentingan pemegang saham. Tetapi, kepentingan yang dituju tentunya tidak hanya untuk pemegang saham, tetapi berlaku untuk karyawan, rekan, konsumen, masyarakat maupun pemerintah. Karena, aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan tersebut akan menghasilkan dampak terhadap lingkungan internal dan eksternal.

Saat ini, perusahaan dituntut untuk mengelola dampak dari perusahaan tersebut yang akan memungkinkan terbentuknya pembangunan yang berkelanjutan. Pada hal ini, dapat terlihat bahwa peran dari perusahaan bukan hanya untuk mencari dan memaksimalkan keuntungan saja, tetapi juga bagaimana dapat memaksimalkan utilitas. Oleh karena itu, sebuah perusahaan tidak hanya bertanggungjawab

mengenai ekonomi dan hukum saja, tetapi juga bertanggungjawab secara sosial kepada masyarakatnya (Fajar, 2010).

Perusahaan memiliki kewajiban untuk mengupayakan suatu kebijakan serta membuat keputusan atau melakukan tindakan yang sesuai dengan tujuan serta nilai-nilai masyarakat. Pendapatnya tersebut telah memberikan kerangka dasar bagi pengembangan dalam konsep *Corporate Social Responsibility*. Definisi tersebut selanjutnya diperbarui bahwa CSR merupakan suatu pengambilan keputusan dan juga tindakan yang diambil dengan adanya alasan tertentu atau setidaknya sebagian guna untuk kepentingan ekonomi dan juga teknis langsung perusahaan (Mardikanto, 2014).

Sedangkan pada konteks secara global, CSR semakin dikenal setelah adanya buku '*Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business (1998)*' yang ditulis oleh John Elkington. Ia menjelaskan bahwa perusahaan akan berjalan dengan baik apabila perusahaan tersebut mempunyai tujuan yang tidak hanya untuk mencari keuntungan saja, tetapi perusahaan yang memang mempunyai kepedulian pada kelestarian lingkungan serta memikirkan kesejahteraan masyarakatnya (Fajar, 2010). Di Indonesia, CSR semakin dikenal ketika adanya UU yang sudah disahkan dan diatur secara tegas, yaitu ada dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Hal ini dilatarbelakangi oleh Undang-Undang Dasar 1945 terkait dengan perekonomian nasional dan juga kesejahteraan sosial yang harus diatur oleh negara guna untuk kemakmuran rakyat.

Oleh sebab itu, tidak dapat dipungkiri bahwa CSR memiliki peranan penting bagi perusahaan dalam mengelola proses bisnisnya untuk menghasilkan dampak yang positif bagi masyarakat. Perusahaan akan mendapatkan peluang penghargaan, memperbaiki hubungan dengan regulator, mereduksi biaya, mempertahankan reputasi dan citra merek dari perusahaan, dan dapat melebarkan akses sumber dayanya bagi operasi sosial. Selain itu, peranan CSR yang ada pada masyarakat agar dapat mengembangkan diri sehingga tujuan ataupun target yang dituju pun dapat tercapai dan memberikan kesejahteraan (Mardikanto, 2014).

Perusahaan memang memiliki tanggung jawab secara ekonomi dengan para pemegang saham yaitu dalam bentuk pengelolaan perusahaan yang menghasilkan laba. Dimana pemegang saham juga tentunya mengutamakan agar dapat memaksimalkan laba, karena hal tersebut yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berkaitan dengan hal tersebut, itu berarti manajemen perusahaan harus dapat menjaga hubungan baik dengan penyedia sumber daya perusahaan, yang tidak hanya di internal perusahaan saja tetapi juga dengan pihak eksternal perusahaan. Karena adanya hubungan yang baik dengan para penyedia sumber daya tersebut akan mempengaruhi maksimalisasi laba perusahaan dan dapat membuat nilai perusahaan akan semakin meningkat (Solihin, 2015).

Oleh karena itu, nilai perusahaan dapat tumbuh secara *sustainable* ketika perusahaan dapat memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidupnya. Yang mana dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuk memberikan pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan maupun masyarakat yang dapat dilakukan pada berbagai kegiatan untuk dapat melestarikan lingkungan dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat serta untuk proses pembangunan ekonomi jangka panjang.

Berdasarkan data riset yang dilansir dalam *website www.cnnindonesia.com* pada tahun 2016, menunjukkan bahwa kualitas CSR di Indonesia ini masih rendah. Riset dari *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* melakukan studi pada 100 perusahaan di empat negara termasuk Indonesia. Hal ini disebabkan karena masih rendahnya perusahaan dalam memahami praktik CSR, yang membuat kualitas dari pengoperasiannya tersebut menjadi rendah.

Dari beberapa hasil penelitian terdahulu, masih terdapat ketidakkonsistenan antara satu penelitian dengan penelitian yang lain. Pengukuran variabel dan alat analisis yang digunakan juga memungkinkan dapat berpengaruh pada hasil akhir. Sehingga hasil dari penelitian yang di dapat memiliki kesimpulan yang berbeda.

Untuk itu, saya tertarik melakukan penelitian terkait mengidentifikasi pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi. Karena, secara teoritis CSR merupakan hal yang cukup penting dalam memberikan kontribusi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel yang digunakan yaitu *leverage*, dimana pada penelitian sebelumnya tidak banyak yang menggunakan variabel tersebut terkait dengan judul yang akan diteliti, periode yang digunakan dalam penelitian, serta pengaruh dari teori yang dipakai pada penelitian ini terhadap penerapan CSR dalam memoderasi profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

## 2. KAJIAN TEORI

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Profitabilitas

Profitabilitas dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang dapat dihasilkan perusahaan dengan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Tujuannya bagi perusahaan yaitu untuk memaksimalkan profit perusahaan. Perusahaan akan mendapatkan manfaat apabila mengalami peningkatan profitabilitas. Profitabilitas akan memperlihatkan bagaimana kemampuan perusahaan untuk menghasilkan pendapatan dan keuntungan sehingga hal tersebut akan dinilai seberapa tinggi nilai perusahaan menurut investor dalam manajemen keuangannya (Sudana, 2015).

### 2.1.2 *Leverage*

*Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam penggunaan aset serta sumber dana perusahaan yang mempunyai biaya tetap atau beban tetap yang ditujukan untuk dapat meningkatkan maksimalisasi keuntungan bagi pemegang saham (Sartono, 2015). *Leverage* juga dapat diartikan sebagai sumber dana yang berasal dari eksternal perusahaan yang berupa pinjaman atau hutang. Sehingga perusahaan dikatakan menggunakan *leverage* ketika perusahaan tersebut memiliki biaya operasi tetap. *Leverage* dibagi ke dalam tiga macam, yaitu *financial leverage*, *operating leverage* dan *combination leverage*.

### 2.1.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dianggap sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan memiliki nilai perusahaan yang tinggi, hal tersebut juga akan diikuti oleh tingginya kemakmuran dari pemegang saham. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan akan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset. Semakin tinggi harga saham pada suatu perusahaan akan menunjukkan seberapa baik nilai perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan ini dapat diukur menggunakan harga saham yang disebut juga dengan rasio penilaian. Rasio ini dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai seberapa besar para pemegang saham maupun masyarakat dalam menghargai perusahaan, sehingga akan tertarik untuk membeli saham dengan harga yang lebih tinggi yang dibandingkan dengan nilai bukunya (Sudana, 2015). Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, dapat menggunakan PER (*Price Earning Ratio*), PBV (*Price Book Value*), dan pada penelitian ini menggunakan Tobin's Q (Brigham dan Houston, 2018). Pada penelitian ini pengukuran yang digunakan adalah Tobin's Q (Tahir dan Razali, 2011).

### 2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

*World Bisnis Council for Sustainable Development (WBSCD)* menyatakan bahwa CSR merupakan suatu keterikatan bisnis yang digunakan untuk memberikan peran pada pembangunan ekonomi yang *sustainable*, dapat bekerja dengan karyawan, keluarga mereka dan masyarakat lokal. CSR merupakan kewajiban dari pengusaha untuk membuat kebijakan, keputusan dan tindakan yang dilakukan dengan tujuan memberikan nilai-nilai pada masyarakat. Kemudian definisi tersebut diperbarui, yang menyatakan bahwa CSR adalah keputusan dan tindakan bisnis yang diambil dengan alasan atau setidaknya sebagian yang melampaui kepentingan ekonomi atau teknis langsung perusahaan (Mardikanto, 2014). CSR juga

diartikan sebagai konsep yang manusiawi, dimana konsep tersebut mempunyai arti bahwa suatu perusahaan dipandang sebagai agen moral. Oleh karena itu, sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas (Situmeang, 2016).

#### **2.1.5 Teori Stakeholder**

Teori *stakeholder* merupakan teori dengan konsep yang modern. Tujuan dari teori ini merupakan untuk membantu korporasi dalam mempererat hubungannya dengan kelompok eksternal agar terciptanya keunggulan yang kompetitif (Mardikanto, 2014). *Stakeholder* merupakan semua pihak yang berkaitan dengan pihak yang ada di dalam maupun luar perusahaan yang memiliki hubungan, sehingga dapat bersifat dipengaruhi ataupun mempengaruhi secara langsung ataupun tidak langsung oleh suatu perusahaan. Karena *stakeholder* adalah pihak yang dimana dapat memberikan pengaruh pada aktivitas dan juga kebijakan yang akan dilakukan oleh perusahaan, sehingga perusahaan sangat penting untuk memperhatikan dan memiliki hubungan yang baik dengan para *stakeholdernya* (Hadi, 2011).

#### **2.1.6 Teori Legitimasi**

Legitimasi masyarakat termasuk ke dalam faktor strategis bagi perusahaan guna untuk mengembangkan perusahaan. Legitimasi dijadikan sebagai alat dalam membangun strategi perusahaan untuk dapat berada pada lingkungan masyarakat. Legitimasi dapat dikatakan sebuah keadaan dimana dapat mengelola perusahaan tetapi dengan orientasi kepada masyarakat, pemerintah, kelompok masyarakat maupun individu. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Situmeang, 2016).

#### **2.1.7 Signalling Theory**

*Signalling theory* menjelaskan terkait dengan peran perusahaan agar dapat memberikan informasi pada pihak yang berada diluar perusahaan. Hal tersebut perlu dilakukan karena adanya informasi yang tidak sejalan antara pihak manajemen perusahaan dengan pihak yang berada diluar perusahaan. Tidak sejalan informasi ini terjadi ketika pihak manajemen perusahaan tidak dapat memberikan informasi yang dimiliki, yang mana hal tersebut akan memberikan pengaruh pada nilai perusahaan dan berubahnya harga saham (Rustiarini, 2010). *Signalling theory* mengartikan bahwa suatu perusahaan yang ingin meningkatkan nilai perusahaannya dapat dilakukan dengan cara mengirim signal pada investor dengan adanya informasi yang dapat diberikan, sehingga hal tersebut akan memperlihatkan bagaimana prospek perusahaan di masa mendatang (Suarjaya dan Ayu, 2017).



## 2.2 Penelitian Terdahulu

Hasil dari dua penelitian yang ditulis oleh Bhernadha, dkk (2017) dan Gantino (2016) terkait dengan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ROA. Berbeda dengan dua penelitian lain yang ditulis oleh Mustafa dan Nurhandayani (2014), Parengkuan (2017), dan Iqbal, *et al* (2012) terkait dengan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yang dimediasi oleh kinerja keuangan menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap ROA.

Beberapa penelitian penelitian terkait tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi juga telah dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Sabrin, dkk (2016), Ayu dan Suarjaya (2017), Ernawati dan Widyawati (2015), Rizqia, Aisjah, dan Sumiati (2013), Rasyid (2015) dan Cahyaningtyas dan Hadiprajitno (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksi menggunakan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin naik profitabilitas perusahaan maka kemungkinan akan terjadinya kenaikan pula terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki tingkat laba yang stabil dan dapat meningkatkan laba dianggap sebuah sinyal yang positif oleh para investor. Karena perusahaan akan dinilai memiliki kinerja yang baik.

Hasil penelitian bertentangan dengan penelitian yang ditulis oleh Wulandari dan Wiksuana (2017), Munawaroh dan Priyadi (2014), Chetty (2015), dan Gherghina, *et al* (2016), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada hasil penelitian yang tidak signifikan ini disebabkan karena investor sebagai pemegang saham tidak hanya akan melihat profit yang dimiliki oleh perusahaan pada saat ini, tetapi akan cenderung untuk mengetahui dan melihat aktivitas perusahaan yang dapat memberikan dampak yang positif untuk jangka yang panjang pada perusahaan tersebut.

Penelitian selanjutnya masih ditulis oleh Munawaroh dan Priyadi (2014), dimana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa variabel CSR tidak dapat mempengaruhi hubungan antara profitabilitas yang diproksi menggunakan ROA dengan nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Hermawan dan Maf'ulah (2014), hasil penelitiannya memperlihatkan bahwa ROA tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi pada penelitian ini memperlihatkan bahwa pada pengaruh CSR dapat memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan.

Sedangkan penelitian yang ditulis oleh Sabrin, dkk (2016), Ayu dan Suarjaya (2017), Uadiale dan Fagbemi (2012), Vintila dan Duca (2013) serta Mulyadi (2012) membuktikan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan pada pengungkapan CSR dan CSR dapat memoderasi hubungan ROA dengan nilai perusahaan. Pada penelitiannya menunjukkan bahwa semakin meningkatnya nilai profitabilitas akan membuat semakin banyaknya pengungkapan CSR

yang dilakukan perusahaan dan artinya pada ketika pengungkapan CSRnya semakin tinggi, maka investor akan menilai nilai pada perusahaan tersebut semakin baik. Hasil penelitian dari Fodio, Abdissamad dan Oba (2013) menemukan bahwa nilai perusahaan dan total skor CSRnya cenderung saling menguatkan.

Sedangkan pada penelitian Tija dan Setiawati (2012) menunjukkan bahwa adanya pengungkapan CSR dan juga nilai perusahaan yang diprosikan menggunakan Tobin's Q menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa program CSR perusahaan bukan merupakan faktor penting untuk dipertimbangkan oleh investor dalam berinvestasi. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian yang ditulis oleh Hirigoyen dan Rihm (2015), dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial yang lebih besar tidak menghasilkan kinerja keuangan yang lebih baik.

Adapun penelitian terkait dengan pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang ditulis oleh Hasibuan, dkk (2016) yang diprosi menggunakan DER dan Tobin's Q menunjukkan bahwa nilai negatif yang dihasilkan dari hasil uji parsial dapat dijelaskan saat nilai DER tinggi, nilai perusahaan turun sehingga investor kurang percaya dan tidak berani mengambil risiko besar yang bisa merugikan mereka.

Sedangkan menurut penelitian yang ditulis oleh Pratama dan Wiksuana (2016) serta Wahyu dan Mahfud (2018) yang memberikan hasil bahwa DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang di proksi menggunakan PBV. nilai pada koefisien regresi yang positif mengartikan bahwa ketika nilai DER pada perusahaan semakin tinggi, maka PBV pun akan meningkat. Tingginya perusahaan yang menggunakan sumber dana yang berasal dari utang, akan membuat nilai pada perusahaan semakin meningkat.

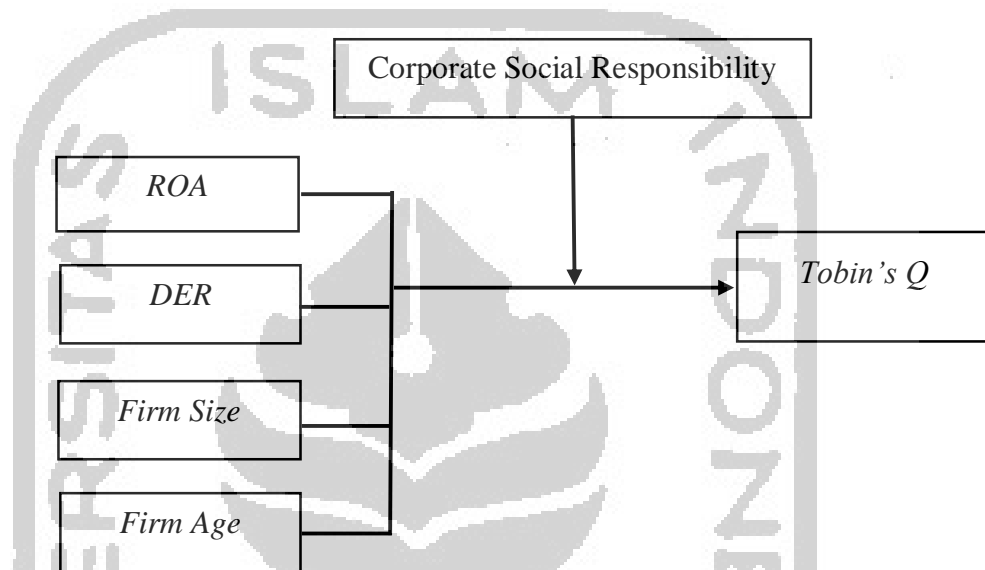
Hal ini sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Linawaty dan Ekadjaja (2017) yang menunjukkan bahwa *leverage* yang di proksi dengan menggunakan DER memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap PBV. Hasil yang ada pada penelitian ini mengartikan bahwa *leverage* yang ada di dalam suatu perusahaan digunakan sebagai salah satu pertimbangan yang akan dilihat oleh investor untuk melakukan investasi. Semakin tingginya *leverage* yang ada pada suatu perusahaan dapat diartikan sebagai hal yang positif untuk melakukan investasi di masa yang akan datang agar mendapatkan pendapatan yang semakin tinggi. Selain itu penelitian yang ditulis oleh Wulandari dan Wiksuana (2017), terkait tentang peran CSR dalam memoderasi pada pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang ditulis oleh Tiffani (2017), yang penelitiannya memberikan hasil bahwa CSR tidak dapat memoderasi hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan investor lebih berfokus pada tingkat *leverage* perusahaan. Investor di

Indonesia cenderung lebih tertarik pada *capital gain* harian saham yang merupakan keuntungan jangka pendek sedangkan kegiatan CSR dimaksudkan untuk investasi jangka panjang sehingga dampak penerapan CSR belum dapat dirasakan.

### 2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran Teoritis**



### 2.4 Pengembangan Hipotesis

#### 2.4.1 Pengaruh Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Pada teori keuangan, profitabilitas biasanya digunakan untuk menilai kinerja manajemen, dimana hal tersebut akan berkaitan pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai yang dilihat melalui harga saham yang ada di pasar modal. Hal ini memperlihatkan bahwa kinerja perusahaan yang dilihat melalui tingkat profitabilitasnya yang tinggi dapat memberikan hal yang positif dan dapat menjadi pertimbangan investor agar menanamkan modalnya sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan pada pandangan investor (Harmono, 2017). Pertumbuhan profitabilitas perusahaan akan mempengaruhi nilai perusahaan yang akan menimbulkan persepsi dari para investor terhadap adanya peningkatan atau penurunan profitabilitas perusahaan (Ayu dan Suarjaya, 2017)

H1 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

#### 2.4.2 Pengaruh *Leverage* dengan Nilai Perusahaan

*Leverage* merupakan sumber dana yang berasal dari eksternal perusahaan yang dapat berupa pinjaman atau hutang. Sehingga perusahaan dikatakan menggunakan *leverage* ketika perusahaan tersebut memiliki biaya operasi tetap (Sudana, 2015). *Leverage* yang ada di dalam suatu perusahaan digunakan sebagai

salah satu pertimbangan yang akan dilihat oleh investor untuk melakukan investasi. Semakin tingginya *leverage* yang ada pada suatu perusahaan dapat diartikan sebagai hal yang positif untuk melakukan investasi di masa yang akan datang agar mendapatkan pendapatan yang semakin tinggi (Linawaty dan Ekadjaja, 2017).

Jika sumber dana dari pinjaman atau utang ini dapat digunakan dan dikelola dengan baik oleh perusahaan, hal tersebut akan memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan memberikan dampak yang positif baik untuk perusahaan dan juga pemegang saham. Tingkat laba atau profit pun akan semakin meningkat dimana hal tersebut juga akan diikuti oleh peningkatan nilai perusahaan di mata investor sebagai pemegang saham.

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

#### **2.4.3 Moderasi CSR pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Rasio keuangan yang ada pada suatu perusahaan akan memperlihatkan baik atau tidak nilai pada perusahaan tersebut. Profitabilitas merupakan hal yang umum dilihat oleh investor untuk mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dapat menghasilkan pengembalian atau *return* dari investasi yang sudah ditanamkan pada perusahaan tersebut. Salah satu hal yang diutamakan bagi perusahaan juga adalah bagaimana agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan, karena hal tersebut juga akan memperlihatkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan. (Uadiale dan Fagbemi, 2012).

Tingkat profitabilitas yang semakin besar akan menunjukkan bahwa perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar. Artinya nilai dari perusahaan pun akan semakin meningkat di mata para investor. Sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas (Funawati, 2017).

H3 : CSR berpengaruh pada hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan

#### **2.4.4 Moderasi CSR pada Hubungan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**

Adanya pengungkapan CSR tentunya digunakan untuk memberikan kontribusi yang positif baik bagi masyarakat serta kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Sehingga, bagi perusahaan legitimasi dianggap hal yang penting karena legitimasi masyarakat kepada perusahaan dapat dijadikan faktor strategis bagi perkembangan serta peningkatan nilai perusahaan untuk masa yang akan datang.

Pada penelitian yang ditulis oleh Saputra (2016), menyatakan bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat rasio

*leverage* yang tinggi, perusahaan diharapkan dapat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan secara lebih luas dari pada perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang lebih rendah. Menurut penelitian yang ditulis oleh Putri dan Christiawan (2014), menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif terhadap jumlah dari pengungkapan CSR. Hal tersebut memperlihatkan bahwa semakin besar aliran dana yang bersumber dari utang, maka akan mendorong peningkatan jumlah pengungkapan CSR yang ada pada perusahaan, sehingga perusahaan akan tetap dinilai dengan baik.

H4 : CSR berpengaruh pada hubungan *leverage* dengan nilai perusahaan

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian

##### 3.1.1 Variabel Independen

###### a. Return on Asset (ROA)

Secara matematis, ROA dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Total Asset}}$$

###### b. Leverage

Secara matematis, DER dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

##### 3.1.2 Variabel Dependen

Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksi menggunakan Tobin's Q :

$$Q = \frac{MVS + MVD}{RVA}$$

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

MVS = Market value of all outstanding shares

(closing price x jumlah saham yang beredar)

MVD = Market value of all debt

##### 3.1.3 Variabel Moderasi

Rumus perhitungan CSR adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{X_j}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI = Pengungkapan CSRI Perusahaan

X<sub>j</sub> = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

N<sub>j</sub> = Jumlah item pengungkapan oleh perusahaan j

##### 3.1.4 Variabel Kontrol

###### a. Firm Size (Ukuran perusahaan)

Perhitungan ukuran perusahaan dapat ditulis pada persamaan sebagai berikut:

$$Size = \ln (Total Asset)$$

a. *Firm Age* (Umur Perusahaan)

Perhitungan umur perusahaan akan dihitung sejak awal mula berdirinya perusahaan sampai periode yang akan diteliti, dapat ditulis sebagai berikut:

$$Firm Age = Tahun laporan keuangan yang diteliti - Tahun berdiri perusahaan$$

### 3.2 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder, yaitu memanfaatkan data yang sudah ada berupa data laporan tahunan perusahaan manufaktur pada periode tahun 2013-2017. Laporan keuangan dan laporan tahunan yang mengeluarkan terkait pengungkapan CSR perusahaan yang diperoleh dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.com](http://www.idx.com) dan dari *website* resmi masing-masing perusahaan.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini populasi dan sampel yang digunakan yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang telah *Go Public* dan terdaftar di BEI pada periode 2013-2017. Adapun kriteria dari sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang telah *Go Public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2017.
2. Mengeluarkan laporan keuangan tahunan secara lengkap pada periode 2013-2017
3. Mengeluarkan laporan tahunan dalam hal pengungkapan *corporate social responsibility* berdasarkan 6 indikator pada GRI 3.0 secara lengkap pada periode 2013-2017.

### 3.4 Metode Analisis Data

#### 3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif pada umumnya digunakan untuk mengelompokkan data dalam memberikan gambaran keadaan data (Ghozali, 2016). Data statistik deskriptif yang digunakan pada penelitian ini, yaitu standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum, nilai rata-rata.

#### 3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik memiliki tujuan guna untuk memastikan terkait dengan persamaan regresi yang ada dapat sesuai dengan estimasinya. Uji asumsi klasik dilakukan dengan menggunakan uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

#### 3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Sedangkan adanya variabel moderasi

digunakan untuk mengetahui apakah besaran dari kedua variabel tersebut berubah. Model atas pengujian analisis regresi adalah sebagai berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \alpha + \beta_1 PRFT + \beta_2 LEV + \beta_3 Size + \beta_4 Age + e$$

$$\text{Tobin's Q} = \alpha + \beta_1 PRFT + \beta_2 LEV + \beta_3 CSR + \beta_4 Size + \beta_5 Age + \beta_6 PRFT.CSR + \beta_7 LEV.CSR + e$$

Keterangan:

Tobin's Q : Nilai Perusahaan

$\alpha$  : Konstanta

$\beta$  : Koefisien Regresi

PRFT : Profitabilitas

LEV : *Leverage*

CSR : *Corporate Social Responsibility*

PRFT.CSR : Interaksi antara Profitabilitas dengan *Corporate Social Responsibility*

LEV.CSR : Interaksi antara *Leverage* dengan *Corporate Social Responsibility*

Size : Ukuran Perusahaan

Age : *Age Firm* (Umur Perusahaan)

e : *Error term*, tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

### 3.4.4 Pengujian Hipotesis

#### 3.4.4.1 Uji t

Pengujian hipotesis Uji t dilakukan guna untuk mengetahui secara parsial apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikatnya.

#### 3.4.4.2 Uji F

Uji F dilakukan guna untuk mengetahui secara bersama-sama (simultan) terkait dengan pengaruh semua variabel bebas dapat berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2016).

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

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) memiliki tujuan guna untuk memperlihatkan besarnya kemampuan variabel independen untuk dapat menjelaskan secara menyeluruh terhadap variabel dependen. Semakin besar  $R^2$  mengindikasikan semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

#### 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Tabel 4.1

Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

| No. | Keterangan  | Jumlah |
|-----|---|--------|
| 1.  | Perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan konsisten dari tahun 2013-2017 | 150    |
| 2.  | Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki data lengkap 6 (enam) indikator pengungkapan selama tahun 2013-2017                           | (100)  |
| 3.  | Jumlah sampel perusahaan  | 50     |
| 4.  | Jumlah observasi (50 x 5 tahun)   | 250    |

##### 4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4.2

Analisis Statistik Deskriptif

|                    | N   | Mnimum  | Maximum | Mean     | Std. Deviation |
|--------------------|-----|---------|---------|----------|----------------|
| TQ                 | 250 | 24,344  | 38,591  | 31,88908 | 3,076523       |
| ROA                | 250 | -54,850 | 74,844  | 4,79431  | 10,428011      |
| DER                | 250 | -10,188 | 162,184 | 1,79546  | 10,362787      |
| Size               | 250 | 10,046  | 26,876  | 14,74560 | 2,047503       |
| Age                | 250 | 4       | 112     | 39,20    | 20,756         |
| CSR                | 250 | 29      | 81      | 52,16    | 11,839         |
| Valid N (listwise) | 250 |         |         |          |                |

Berdasarkan pada Tabel 4.2 diatas, variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum 24,34, nilai maksimum 38,59, nilai rata-rata 31,89 dengan standar deviasi 3,08. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum -54,85%, nilai maksimum 74,85%, nilai rata-rata 4,79% dengan standar deviasi 10,43. Variabel *leverage* memiliki nilai minimum -10,19%, nilai maksimum 162,18%, nilai rata-rata 1,80% dengan standar deviasi 10,36. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 10,05, nilai maksimum 26,88, nilai rata-rata 14,75 dengan standar deviasi 2,05. Variabel umur perusahaan memiliki nilai minimum 4, nilai maksimum 112, nilai rata-rata 39,20 dengan standar deviasi 20,76. Variabel CSR memiliki nilai minimum 29, nilai maksimum 81, nilai rata-rata 52,16 dengan standar deviasi 12,10.

##### 4.3 Uji Asumsi Klasik

###### 4.3.1 Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov Test* memiliki nilai probabilitas = 0,298 dan 0,403 > 0,05, dengan demikian kesimpulan hal tersebut menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian dinyatakan berdistribusi normal.

###### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Nilai VIF untuk masing-masing dari variabel bebas memiliki nilai kurang dari 10 dan nilai *tolerance* berada di atas 0,10. Dapat



disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas di antara sesama variabel bebas pada model regresi.

#### 4.3.3 Uji Autokorelasi

Dari hasil regresi diperoleh nilai *Durbin Watson* pada tahap 1 adalah sebesar 2,167 dan tahap 2 sebesar 2,124. Jika  $dU < DW < 4-dU$  maka tidak ada korelasi. Hasil pengujian membuktikan bahwa pada tahap 1 adalah  $1,810 < 2,167 < (2,191)$  dan tahap 2 adalah  $1,841 < 2,124 < (2,160)$ . Dengan demikian model yang diajukan dalam penelitian tidak terjadi autokorelasi.

#### 4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tahap 1 dan tahap 2 yang dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* menunjukkan bahwa nilai probabilitas  $> 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang diteliti bebas dari masalah heteroskedastisitas.

### 4.4 Analisis Regresi

#### 4.4.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Tahap 1

**Tabel 4.3**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda Tahap 1**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 36.511                      | 1.387      |                           | 26.330 | .000 |
|       | ROA        | .062                        | .017       | .211                      | 3.574  | .000 |
|       | DER        | .110                        | .043       | .152                      | 2.568  | .011 |
|       | Size       | .386                        | .092       | .248                      | 4.198  | .000 |
|       | Age        | .129                        | .077       | .100                      | 1.679  | .094 |

a. Dependent Variable: TQ

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 23

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$TQ = 36,511 + 0,062ROA + 0,110DER + 0,386Size + 0,129Age + e$$

**Tabel 4.4**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda Tahap 2**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |
| 1     | (Constant) | 39.669                      | 1.796      |                           | 22.083 | .000 |
|       | ROA        | .106                        | .075       | .361                      | 1.403  | .162 |
|       | DER        | .557                        | .538       | .774                      | 1.035  | .302 |
|       | Size       | .398                        | .090       | .256                      | 4.415  | .000 |
|       | Age        | .131                        | .075       | .102                      | 1.748  | .082 |
|       | CSR        | .058                        | .021       | .229                      | 2.791  | .006 |
|       | ROA*CSR    | .003                        | .001       | .586                      | 2.258  | .025 |
|       | DER*CSR    | -.008                       | .009       | -.624                     | -.832  | .406 |

a. Dependent Variable: TQ

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 23

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut:

$$TQ = 39,669 + 0,106ROA + 0,557DER + 0,398Size + 0,131Age + 0,058CSR + 0,003ROA*CSR - 0,008DER*CSR + e$$

#### 4.5 Pengujian Hipotesis

##### 4.5.1 Uji t

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) dan *leverage* (DER) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dan CSR dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Sedangkan DER tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

##### 4.5.2 Uji F

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji F Tahap 1**

ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 345.275        | 4   | 86.319      | 10.514 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 2011.493       | 245 | 8.210       |        |                   |
|       | Total      | 2356.768       | 249 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: TQ

b. Predictors: (Constant), Age, ROA, Size, DER

Sumber : Olah Data SPSS 23

Berdasarkan pada Tabel 4.5 diperoleh nilai probabilitas F-statistik = 0,000 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa artinya ada pengaruh secara bersama-sama pada seluruh variabel bebasnya. Dengan kata lain Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), *Firm Size* (Size), dan *Firm Age* (Age) secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji F Tahap 2**

ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F     | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|-------|-------------------|
| 1     | Regression | 448.894        | 7   | 64.128      | 8.134 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 1907.874       | 242 | 7.884       |       |                   |
|       | Total      | 2356.768       | 249 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: TQ

b. Predictors: (Constant), DER\*CSR, Size, ROA, CSR, Age, ROA\*CSR, DER

Sumber : Olah Data SPSS 23

Berdasarkan hasil pada Tabel 4.6 diperoleh nilai probabilitas  $F_{\text{-statistik}} = 0,000 < 0,05$ . Dengan kata lain variabel Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), *Firm Size* (*Size*), dan *Firm Age* (*Age*), *Corporate Social Responsibility* (*CSR*), Moderasi  $ROA*CSR$ , dan Moderasi  $DER*CSR$  secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

#### 4.5.3 Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Tahap 1**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .383 <sup>a</sup> | .147     | .133              | 2.86534031                 | 2.167         |

Sumber : Olah Data SPSS 23

Berdasarkan data pada Tabel 4.7 diperoleh nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,147. Artinya variasi dari variabel dependen yang diteliti yaitu Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen yang diteliti yaitu Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), *Firm Size* (*Size*), dan *Firm Age* (*Age*) sebesar 14,7%. Sedangkan sisanya sebesar 85,3% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Tahap 2**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |               |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1                          | .436 <sup>a</sup> | .190     | .167              | 2.80780621                 | 2.124         |

Sumber : Olah Data SPSS 23

Berdasarkan data pada Tabel 4.10 diperoleh nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,190, artinya variasi dari variabel dependen yang diteliti yaitu Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen yang diteliti yaitu Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), *Firm Size* (*Size*), dan *Firm Age* (*Age*), *Corporate Social Responsibility* (*CSR*), Moderasi  $ROA*CSR$ , dan Moderasi  $DER*CSR$  sebesar 19%. Sedangkan sisanya sebesar 81% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

#### 4.6 Pembahasan

##### 4.6.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel ROA adalah sebesar 0,062 dan nilai signifikansi pada variabel ROA adalah sebesar 0,000. Hal tersebut mengartikan bahwa taraf signifikansi pada variabel ROA lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada profitabilitas yang di proksi menggunakan ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari data

statistik tersebut menunjukkan penerimaan pada hipotesis yang pertama.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Sabrin, dkk (2016), Ayu dan Suarjaya (2017), Ernawati dan Widyawati (2015), Rizqia, Aisjah, dan Sumiati (2013), Rasyid (2015) dan Cahyaningtyas dan Hadiprajitno (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksi menggunakan ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **4.6.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel *leverage* adalah sebesar 0,110 dan nilai signifikansi pada variabel *leverage* adalah sebesar 0,011. Hal tersebut mengartikan bahwa taraf signifikansi pada variabel *leverage* lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel *leverage* yang di proksi menggunakan DER memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil dari data statistik tersebut menunjukkan penerimaan pada hipotesis yang kedua.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh penelitian yang ditulis oleh Pratama dan Wiksuana (2016), Linawaty dan Ekadjaja (2017) dan Cheng dan Tzeng (2011) serta Wahyu dan Mahfud (2018), dimana penelitiannya menyimpulkan bahwa DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PBV.

#### **4.6.3 Moderasi CSR pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari moderasi pada  $ROA*CSR$  adalah sebesar 0,003 dan nilai signifikansi pada moderasi  $ROA*CSR$  adalah sebesar 0,025. Hal tersebut mengartikan bahwa taraf signifikansi pada moderasi  $ROA*CSR$  lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada moderasi antara  $ROA*CSR$  memiliki pengaruh positif dan signifikan. Artinya CSR dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil dari data statistik tersebut menunjukkan penerimaan pada hipotesis ketiga.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang ditulis oleh Hermawan dan Maf'ulah (2014) dan Funawati (2017) yang menunjukkan bahwa pada pengaruh CSR dapat memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Sedangkan Fodio, *et al* (2013), Uadiale dan Fagbemi (2012), Vintila dan Duca (2013) serta Mulyadi (2012) menyatakan bahwa nilai perusahaan dan total skor CSRnya cenderung saling menguatkan

#### **4.6.4 Moderasi CSR pada Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil data menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi dari moderasi pada  $DER*CSR$  adalah sebesar -0,008 dan nilai signifikansi pada moderasi  $DER*CSR$  adalah sebesar 0,406. Hal

tersebut mengartikan bahwa taraf signifikansi pada moderasi  $DER*CSR$  lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa pada moderasi antara  $DER*CSR$  tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya CSR tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari data statistik tersebut menunjukkan penolakan pada hipotesis keempat.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang ditulis oleh Pradnyani dan Sisdyani (2015) dan penelitian Robiah dan Erawati (2017), dan Tiffani (2017) yang menunjukkan bahwa CSR tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terkait dengan pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel pemoderasi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil analisis menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil analisis menunjukkan bahwa *leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil analisis menunjukkan bahwa moderasi antara  $ROA*CSR$  berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memoderasi dan memperkuat pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil analisis menunjukkan bahwa moderasi antara  $DER*CSR$  berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR). Artinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage* (DER) terhadap nilai perusahaan.
5. Pada hasil Uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh secara bersama-sama, dengan kata lain variabel Profitabilitas (ROA), *Leverage* (DER), *Firm Size* (*Size*), *Firm Age* (*Age*), Moderasi  $ROA*CSR$  dan Moderasi  $DER*CSR$  secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

### 5.2 Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk dapat meneliti dengan perusahaan pada bidang yang berbeda, sehingga populasi dan sampel yang digunakan dapat lebih bervariasi.
2. Diharapkan dapat menggunakan variabel dan pengukuran lain secara lebih luas yang belum banyak diteliti, sehingga dapat memperoleh informasi yang lebih akurat terkait dengan variabel-variabel yang mungkin dapat di moderasi oleh *Corporate Social Responsibility*.
3. Menggunakan indikator GRI dengan versi yang baru, sehingga item dalam pengungkapan CSR dapat dinilai secara lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, Dea Putri & A. A. Gede Suarjaya, 2017, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan, *Jurnal Manajemen*, vol. 6, no. 2, pp. 1112-1138.
- Basuki, Agus Tri and Nano Prawoto, 2016, Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS, Depok : PT Raja Grafindo Persada.
- Bhernadha, Yhovita Anggie, Topowijono & Devi Farah Azizah, 2017, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Winner of Sustainability Reporting Award (SRA) 2015 Yang Terdaftar di PT BEI Periode 2010-2014), *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 44, no. 1, pp. 134-143.
- Brigham, Eugene, F., & Joel F Houston, 2018, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 14, Jakarta : Salemba Empat.
- Cahyaningtyas, Arfianty Reka & Basuki Hadiprajitno, 2015, Pengaruh Corporate Governance Perception Index dan Profitabilitas Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, *Journal of Accounting*, vol. 4, no. 3, pp. 1-12.
- Cheng, Ming Chang & Zuwei Ching Tzeng, 2011, The Effect of Leverage on Firm Value and How the Firm Financial Quality Influence on This Effect, *Journal of Management*, vol.3, no. 2, pp. 30-53.
- Chetty, Sukanya, Rebekah Naidoo & Yudhvir Seetharam, 2015, The Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Financial Performance in South Africa, *World Journal of Management*, vol. 9. no. 2, pp. 193-214.
- Ernawati, Dewi dan Dini Widyawati, 2015, Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 4, no. 4, pp. 2-17.
- Fajar, Mukti, 2010, *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di Indonesia (Studi tentang Penerapan CSR pada Perusahaan Multinasional, Swasta Nasional dan BUMN di Indonesia)*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Funawati, Restu, 2017, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 6, no. 11, pp. 2-22.

- Fodio, Musa Inuwa., Abdullahi Musa Abu Abdissamad & Victor Chiedu Oba, 2013, Corporate Social Responsibility and Firm Value in Quoted Nigerian Financial Services, *International Journal of Finance and Accounting*, vol. 2, no. 7, pp. 332-340.
- Gantino, Rilla, 2016, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2014, *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 18-31.
- Gherghina, Stefan Cristian & Georgeta Vintila, 2016, Exploring The Impact Of Corporate Social Responsibility Policies On Firm Value: The Case Of Listed Companies In Romania, *Journal of Scientific Paper : Economics and Sociology*, vol. 9, no. 1, pp. 23-42.
- Ghozali, Imam, 2016, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, Edisi 8, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor, 2011, *Corporate Social Responsibility*, Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Hanafi, Mamduh M. dan Abdul Halim, 2016, *Analisis Laporan Keuangan*, Edisi kelima, Yogyakarta : UPP AMP YKPN.
- Harmono, 2017, *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard, Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Hasibuan, Veronica, Moch Dzulkirom A. R dan N. G. Wi Endang N. P, 2016, Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2012-2015), *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 39, no. 1, pp. 139-147.
- Hermawan, Sigit dan Afyah Nurul Maf'ulah, 2014, Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Dinamika Akuntansi*, vol. 6, no. 2, pp. 103-118.
- Hirigoyen, Gerard & Thierry Poulain Rehm, 2015, Relationships between Corporate Social Responsibility and financial performance: What is the Causality?, *Journal of Business and Management*, vol. 4, no. 1, pp. 18-43.
- Husnan, Suad & Enny Pudjiastuti, 2015, *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi Ketujuh, Yogyakarta : UPP STIM YKPN.

- Iqbal, Nadeem, Naveed Ahmad, Nauman Ahmad Basheer & Muhammad Nadeem, 2012, Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance of Corporations: Evidence from Pakistan. *International Journal of Learning and Development*, vol. 2, no. 6, pp. 107-118.
- Komariyah, Siti, 2015, Pengaruh Return on Asset terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan yang Listing di Jakarta Islamic Index (JII) Periode 2011-2014, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Linawaty dan Agustin Ekadjaja, 2017, Analisis Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial dan Arus Kas Bebas sebagai Variabel Pemoderasi, *Jurnal Ekonomi*, vol.. 22, no. 1, pp.164-176.
- Mardikanto, Totok, 2014, *Corporate Social Responsibility (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*, Bandung: Alfabeta.
- Mufidah, Nur & Puji Endah Purnamasari, 2018, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*. Vol. 6, no. 1, pp. 64-82.
- Mulyadi, Martin Surya, 2012, Influence of Corporate Governance and Profitability to CSR Disclosure, *International Journal of Arts and Commerce*, vol. 1, no. 7, pp. 29-35.
- Munawaroh, Aisyatul dan Maswar Patuh Priyadi, 2014, Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating, *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, vol. 3, no. 4, pp. 2-17.
- Mustafa, Cut Cinthya & Nur Handayani, 2014, Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur, *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, vol. 3, no. 6, pp. 2-16.
- Nguyen, Bich Thi Ngoc, Hai Thi Thanh Tran, Oanh Huang Le, Phuoc Thi Nguyen, Thien Hiep Trinh and Viet Le, 2015, Association between Corporate Social Responsibility Disclosures and Firm Value – Empirical Evidence from Vietnam, *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, vol. 5, no. 1, pp. 212-228.
- Parengkuan, Winnie Eveline, 2017, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB – UNSRAT, *Jurnal EMBA*, vol. 5, no. 2, pp. 564-571.



- Pradnyani, Gusti Agung Arista & Eka Ardhani Sisdyani, 2015, Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Dewan Komisaris pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 11, no. 2, pp. 384-397.
- Pratama, Gusti Bagus Angga dan Gusti Bagus Wiksuana, 2016, Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi, *E-Jurnal Manajemen*, vol. 5, no. 2, pp. 1338-1367.
- Putri, Rafika Anggraini dan Yulius Jogi Christiawan, 2014, Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan-perusahaan yang mendapat penghargaan ISRA dan Listed (Go-Public) di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2010-2012), *Journal Business Accounting*, vol. 2, no. 1, pp. 61-70
- Rahmantio, Imam, Muhammad Saifi & Ferina Nurlaily, 2018, Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Equity, Return on Asset dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016), *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 57, no. 1, pp. 151-159.
- Rasyid, Abdul, 2015, Effect of Ownership Structure, Capital Structure, Profitability and Company Growth towards Firm Value. *Internasional Journal Of Business and Management Invention*. Vol. 4, no. 4, pp. 25-31.
- Rizqia, Dwita Ayu, Siti Aisjah dan Sumiati, 2013, Effect of Managerial Ownership, Financial Leverage, Profitability, Firm Size, and Investment Opportunity on Dividend Policy and Firm Value, *Research Journal of Finance and Accounting*, vol. 4, no. 11, pp. 120-130.
- Robiah, Almira Ma'rifati & Teguh Erawati, 2017, Pengaruh Leverage, Size, dan Kepemilikan Manajemen terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure, *Akuntansi Dewantara*, vol. 1, no. 1, pp. 39-47.
- Rustiarini, Ni Wayan, 2010, Pengaruh Corporate Governace Pada Hubungan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan, *Simposium Nasional Akuntansi XIII, Purwokerto*.
- Sabrin, Buyung Sarita, Dedi Takdir. S & Sujono, 2016, The Effect of Profitability on Firm Value in Manufacturing Company at Indonesia Stock Exchange, *International Journal Of Engineering And Science*, vol. 5, no. 10, pp. 85-89.
- Salina, Nur dan Dwi Kartikasari, 2017, Pengaruh Pengungkapan Program Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 5, no. 2, pp. 18-31.

- Sambora, Mareta Nurjin, Siti Ragil Handayani & Sri Mangesti Rahayu, 2014, Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Food and Beverages yang terdaftar di BEI periode tahun 2009 – 2012), *Jurnal Administrasi Bisnis*, vol. 8, no. 1, pp. 1-10.
- Saputra, Syailendra Eka, 2016, Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Size terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan di Bursa Efek Indonesia, *Journal of Economic*, vol. 5, no. 1, pp. 76-89.
- Sarjono, Haryadi, & Julianita, Winda, 2013, *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta : Salemba Empat.
- Sartono, Agus, 2015, *Manajemen Keuangan : Teori, dan Aplikasi*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Sembiring, Eddy Rismanda, 2006, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta, *Jurnal Maksi*, vol. 5, no. 1, pp. 69-85.
- Solihin, Ismail, 2015, *Corporate Social Responsibility : From Charity to Sustainability*, Jakarta : Salemba Empat.
- Suastha, Riva Dessthanian, 2016, Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah, *Artikel*, Diakses pada 20 Maret 2018 dari <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>
- Sudana, I Made, 2015, *Teori dan Praktik Manajemen Keuangan Perusahaana*, Edisi 2. Jakarta : Erlangga.
- Susilawati, Christine Dwi Karya, 2012, Analisis Perbandingan Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Profitabilitas terhadap Harga Saham pada Perusahaan LQ 45, *Jurnal Akuntansi*, vol. 4, no. 2, pp. 165-174.
- Syamsuddin, Lukman, 2011, *Manajemen Keuangan Perusahaan (Konsep Aplikasi dalam Perencanaan Pengawasan dan Pengambilan Keputusan)*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Tahir, Izah Mohd & Ahmad Rizal Razali, 2011, The Relationship Between Enterprise Risk Management (Erm) And Firm Value: Evidence From Malaysian Public Listed Companies, *Journal of Economics and Management Sciences*, vol. 1, no. 2, pp. 32-41.
- Tiffani, 2017, Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi (Studi

Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2015), *JOM Fekon*, vo. 4, no. 2, pp. 7924-7308.

Tija, Olivia & Lulu Setiawati, 2012, Effect of CSR Disclosure to Firm Value: Study For Banking Industry In Indonesia, *World Journal of Social Sciences*, vol. 2, no. 6, pp. 169-178.

Uadiale, Olayinka Marte & Temitope Olamide Fagbemi, 2012. Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Developing Economies: The Nigerian Experience, *Journal of Economics and Sustainable Development*, vol. 3, no. 4, pp: 44-54.

Vintila, Georgeta & Florinita Duca, 2013, A Study of the Relationship between Corporate Responsibility, Financial Performance, Firm Size. *Revista Romana de Statistica Trim*, vol. 1, no. 1, pp. 62-67.

Wahyu, Dzulfikar Dwi & Mohammad Kholiq Mahfud, 2018, Analisis Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets, Total Assets Turnover, Earning Per Share, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada : Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2016), *Journal of Accounting*, vol. 7, no. 2, pp. 1-11.

Wulandari, Ni Made Intan dan I Gusti Bagus Wiksuana, 2017, Peranan Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan, *E-Jurnal Manajemen*, vol. 6, no. 3, 1278-1311.

Yumiasih, Lilis dan Yuyun Isbanah, 2017, Pengaruh Kompensasi, Ukuran Perusahaan, Usia Perusahaan, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertanian yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2015, *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 5, no. 3, pp. 1-9.