

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

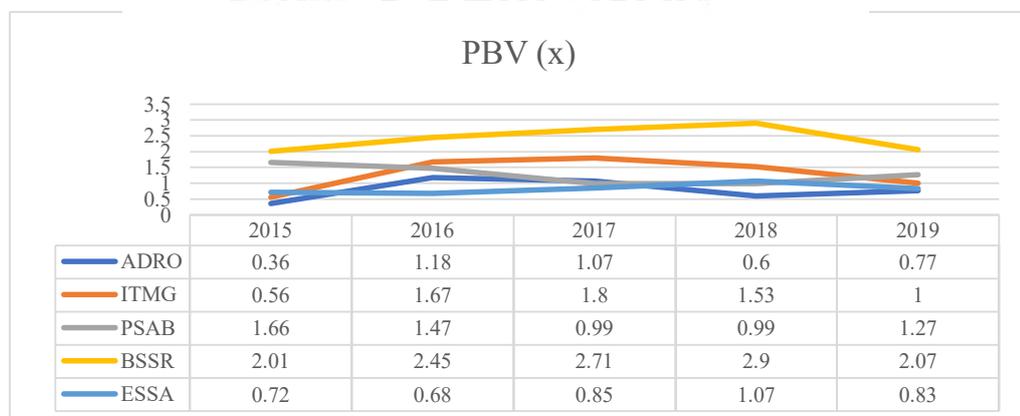
Di era digital saat ini, persaingan ekonomi semakin luas dan ketat. Terjadi perluasan ekonomi yang membawa banyak perusahaan baru muncul dan menimbulkan persaingan antara perusahaan-perusahaan untuk menjadi pemimpin pasar. Perubahan dan kemajuan yang terjadi juga membuat dampak yang cukup signifikan terhadap pengelolaan suatu perusahaan dan juga dapat menjadi suatu strategi bersaing untuk perusahaan. Untuk dapat berpartisipasi dan bertahan didalam situasi dan kondisi persaingan pasar yang kuat dan ketat, maka setiap perusahaan diharapkan mampu berpartisipasi dan mengikuti perkembangan perekonomian. Adapun cara perusahaan bertahan di tengah persaingan usaha ini yang semakin lama semakin menjadi ketat yaitu dengan terus-menerus mengoptimalkan serta memaksimalkan nilai perusahaan agar dapat bertahan dan mencapai tujuan perusahaan itu sendiri.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui berapa harga saham dari perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan juga merupakan tujuan untuk berdirinya suatu perusahaan yang tidak lain yaitu untuk mendapatkan laba paling tinggi, hal tersebut dapat tercapai jika perusahaan dapat melakukan penjualan yang tinggi pula. Untuk itu perusahaan diharuskan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya (Hestin & Linawati, 2018). Nilai perusahaan diartikan sebagai kondisi pencapaian perusahaan yang telah mendapatkan kepercayaan masyarakat oleh perusahaan (Nasution, Maksun & Rujiman, 2020).

selain itu nilai perusahaan juga dapat diartikan sebagai harga yang akan dibayarkan oleh pembeli atau calon investor apabila perusahaan akan dijual. Oleh karena itu, Semakin baik nilai perusahaan dan besarnya kepercayaan masyarakat, maka akan meningkatkan minat seseorang atau menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan dan akan semakin besar pula kemakmuran bagi para pemegang saham.

Pada dasarnya untuk mengukur suatu nilai perusahaan dapat melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan menggunakan harga pasar saham. Harga suatu pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara berkeseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki suatu perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan juga dapat di hitung dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* digunakan untuk mengetahui apakah harga saham perusahaan saat ini tergolong murah atau mahal. Semakin rendahnya rasio PBV artinya harga saham dianggap *undervalued* (murah) dan begitu juga sebaliknya jika rasio PBV tinggi maka artinya harga saham *overvalued* (mahal) (Syahyunan, 2015).

Tabel 1.1
Price to Book Value
Perusahaan Sektor Pertambangan Tahun 2015-2019
Pada penelitian sebelumnya



Sumber: Bursa Efek Indonesia 2015-2019

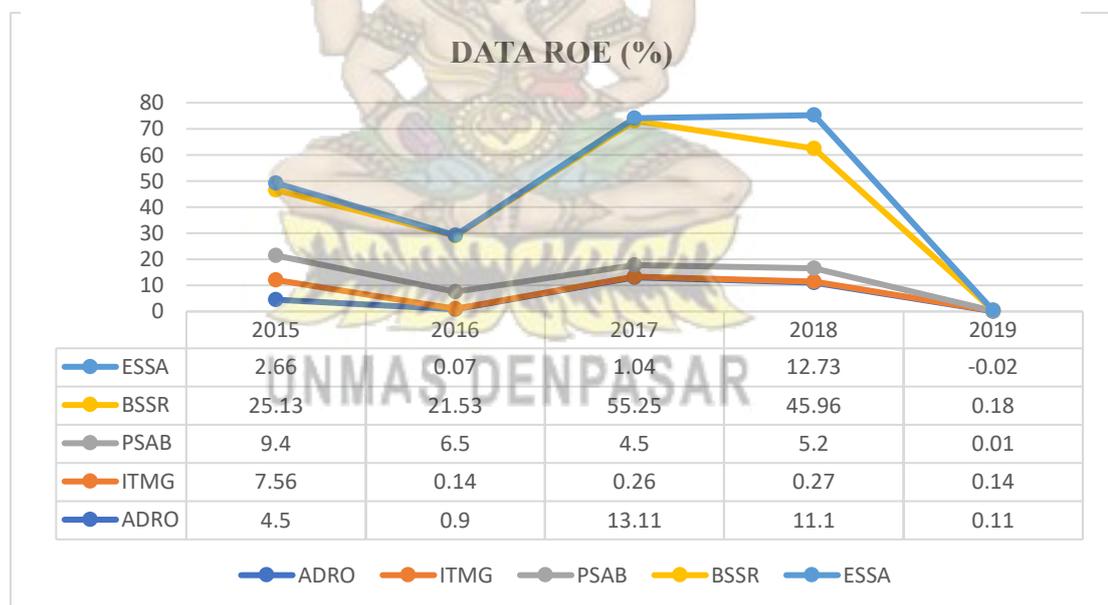
Menurut Miranda (2021), sejak tahun 2007 sektor pertambangan menjadi primadona bursa saham Indonesia dengan tercatatnya pertumbuhan yang tinggi

namun mengalami penurunan yang cukup signifikan di tahun 2015-2019 dapat dilihat dari Gambar 1.1. Dimana pada tahun 2015, perusahaan dengan nilai PBV tinggi dengan nilai sebesar 2,01 x yang di peroleh oleh PT Baramulti Suksessarana Tbk (BSSR). Selanjutnya perusahaan dengan tingkat PBV rendah dengan nilai sebesar 0.36 x di peroleh perusahaan PT Adaro Energy Tbk (ADRO). Nilai PBV perusahaan (BSSR) mengalami peningkatan selama periode 2015-2018, tetapi setelah masuk di tahun 2019 nilai PBV perusahaan (BSSR) mengalami penurunan dari nilai sebesar 2,9 x menjadi 2,07 x. sementara itu, untuk perusahaan (ADRO) mengalami fluktuasi atau turun naiknya nilai perusahaan selama lima tahun terakhir dari 2015-2019 dengan rata-rata PBV sebesar 0,79 x. Penyebab penurunan dan fluktuasi nilai PBV perusahaan ini salah satunya diasumsikan karena penurunan atau turunnya harga batu bara sepanjang tahun 2019. Penurunan harga batu bara tersebut mengakibatkan dampak turunnya juga harga saham perusahaan yang merupakan salah satu indikator PBV.

Penigkatan nilai perusahaan dapat dicapai dengan cara melaksanakan fungsi manajemen keuangan, dimana suatu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi kinerja keuangan. Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai yang baik jia kinerja keungan perusahaan juga baik. Salah satu rasio dalam penilaian kinerja keuangan perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabiltas bagi perusahaan iyalah merupakan rasio yang menjadi pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan. Profitabilitas dapat diproksikan dengan *Return on Equity* (ROE) atau *Return on Equity* (ROE). Di dalam penelitian ini proksi yang akan digunakan hanya satu yaitu ROE dimana pada penelitian sebelumnya banyak yang sudah

menggunakan rasio ROE. Rasio ROE ini untuk menghitung kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitas (jumlah uang yang kan dikembalikan) yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan yang diperoleh. Dimana akan meningkatkan keuntungan bagi para pemegang saham atau investor (Brigham & Houston, 2006). Rasio ROE digunakan perusahaan untuk menganalisis efektifitas dan efesiensi perusahaan dalam menggunakan ekuitasnya. Rasio ini juga disebut rasio rentabilitas modal sendiri karena kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan dengan modal sendiri yang dimiliki perusahaan.

Tabel 1.2
Return on Equity
Perusahaan Sektor Pertambangan periode 2015-2019



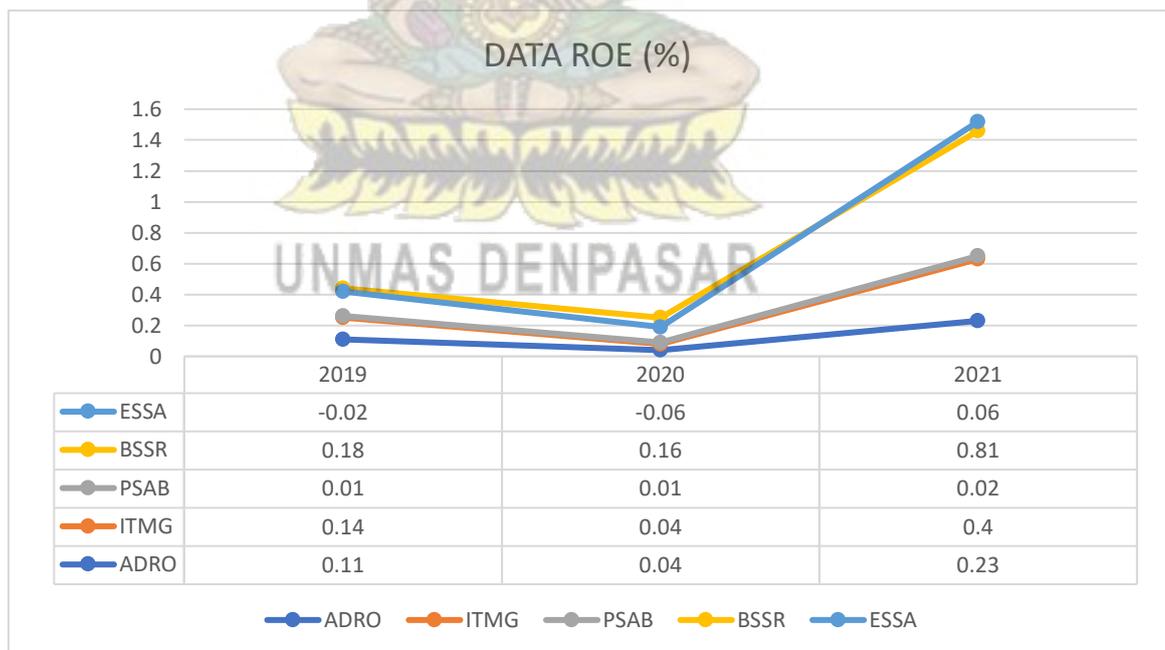
Sumber: Bursa Efek Indonesia 2015-2019

Menurut (Brigham & Houston, 2006) dan juga (Miranda, 2021) ROE merupakan rasio yang paling penting karena pemegang saham selalu menginginkan tingkat pengembalian tinggi atas modal yang sudah di investasikan dan ROE menunjukkan tingkat investasi yang investor akan dapatkan. ROE merupakan

prospek perusahaan yang menjanjikan karena mengindikasikan adanya potensi peningkatan keuntungan di masa depan.

Dari hasil penelitian (Miranda, 2021) menyatakan nilai ROE selama lima tahun terakhir dari 2015-2019 memiliki nilai yang cenderung menurun. Perusahaan dengan tingkat laba yang tinggi adalah PT Baramulti Suksesasaran Tbk (BSSR) pada tahun 2017 yaitu sebesar 55.25%. Selain itu pada perusahaan ITMG pada tahun 2017 memiliki nilai ROE perusahaan sebesar 26%, lalu ROE perusahaan meningkat menjadi 27% pada tahun 2018. Peningkatan ROE ini tidak sejalan dengan peningkatan PBV perusahaan yang dijelaskan pada Gambar 1.1 dimana nilai PBV perusahaan ITMG justru menurun dari 1,80 x menjadi 1,53 x.

Tabel 1.3
Return on Equity
Perusahaan Sektor Pertambangan periode 2019-2021



Sumber: Bursa Efek Indonesia 2019-2021

Data ROE yang diperoleh dari periode 2019-2021 terdapat kenaikan dan penurunan nilai ROE pada masing-masing perusahaan. Dimana nilai ROE pada perusahaan ADRO mengalami penurunan dari tahun 2019 sebesar 0.11% menjadi

0.04 % pada tahun 2020 kemudian mengalami kenaikan lagi sebesar 0.23% di tahun 2021. Sedangkan perusahaan ITMG mengalami kenaikan dari tahun 2019 sebesar 14% kemudian turun menjadi 4% di tahun 2020 dan kemudian naik lagi sebesar 40% di tahun 2021. Begitu pula dengan perusahaan PSAB di tahun 2019 sebesar 0.01% sampai di tahun 2020 sebesar 0.01% kemudian naik di tahun 2021 sebesar 0.02%. Perusahaan BSSR mengalami kenaikan di tahun 2019 sebesar 0.18% kemudian turun di tahun 2020 sebesar 0.16% dan naik lagi di tahun 2021 sebesar 0.81%. Dan yang terakhir pada perusahaan ESSA dimana pada tahun 2019 perusahaan ESSA memiliki nilai sebesar -0.02% kemudian turun bahkan minus di tahun 2020 sebesar -0.06% namun dapat kembali naik di tahun 2021 sebesar 0.06%. Kenaikan ROE di tahun 2021 ini sering disebabkan karena adanya ekuitas yang kecil dibandingkan dengan laba bersih yang dapat menyebabkan keuntungan tidak konsisten, kelebihan hutang, pendapat bersih negatif. Dalam beberapa kasus tingkat ROE negatif atau sangat tinggi biasanya dianggap sebagai tanda peringatan yang perlu diselidiki.

Laba perusahaan ialah salah satu factor yang dapat menciptakan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan penilaian prestasi perubahan dapat terlihat dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Di karenakan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan, beberapa peneliti telah melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas yang di ukur dengan *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan meunjukkan hasil yang tidak konsisten. Pada penelitian Mufidah (2018), profitabilitas yang diprosikan dengan ROE memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga di dukung oleh penelitian dari Rahmatio, Saifi & Nurlaily (2018) dan Handayani & Martha (2019), yang menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian Rahayu, Sambora & Handayani (2014) dan Manoppo & Arie (2016), yang menyatakan ROE berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Jufrizen & Al Fatin (2020), yang juga menyatakan ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari paparan di atas dan dari hasil beberapa para peneliti sebelumnya yang tidak konsisten dan diduga terdapat faktor lain yang turut mempengaruhi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, terdapat variable yang dapat memperkuat dan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan khususnya pada sektor pertambangan yang banyak berhubungan dengan lingkungan. Adapun variable pemoderasi yang akan diteliti adalah informasi mengenai tanggung jawab social perusahaan dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan.

Menurut *World Business Council in Sustainable Development*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah komitmen dari perusahaan untuk berperilaku yang etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas hidup komunitas local dan masyarakat luas. CSR dalam penelitian ini sebagai variable pemoderasi untuk melihat apakah CSR mampu memperkuat atau memperlemah hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berpengaruh terhadap kepercayaan *stakeholder* yang nantinya tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut, begitu pula sebaliknya. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis perusahaan (Hestin Sri Widiawati & Linawati, 2022).

Berdasarkan teori *stakeholder* dinyatakan bahwa perusahaan harus melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial kepada para *stakeholder*

(Wilandari & Wiksuana, 2017). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan dapat mempengaruhi keputusan investor untuk mengambil keputusan berinvestasi pada perusahaan pertambangan yang dimana penerapan CSR perusahaan akan dipandang baik dan memikat investor untuk menambah jumlah investasinya.

Profitabilitas perusahaan yang meningkat menunjukkan perusahaan mampu mendapat laba yang besar. Dengan pengungkapan CSR yang dapat menarik perhatian investor maka investor akan semakin percaya dan akan menanamkan modalnya lebih banyak ke perusahaan. Hal tersebut juga akan berdampak pada peningkatan saham perusahaan dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut penelitian dari (Miranda, 2021) dan (Dewi & Suputra, 2019) yang menyatakan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan. Artinya pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Selain itu (Miranda, 2021) dan (Dewi & Suputra, 2019) juga menyatakan CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian sebelumnya (Widiawati & Linawati, 2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (Chumaidah & Priyadi, 2018) dan (Akmalia, Dio & Hesty, 2017) menyatakan pengungkapan CSR tidak dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Artinya walaupun perusahaan memiliki skala yang besar atau total asset yang besar, tidak dapat menjamin perusahaan akan lebih banyak melakukan tanggung jawab sosial dan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan perusahaannya.

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia periode?
- 2) Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menentukan bukti empiris mengenai hal-hal berikut:

- 1) Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia
- 2) Untuk menganalisis dan mengetahui apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan di Bursa Efek Indonesia

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis
 - a) Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang berkaitan dengan pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yaitu salah satunya teori stakeholder. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam

penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk mendewasakan wawasan.

- b) Bagi peneliti yang akan datang Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a) Bagi perusahaan, sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.
- b) Bagi investor, akan memberikan wacana baru dalam mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi yang tidak terpaku pada ukuran-ukuran moneter. Selain itu, diharapkan pula dapat membantu investor untuk memilih secara bijak dalam berinvestasi.
- c) Bagi masyarakat umum/*public* Sebagai wacana dan acuan tentang *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan sebagai pengetahuan akan peran serta perusahaan dalam partisipasinya dilingkungan dan masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Teori ini pada awalnya muncul karena adanya perkembangan kesadaran dan pemahaman bahwa perusahaan memiliki *stakeholder*, yaitu pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Ide bahwa perusahaan memiliki *stakeholder* ini kemudian menjadi hal yang banyak dibicarakan dalam literatur-literatur manajemen baik akademis maupun *profesional*. *Stakeholder* adalah individu maupun sekelompok organisasi yang dapat mempengaruhi tujuan perusahaan dan juga dapat dipengaruhi oleh tujuan perusahaan. (Ghozali & Chariri, 2007) menyatakan bahwa *theory stakeholder* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Stakeholder dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, pertama *stakeholder internal* yaitu *stakeholder* yang berada di dalam organisasi, seperti karyawan, manajer dan pemegang saham. Kedua *stakeholder eksternal* yaitu *stakeholder* yang berada di luar organisasi seperti pemasok, konsumen, masyarakat dan pemerintah. Perusahaan harus menjaga hubungannya dengan *stakeholder*. Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mengakomodasi keinginan dan

kebutuhan *stakeholder*, terutama yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalkan tenaga kerja pasar atas produk perusahaan dan lain-lain. Adapun strategi yang dapat digunakan untuk menjaga hubungan kepada para *stakeholder* perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR. *Corporate Social Responsibility (CSR)* diharapkan keinginan dari para *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang baik antara perusahaan dan para *stakeholder* dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Spence pada tahun 1973, yang mengemukakan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal tersebut dapat berupa sebuah informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Teori sinyal digunakan untuk menjelaskan suatu informasi dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif maupun negatif kepada pihak eksternal. Perusahaan mendorong untuk memberikan informasi karena adanya asimetri informasi antara perusahaan dengan pihak eksternal. Asimetri ini timbul karena kurangnya informasi yang dapat digunakan pihak eksternal mengenai kinerja perusahaan. Hal ini pula dapat menyebabkan investor memberikan penilaian rendah pada saham perusahaan.

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi yang asimetri dengan cara memberikan sinyal pada pihak luar, contohnya seperti informasi keuangan. Pemberian informasi keuangan akan mengurangi

ketidakpastian mengenai prospek perusahaan kedepannya. Selain itu, sinyal yang diberikan perusahaan dapat berupa sebuah informasi mengenai apa

yang telah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan investor. Sinyal juga dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan yang baik. Teori sinyal menyatakan bahwa pihak internal perusahaan yang memiliki sebuah informasi yang lebih baik tentang perusahaannya akan terdorong untuk mengungkapkan informasi tersebut kepada calon investor dimana perusahaan dapat menaikkan nilai perusahaan melalui laporan tahunannya. Jika pengumuman informasi tersebut dianggap sebagai signal baik, maka investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham, dengan demikian pasar akan bereaksi yang tercermin melalui perubahan dalam volume perdagangan saham.

2.1.3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah sesuatu yang dapat dilihat melalui berapa harga saham dari perusahaan itu sendiri. Perusahaan harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif agar dapat menghasilkan nilai ekonomis. Dari sisi investor, nilai perusahaan merupakan tingkat keberhasilan perusahaan yang dapat dilihat dari harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan kedepannya. Harga pasar saham mencerminkan penilaian investor dan sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Peningkatan harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan yang pada akhirnya akan memberikan tingkat pengembalian yang tinggi bagi pemegang saham (Rudangga & Sudiarta, 2016).

Nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price Book Value* (PBV). PBV merupakan salah satu rasio yang dapat digunakan investor dalam menganalisis fundamental perusahaan, dikarenakan rasio ini dapat mewakili kinerja perusahaan. PBV dapat di hitung dengan rumus sebagai berikut:

$$Price\ Book\ Value = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. PBV dapat digunakan untuk mengetahui apakah harga suatu saham saat ini murah atau justru mahal. Semakin rendah rasio PBV maka artinya harga saham dianggap *undervalued* (murah) dan begitu juga sebaliknya semakin tinggi rasio PBV maka artinya harga saham dianggap *overvalued* (mahal).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Kemampuan memperoleh laba bisa diukur dari modal sendiri maupun dari seluruh danayang diinvestasikan ke dalam perusahaan. Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Dengan profitabilitas perusahaan yang meningkatkan akan mempengaruhi nilai perusahaan, selain itu perusahaan-perusahaan dengan profit yang tinggi cenderung menggunakan lebih banyak pinjaman untuk memperoleh manfaat pajak. Peningkatan profitabilitas akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa

perusahaan tersebut profitable dan diharapkan mampu untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham melalui pengembalian saham yang tinggi. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba perusahaannya akan lebih berpeluang untuk melakukan ekspansi bisnis. Ekspansi adalah salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk memperbesar ukuran atau skala perusahaan. Sehingga perusahaan akan dipandang memiliki prospek yang baik di masa depan dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham yang meningkat (Pramana & Mustanda, 2016).

Pengukuran profitabilitas perusahaan dapat menggunakan beberapa *indicator*, diantaranya adalah laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian aktiva (ROE), dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik (ROE). Dalam penelitian saat ini rasio yang akan digunakan untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah *Return on Equity* (ROE) dimana pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih banyak meneliti dengan menggunakan rasio *Return on Equity* (ROE) sebagai rasio profitabilitasnya.

$$Return\ on\ Equity = \frac{\text{Laba Bersih untuk pemegang saham biasa}}{\text{Ekuitas Saham Biasa}} \times 100\%$$

Return on Equity merupakan rasio laba bersih terhadap ekuitas saham. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. ROE merupakan hasil ekuitas yang menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri menurut Rudangga & Sudiarta (2016). ROE dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

2.1.5 Corporate Social Responsibility

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan dalam bisnis untuk bertindak etis dan berkontribusi dalam proses pembangunan ekonomi berkelanjutan, peningkatan kualitas hidup para karyawan beserta keluarganya, dan peningkatan kualitas komunitas serta masyarakat luas. Pengertian ini pula didukung oleh definisi CSR menurut *World Bank* yakni: “*the commitment of business to contribute to sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development*”.

Di Negara Indonesia peraturan mengenai CSR dimuat dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007. Dalam UU tersebut CSR disepadankan dengan tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TSL). CSR diartikan sebagai komitmen perusahaan berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat maupun masyarakat pada umumnya.

Dari pengertian CSR yang telah dijelaskan dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan salah satu hal yang tidak terpisahkan bagi perusahaan. Perusahaan harus berkontribusi terhadap lingkungan kerjanya, baik dalam pembangunan ekonomi negara, meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja dan keluarga, membantu komunitas local dan masyarakat luas dan memperhatikan kepentingan *stakeholder* dengan harapan memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat. CSR terdiri dari beberapa komponen utama yaitu:

1) Perlindungan Lingkungan

Perusahaan melakukan perlindungan lingkungan sebagai wujud tanggung jawab pada pembangunan berkelanjutan. Perusahaan harus menjaga keadaan lingkungannya dan tidak boleh menimbulkan kerusakan, sehingga eksistensi perusahaan terjamin. Contoh perlindungan lingkungan antar lain: pengelolaan limbah yang dihasilkan sebagai residu dari proses produksi harus terlebih dahulu di netralisasi sebelum akhirnya dibuang.

2) Perlindungan dan jaminan karyawan

Tanpa adanya karyawan, perusahaan tidak akan mampu menjalankan kegiatannya. Oleh karena itu, melindungi kesejahteraan karyawan adalah syarat mutlak yang menjadi tolak ukur bagi perusahaan dalam menghargai karyawannya. Ketika karyawan merasa sejalan dengan perusahaan, maka hal ini akan berdampak positif bagi perusahaan. Apabila perusahaan memberikan imbalan yang sesuai, maka karyawan akan memberikan kontribusi yang positif pula dan bekerja keras demi perusahaan yang telah berjasa baginya. Contohnya: pelatihan dan pemberian bonus.

3) Interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat

Peran masyarakat setempat dalam menentukan kebijakan perusahaan sangatlah penting. Perusahaan harus dapat menjaga hubungan yang harmonis dengan masyarakat sehingga tidak timbul kesenjangan antara masyarakat ocal dengan perusahaan. Contoh: mempekerjakan penduduk local. Kepemimpinan dan pemegang saham

Pemegang saham merupakan pihak yang paling memiliki kepentingan terhadap pencapaian keuntungan yang diperoleh perusahaan. Hal ini dikarenakan investor telah berinvestasi dan mengharapkan hasil investasi yang maksimal dari saham yang mereka miliki. Contohnya: melibatkan pemegang saham dalam pengambilan keputusan.

4) Penanganan pelanggan dan produk

Saat pelanggan merasa puas dengan produk yang dihasilkan, maka akan timbul kepercayaan pada perusahaan dan pelanggan akan melakukan pembelian kembali. Hal ini membuat bisnis dapat terus bergulir dan keuntungan dapat dinikmati. Contohnya: menyediakan customer service yang mumpuni dan mudah diakses.

5) Pemasok (*supplier*)

Pemasok merupakan pihak yang menguasai jaringan distribusi. Hubungan yang baik dengan pemasok menguntungkan perusahaan. Karena pemasok telah mengetahui kegiatan perusahaan dan akan memenuhinya. Contohnya: komunikasi yang baik dengan pemasok.

6) Komunikasi dan laporan

Keterbukaan terhadap komunikasi dan pelaporan akan membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan. Diperlukan keterbukaan informasi material dan relevan bagi stakeholder. Contohnya: mencantumkan pengungkapan kontribusi sosial ke dalam laporan tahunan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi hal yang penting. Hal ini karena keadaan perusahaan yang berada di tengah-tengah

masyarakat dan aktivitasnya dapat berdampak bagi kehidupan sosial dan lingkungan masyarakat. Dengan adanya pengungkapan CSR, diharapkan perusahaan mampu mendapatkan dukungan dari *stakeholder* untuk dapat mendukung perusahaan dalam operasional dan pencapaian suatu tujuan.

Pengungkapan CSR merupakan suatu usaha perusahaan yang dapat menyeimbangkan berbagai komitmennya terhadap sekelompok individu dalam suatu lingkungan perusahaan. Dari pengertian tersebut terlihat bahwa tanggung jawab suatu perusahaan semakin luas dan tidak terbatas hanya kepada pencari laba untuk para pemegang saham. Konsep pelaporan CSR digagas dalam *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam *GRI Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan dapat menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial. Tiga dimendi tersebut kemudian diperluas menjadi 91 item indikator. Pengungkapan CSR dilakukan berdasarkan pada indikator pengungkapan yang diungkapkan oleh perusahaan yang dihitung dengan menjumlahkan seluruh item yang sesungguhnya diungkapkan dengan jumlah item pengungkapan. Berikut merupakan rumus yang dapat digunakan:

$$Price\ Book\ Value = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini didasarkan pada penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengumpulan data, metode dan analisis data yang digunakan untuk pengolahan data. Berikut hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti untuk mengetahui adanya hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Adapun hasil yang didapat oleh para peneliti sebelumnya adalah sebagai berikut;

- 1) (Widiawati & Linawati, 2018) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas & Leverage, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling Sampel penelitian terdiri dari 22 perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Yang menyatakan bahwa H1: Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. H2: Menyatakan bahwa Leverage yang diproksikan oleh DER berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV. H3: Menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh Profitabilitas. H4: Menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan antara Leverage dengan Nilai Perusahaan. H5: Pengungkapan CSR sebagai variabel Pemoderasi, Profitabilitas yang dimoderasi oleh CSR, dan

Leverage yang dimoderasi oleh CSR berpengaruh terhadap Nilai perusahaan yang diproksikan oleh PBV.

- 2) (Darmawan *et al.*, 2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas & Leverage, Moderasi; CSR, Kontrol; Ukuran Perusahaan. Menggunakan metode; Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 107 sampel. Yang menyatakan H1: bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: Menyatakan bahwa CSR dapat memoderasi hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan. H3: Menunjukkan CSR memperkuat hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.
- 3) (Dewi & Suputra, 2019) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas & Leverage, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 14 perusahaan dengan jumlah amatan penelitian sebanyak 42 sampel dalam 3 tahun, melalui metode *nonprobability* dengan teknik *purposive sampling*. Yang menyatakan bahwa H1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan *Leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. H2:

Pengungkapan CSR memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. H3: CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimana sifat moderasinya adalah positif. H4: Pengungkapan CSR memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

- 4) (Nuswandari *et al.*, 2019) melakukan penelitian yang berjudul “*Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm value*”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas & *Leverage*, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; Penelitian ini mengambil 180 sampel dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Yang menyatakan bahwa H1: Likuiditas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: Profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. H4: CSR tidak dapat memoderasi hubungan likuiditas dan nilai perusahaan. H5: CSR memperkuat hubungan hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.
- 5) (Wijaya & Tania, 2021) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Pemoderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan (Tobin’s Q), Independent; Profitabilitas (ROA) & *Leverage* (DER), Moderasi; CSR. Menggunakan metode; Penelitian ini mengambil 50 sampel perusahaan manufaktur dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*. Yang menyatakan bahwa H1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H3:

Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

- 6) (Chumaidah & Priyadi, 2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas & size, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel yang didasarkan atas kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti di dapatkan sampel sebanyak 38 perusahaan dengan data yang diobservasi sebanyak 107 sampel. Yang menyatakan bahwa H1: Profitabilitas ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: Size berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. H4: CSR dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan secara positif dan signifikan. H5: CSR dapat memoderasi pengaruh Size terhadap nilai perusahaan secara positif tidak signifikan
- 7) (Mufidah & Purnamasari, 2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel *Moderating*”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Moderasi; CSR & GCG. Menggunakan metode; Teknik penambilan sampel berdasarkan *purposive sampling* untuk sampel bersyarat yang ditentukan dengan kriteria-kriteria tertentu atau *judgement sampling* maka jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 12 sampel perusahaan milik negara. Yang menyatakan bahwa H1: ROA (*return*

on Asset) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV). H2: ROE (*return on Equity*) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV). H3: *Good Corporate Governance* memperkuat hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan. H4: *Good Corporate Governance* memperkuat hubungan antara ROE (*return on equity*) dengan nilai perusahaan. H5: *Corporate social responsibility* memperkuat hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* memperkuat hubungan antara ROE dengan nilai perusahaan.

- 8) (Rahmantio, 2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Equity*, *Return on Asset* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; *Dependen*; Nilai Perusahaan, *Independen*; *Debt to Equity Ratio* (DER), *Return on Equity* (ROE), *Return on Asset* (ROA) & ukuran perusahaan. Menggunakan metode; pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sehingga sampel terpilih berjumlah 8 perusahaan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012 hingga 2016. Yang menyatakan bahwa H1: DER berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: ROA berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. H4: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
- 9) (Nila & Suryanawa, 2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pemoderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; *Dependen*; Nilai Perusahaan,

Independent; Profitabilitas & Ukuran Perusahaan, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; pengambilan sampel dilakukan dengan Teknik *nonprobability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 85 sampel amatan. Yang Mengemukakan bahwa H1: profitabilitas memiliki pengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan. H2: Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan setelah dimoderasi oleh pengungkapan CSR. H4: Menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

- 10) (Handayani & Martha, 2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria: Perusahaan sektor *finance* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia diakhir periode observasi tahun 2017 dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 24 sampel amatan. Yang Menyatakan bahwa H1: ROA berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H2: Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh profitabilitas (ROE). H3: Menunjukkan bahwa CSR memperkuat hubungan antara ROA dengan nilai perusahaan. H4: *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderating, mengatakan bahwa CSR memperkuat hubungan antara ROE dengan nilai perusahaan.

- 11) (Miranda, 2021) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Leverage & Ukuran Perusahaan, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; berdasarkan metode *purposive sampling* jumlah observasi yang memenuhi kriteria sampel adalah sebanyak 65 observasi yang dilakukan oleh 13 perusahaan. Yang menyatakan bahwa H1: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: CSR dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. H4: CSR dapat memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. H5: CSR dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- 12) (Mukti & Winarso, 2020) melakukan penelitian yang berjudul “Profitabilitas dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel *Corporate Social Responsibility* Sebagai Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas & Struktur Modal, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, jumlah Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 sampel dari perusahaan *plastic and packaging* selama tahun 2014-2018. Yang menyatakan bahwa berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat mendukung H₁, menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang

didapat menolak. H₂, menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat mendukung. H₃, menunjukkan bahwa CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat menolak. H₄, menunjukkan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

13)(Amelia & Anwar, 2022) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Laba, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Pertumbuhan Laba & Struktur Modal, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu sehingga diperoleh 24 perusahaan dengan 120 laporan tahunan. Yang menyatakan bahwa H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H₂: Pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H₃: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H₄: CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai Perusahaan. H₅: CSR memoderasi pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan. H₆: CSR memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

14)(Putra & Sunarto, 2021) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai

Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Leverage & Kepemilikan Manajerial, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teknik purposive sampling. Kriteria-kriteria sampel yang diambil dari perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tiga tahun terakhir yaitu tahun 2017-2019 diperoleh sebanyak 180 sampel yang telah memenuhi kriteria penelitian. Yang menyatakan bahwa H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H₂: Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H₃: Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H₄: CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. H₅: CSR memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. H₆: *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

- 15) (Wahyuni *et al.*, 2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Pemoderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Moderasi; CSR. Menggunakan metode; metode dalam pengumpulan sampel pada penelitian ini adalah dengan *metode purposive sampling* dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah semua perusahaan yang bergabung di JII yaitu 30 perusahaan. Yang menyatakan bahwa H₁: Dapat disimpulkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H₂: Dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi Pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara ROA terhadap nilai perusahaan.

- 16) (Putri & Suarjaya, 2017) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Profitabilitas, Mediasi; CSR. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu sample jenuh (*saturated sampling*), yang artinya seluruh anggota populasi diikuti sertakan sebagai sampel penelitian dan diperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan sehingga terdapat 120 pengamatan. Yang menyatakan bahwa H1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility*. H2: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 17) (Pertiwi & Chusnah, 2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; Kinerja Keuangan, Moderasi; CSR. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu Sampel ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, sehingga didapatkan sampel sebanyak 27 perusahaan. Yang menyatakan bahwa H1: Kinerja keuangan yang diproksikan oleh profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. H2: Kinerja keuangan yang diproksikan oleh *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. H3: Kinerja keuangan yang diproksikan oleh likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. H4: CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan yang diproksikan oleh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. H5: CSR mampu memoderasi

pengaruh kinerja keuangan yang diproksikan oleh *leverage* terhadap nilai perusahaan. H6: CSR mampu memoderasi pengaruh

- 18) (Jufrizen & Fatin, 2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Debt To Equity Ratio*, *Return On Equity*, *Return On Assets* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Farmasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; *Debt To Equity Ratio*, *Return On Equity*, *Return On Assets* & Ukuran Perusahaan. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu dalam penelitian sampel yang digunakan dipenelitian ini ditentukan dengan menggunakan Teknik penarikan *purposive sampling*, yaitu Teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan tujuan agar diperoleh sampel yang sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017 yang berjumlah 10 perusahaan. Berdasarkan pada kriteria pengambilan sampel seperti yang telah disebutkan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 6 perusahaan. Yang menyatakan bahwa H1: tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara *Debt to Equity Ratio* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terhadap nilai perusahaan Pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. H2: tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara *Return On Equity* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. H3: tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara *Return On Assets* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. H4: Tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara ukuran perusahaan terhadap nilai

perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017. H5: variabel *Debt to Equity Ratio*, *Return On Equity*, *Return On Assets* dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

19) (Suryati *et al.*, 2019) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; *Corporate Social Responsibility*, Moderasi; Profitabilitas. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 19 perusahaan pertambangan. Yang menyatakan bahwa H1: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap hubungan CSR dengan nilai perusahaan.

20) (Dzikir *et al.*, 2020) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi”. Dengan variabel penelitian yang digunakan yaitu; Dependen; Nilai Perusahaan, Independent; *Corporate Social Responsibility*, Moderasi; Profitabilitas. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 31 emiten. Yang menyatakan bahwa H1: bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. H2: bahwa profitabilitas berpengaruh sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.