

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan merupakan suatu organisasi dimana sumber daya dasar seperti bahan dan tenaga kerja dikelola serta diproses untuk menghasilkan barang atau jasa kepada pelanggan. Semua perusahaan pasti mempunyai tujuan jangka Panjang dan jangka pendek. Tujuan perusahaan jangka pendek yaitu mendapat laba maksimal dengan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan ini akan menunjukkan kemakmuran pemegang saham, nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Kurniawan, 2019).

Perusahaan yang baik tercermin pada nilai perusahaan, apabila kinerja perusahaan baik maka nilai perusahaan dapat dikatakan baik. Nilai perusahaan dilihat dari sudut pandang investor dalam kaitannya dengan harga saham, semakin tinggi harga saham yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Dalam perkembangan perusahaan dapat dilihat juga dengan indikator lain yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sebagai indikator pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap pengguna dana, sekaligus sebagai unsur penciptaan nilai bagi perusahaan (Wahyuni, 2018). Untuk itulah nilai perusahaan menjadi sangat penting, karena nilai perusahaan merupakan nilai yang dibutuhkan investor untuk terus menanamkan modalnya pada perusahaan agar sejahtera dan memberikan keuntungan bagi pemegangnya. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial dan Corporate Social Responsibility (Lestari, 2022).

Faktor Pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah rasio untuk mengukur keuntungan perusahaan dan memberikan ukuran efektivitas manajemen perusahaan. Profitabilitas ini dapat mempengaruhi nilai bisnis dengan mengukur kemampuan bisnis untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi keuntungan suatu perusahaan maka semakin efisien perusahaan tersebut dalam meningkatkan keuntungan sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan (Himawan, 2018). Menurut penelitian Saffitri (2021) Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut penelitian Wahyuni (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Selain profitabilitas salah satu faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah Kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial dapat disimpulkan bahwa manajer dan direksi perusahaan turut menjadi pemegang saham dalam perusahaan. Untuk itu manager berperan penting untuk membuat keputusan sehingga kinerja perusahaan berjalan dengan baik. Salah satu upaya untuk menambah nilai perusahaan adalah keputusan manajemen untuk merekrut tenaga ahli atau professional untuk ditempatkan pada perusahaan untuk menjalankan usaha dengan baik, sehingga tujuan dari perusahaan untuk mencapai kinerja perusahaan yang baik dapat tercapai dengan baik dan perusahaan dapat bertahan di tengah persaingan sekaligus mewujudkan perusahaan yang mampu memaksimalkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham (Lestari, 2022). Menurut hasil dari penelitian Ernawati, dkk (2022) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut penelitian

Wahyuningsing (2023) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang dapat memoderasi nilai perusahaan adalah pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR). CSR sebagai variabel moderasi juga diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan agar semakin baik dimata masyarakat, sehingga konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk perusahaan yang akan meningkatkan laba perusahaan. Dengan meningkatnya laba maka semakin meningkatkan pula nilai perusahaan. Para investor akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan CSR di bandingkan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR (Suryandari, 2022). Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang menjadi landasan utama berdirinya suatu perusahaan. Dalam melaksanakan bisnisnya, perusahaan selalu berusaha membangun dan mewujudkan visi dan misi perusahaan. Dalam mewujudkan visi dan misinya, perusahaan perlu menciptakan keseimbangan dunia usaha dan lingkungan sekitar. Perlu ada hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat dalam bentuk tanggung jawab sosial (Wijaya, 2023). Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten tentang pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) memoderasi profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Lestari (2022) menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian Andika (2021) menunjukan *corporate social responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh dari profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah program yang perlu dilaksanakan oleh setiap bisnis, salah satu sektor yang mewajibkan perusahaan melakukan *corporate social responsibility* (CSR) adalah industri sektor pertambangan. Perusahaan pertambangan yang lalai melaksanakan tanggung jawab CSRnya dapat dikenakan sanksi oleh pemerintah. Hal ini didasarkan pada PP No. 8 tahun 2018 tentang perubahan kelima atas PP No. 23 tahun 2010 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Tambang Mineral dan Batubara (PP 8/2018), perusahaan sektor tambang yang meninggalkan kewajiban tanggung jawab sosial serta lingkungan diganjar sanksi administratif berupa: peringatan tertulis; penghentian sementara IUP Operasi Produksi atau IUPK Operasi Produksi mineral atau batu bara; dan/atau pencabutan IUP atau IUPK. Pengenaan sanksi ini penting adanya dikarenakan aktivitas tambang berdampak langsung terhadap lingkungan sekitar, maka dari itu, perusahaan tambang perlu bertanggung jawab atas pengelolaan lingkungan, pengembangan masyarakat sekitar, dan reklamasi setelah melakukan penambangan. Dampak setelah penambangan harus diminimalkan agar tidak membahayakan kehidupan masyarakat di sekitar area penambangan. Setiap bisnis memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungannya (Wijaya, 2023).

Di Indonesia terdapat beberapa kasus pelanggaran *corporate social responsibility* (CSR) oleh perusahaan pertambangan. Menurut DLH Kaltim, pada bulan April 2022, ada empat perusahaan tambang batu bara yang berstatus hitam di Samarinda. Perusahaan dengan status hitam berarti perusahaan tidak berusaha mengelola lingkungan sesuai peraturan yang dapat berujung pada pencabutan izin usaha. Perusahaan tidak boleh hanya memprioritaskan untuk mendapat laba yang

besar, melainkan juga harus peduli terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat (Sunarfiana, 2018).

Berdasarkan latar belakang diatas dan adanya perbedaan hasil sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan pengujian kembali mengenai “Kemampuan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia periode 2020-2022.
- 2) Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia periode 2020-2022.
- 3) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia periode 2020-2022.
- 4) Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di Indonesia periode 2020-2022.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui hasil dari pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan pada periode 2020-2022.
- 2) Untuk mengetahui hasil dari pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan pada periode 2020-2022.
- 3) Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan pada periode 2020-2022.
- 4) Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan pada periode 2020-2022.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Berdasarkan aspek teoritis, penelitian ini memberikan informasi yang berguna untuk memperluas literatur khususnya tentang pengaruh profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini menyampaikan mengenai pentingnya perusahaan untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya dan untuk bahan evaluasi perusahaan mengenai pembuatan kebijakannya untuk menambah kepedulian terhadap lingkungan sosial untuk meningkatkan nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Teori sinyal adalah teori yang mengulas tentang perubahan suatu harga di pasar baik mengalami kenaikan atau penurunan, seperti harga saham, obligasi dan lain-lain, yang dapat mempengaruhi sebuah keputusan investor untuk berinvestasi. Kondisi pasar dapat mempengaruhi respon investor terhadap sinyal positif dan negatif terhadap perusahaan. Jika perusahaan memberikan sinyal yang meyakinkan kepada calon investor, mereka akan tertarik dan akan mempengaruhi harga sekuritas (Bintara, 2020). Sinyal ini merupakan informasi yang nantinya dapat digunakan perusahaan untuk merealisasikan tujuannya yaitu memperoleh keuntungan, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Wahyuningsih (2023) teori sinyal dapat mempengaruhi suatu nilai perusahaan, karena dengan dipublikasikannya laporan keuangan tahunan yang berisi informasi mengenai prospek perusahaan, akan mencegah adanya perbedaan informasi antar manajer dan investor. Manajer perusahaan tentu lebih mengetahui seluruh informasi dan prospek perusahaan daripada investor. Ketika kurangnya informasi perusahaan oleh para investor tentu akan memberikan penilaian atau harga yang rendah kepada perusahaan (Chairunesia, 2018). Perusahaan dalam menyajikan laporan keuangan yang baik, lengkap dan kredibel tentu akan menjadi sebuah informasi dan sinyal positif bagi investor yang akan meyakinkannya untuk berinvestasi (Cecilia & Sjarief, 2021).

2.1.2 Teori Agensi

Menurut Chairunesia (2018) teori agensi merupakan suatu hubungan kerja sama antara agen (manajer) dan prinsipal (pemegang saham). Ketika adanya sebuah kontrak, maka akan muncul pertanggungjawaban antar prinsipal dan manajer. Prinsipal sebagai pemegang saham mendelegasikan wewenang kepada manajer untuk mengelola kekayaan investor sebagaimana mestinya. Pemegang saham berharap ketika menyerahkan wewenang pengelolaan tersebut kepada menejer maka mereka akan mendapatkan keuntungan atas investasinya (Nuryono 2019).

Penelitian ini menerapkan teori agensi, karena teori keagenan ini mengacu pada sikap mementingkan diri sendiri dibandingkan kepentingan orang lain, jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka teori agensi mempunyai peran sebagai dasar praktik bisnis yang dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memberikan kemakmuran kepada principal, dengan meningkatkan kepemilikan saham manajerial dapat menjadi alternatif untuk mengurangi *agency problem* karena manajer dapat merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan juga kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah karena kepemilikan manajerial ini akan mensejajarkan kepentingan manajemen dengan pemegang saham.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Menurut Sari & Priantinah (2018) nilai perusahaan adalah harga jual perusahaan yang akan dibayarkan oleh calon pembeli yang bersedia membelinya. Harga yang akan dibayar tersebut merupakan harga pasar dari perusahaan itu sendiri. Fahrída & Priyadi (2021) menjelaskan bahwa definisi dari nilai perusahaan

merupakan pandangan investor terhadap tingkat kesuksesan perusahaan yang dilihat berdasarkan dengan harga sahamnya.

Menurut Wahyuni & Purwaningsih (2021) perusahaan go publik akan berusaha untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan mereka ialah salah satu alternatif yang tepat dalam berinvestasi. Para pelaku bisnis tentu berlomba-lomba untuk meningkatkan kinerjanya untuk menarik investor agar berinvestasi di perusahaannya sehingga nilai perusahaan menjadi tinggi (Cecilia & Sjarief, 2021). Perkembangan perusahaan dalam jangka panjang merupakan sinyal positif yang berupa peluang investasi dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan menjadikan sebuah pencapaian yang baik bagi perusahaan, karena telah mewujudkan sebuah keinginan para pemegang sahamnya yaitu memperoleh kesejahteraan (Negara, 2019).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Menurut Syam (2022) Ukuran profitabilitas perusahaan dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Profitabilitas berkaitan dengan reaksi pasar atas laba perusahaan. Rasio profitabilitas dapat mengukur efektifitas kinerja perusahaan dan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas sangat penting diperhatikan untuk mengetahui sejauh mana investasi yang akan dilakukan investor di suatu perusahaan mampu memberikan return yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan investor. Profitabilitas juga mampu membuat perusahaan tersebut bisa ternilai bagus apabila tingkat profitnya tinggi.

2.1.5 Kepemilika Manajerial

Menurut Setyasari (2022) kepemilikan manajerial adalah saham yang dimiliki oleh pihak manajerial yang terdiri dari komisaris dan direksi yang menjalankan peran sebagai pihak pengambil keputusan sekaligus investor dalam perusahaan. Kepemilikan manajerial dapat membantu mengurangi adanya masalah antara manajemen dan investor. *Agency theory* yang terjadi karena adanya konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham maka sangat perlu dilakukan penyatuan kepentingan antar keduanya. Adanya kepemilikan manajerial, maka dapat menyatukan kepentingan antara manajemen dan investor (Riyanti & Munawaroh, 2021).

Kepemilikan manajerial yang besar akan memberikan semangat terhadap manajemen untuk lebih giat dalam meningkatkan kinerjanya di perusahaan. Manajemen sebagai pihak pengambil keputusan juga memiliki tanggungjawab untuk memenuhi kebutuhan para pemegang saham termasuk dirinya sendiri (Rudianti, 2020). Manajer dalam mengambil keputusan akan lebih berhati-hati karena keputusan tersebut juga akan berdampak kepada dirinya sendiri sebagai pemegang saham. Manajer akan memperoleh secara kontan keuntungan dari keputusan yang tepat, dan kerugian atas akibat dari keputusannya yang salah. Oleh karena itu, besarnya tingkat kepemilikan saham oleh manajerial akan berguna bagi kinerja perusahaan. Investor tentu tertarik untuk berinvestasi kepada perusahaan dengan kinerja manajemen yang baik. Semakin baik kinerja perusahaan, tentu akan diminati oleh investor-investor dan mereka akan berinvestasi sehingga akan memberikan peningkatan nilai perusahaan (Riyanti & Munawaroh, 2021).

2.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah wujud tanggungjawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungannya dengan mengutamakan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Pohan, 2018). Pengungkapan CSR oleh perusahaan sebagai informasi dalam laporan keuangan tahunan adalah suatu metode yang digunakan oleh pelaku bisnis untuk menjelaskan kegiatan operasional mereka kepada masyarakat umum dan organisasi lainnya. Setiap aktivitas tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) yang dijalankan oleh pelaku bisnis selama setahun diharapkan sesuai dengan kebutuhan masyarakat umum dan mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi para pemangku kepentingan. Oleh sebab itu, dapat memungkinkan perusahaan untuk memperoleh dukungan dari para pemangku kepentingan semua dalam mencapai tujuan perusahaan (Rahman, 2021).

Perusahaan dalam menjaga keberlanjutan bisnisnya, tidak selalu berfokus pada keuntungan finansial saja, tetapi perlu mengamati dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sosialnya. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat menaikkan produktivitas dan nilai positif bagi perusahaan untuk jangka panjang. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengungkapkan informasi terkait tanggung jawab sosial untuk membuat citra yang baik bagi para pemangku kepentingan dan akan meningkatkan nilai perusahaan (Kurnia, 2020).

2.2 Penelitian Sebelumnya

- 1 Penelitian dari Saffitri (2021) mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Modal pada Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, dan dengan menggunakan metode dokumentasi. Hasil dari penelitian ini adalah Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Leverage memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Struktur Modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi secara signifikan profitabilitas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi secara signifikan leverage terhadap nilai perusahaan .
- 2 Penelitian menurut Wahyuningsih (2023) mengenai Pengaruh Struktur Kepemilikan, Kinerja Keuangan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2021. Variabel penelitiannya yaitu variabel independen (Struktur Kepemilikan, Kinerja Keuangan, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*) dan variabel dependen (Nilai Perusahaan). Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil dari penelitian Wahyuningsih (2023) menunjukkan bahwa Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Kinerja keuangan berpengaruh negatif

terhadap nilai perusahaan, Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

- 3 Menurut penelitian Wulandari (2022) mengenai Pengaruh profitabilitas, terhadap nilai perusahaan dengan *pengungkapan Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2018-2020. Variabel yang digunakan penelitian Wulandari (2022) yaitu profitabilitas sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Teknik Analisa Data yang digunakan yaitu uji Moderated Regression Analysis (MRA). Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa: (1) profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, (2) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- 4 Menurut penelitian Wahyuni (2018) mengenai Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode 2010-2017. Variabel yang digunakan penelitian Wahyuni (2018) yaitu profitabilitas sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel Pemoderasi. Teknik Analisa Data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana dan analisis regresi moderating (MRA). Hasil dari penelitian menurut Wahyuni (2018) menunjukkan bahwa Profitabilitas

berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas pada Nilai Perusahaan.

- 5 Menurut penelitian Suryandari dkk (2022) mengenai Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Variabel yang digunakan penelitian Suryandari (2022) yaitu profitabilitas sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Teknik Analisa Data yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian menurut Suryandari (2022) menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan sedangkan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- 6 Menurut penelitian Hermawan dan Dewi (2023) mengenai Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan dengan Memoderasi *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011-2020. Variabel yang digunakan penelitian Hermawan dan Dewi (2023) yaitu kinerja keuangan, kepemilikan manajerial dan dewan komisaris sebagai variabel independen dan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen dengan *pengungkapan Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Teknik Analisa Data yang

digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian Hermawan dan Dewi (2023) menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan dewan komisaris independen tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, corporate social responsibility mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan dan kepemilikan manajerial dengan nilai perusahaan, sementara corporate social responsibility tidak mampu memoderasi hubungan antara dewan komisaris independen dengan nilai perusahaan.

- 7 Menurut penelitian Putra (2021) mengenai Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tiga periode tahun terakhir yaitu tahun 2017-2019. Variabel yang digunakan penelitian Putra (2021) yaitu Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan manajerial sebagai variabel Independen dan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Dependen dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi. Teknik Analisa Data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian putra (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas dan leverage tidak mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan, sedangkan kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh negatif pada nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh dari profitabilitas dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, sedangkan

Corporate Social Responsibility (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan.

- 8 Menurut penelitian Priyadi (2018) mengenai Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2014-2016. Variabel yang digunakan penelitian Priyadi (2018) yaitu Profitabilitas dan Size sebagai variabel Independen dan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Dependen dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel pemoderasi. Teknik Analisi Data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian priyadi (2018) menunjukkan bahwa 1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, 2) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 3) *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, 4) *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, 5) *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- 9 Menurut penelitian Ardiantari (2018) mengenai Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan di sektor manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017. Variabel yang digunakan penelitian Ardiantari (2018) yaitu Profitabilitas sebagai variabel Independen dan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Dependen dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel moderasi. Teknik

Analisi Data yang digunakan adalah uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian Ardiantari (2018) menunjukkan bahwa 1) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, 2) Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, 3) Variabel CSR tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

- 10 Menurut penelitian Situmeang (2021) mengenai Pengaruh Profitabilitas, Size dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020. Variabel yang digunakan penelitian Situmeang (2021) yaitu Profitabilitas Size dan Kepemilikan Manajerial sebagai variabel Independen dan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Dependen dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel moderasi. Teknik Analisi Data yang digunakan adalah uji regresi linier berganda dan uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian Situmeang (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, CSR mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan, , CSR mampu memoderasi hubungan antara ukuran terhadap nilai perusahaan, dan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian penelitian sebelumnya, terdapat persamaan antara penelitian sebelumnya dengan peneliti yang dilakukan oleh peneliti sekarang, yaitu sama-sama menggunakan menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi dan menggunakan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan perbedaan peneliti sebelumnya dengan peneliti yang di lakukan peneliti sekarang adalah mengkolaborasikan variabel-variabel pada peneliti satu dengan yang lainnya dan juga terdapat perbedaan dari segi periode waktu penelitian, peneliti sekarang menggunakan waktu penelitian periode 2020-2022.

