

## ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI

Hestin Sri Widiawati<sup>1</sup>, Linawati<sup>2</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri  
e-mail: [hestinsri@unpkediri.ac.id](mailto:hestinsri@unpkediri.ac.id)<sup>1</sup>, [linawati@unpkediri.ac.id](mailto:linawati@unpkediri.ac.id)<sup>2</sup>

---

### Informasi Artikel

Tanggal Masuk:  
10 Februari 2022

Tanggal Revisi:  
22 Februari 2022

Tanggal Diterima:  
29 Februari 2022

Publikasi On line:  
12 Maret 2022

### Abstract

*The purpose of establishing a company is none other than to get high profits, this can be achieved if the company can make high sales as well. For this reason, companies are required to be able to attract investors to invest their capital. The value of the company greatly influences the decision of potential investors to invest their capital. The purpose of this study was to determine the effect of profitability and leverage on firm value with CSR as a moderating variable.*

*The population of this study are companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2015-2019. The selection of research samples using purposive sampling with the following conditions: Manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), Companies that remain on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2014-2018, Companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) which publishes financial reports and annual reports for the 2014-2018 period, companies that report Corporate Social Responsibility (CSR). The sample in this research is 60. Data analysis used moderated regression analysis. Based on the results of hypothesis testing in this study, it shows that profitability as proxied by ROA partially has a significant effect on firm value, with a significant value of t test of 0.031. Leverage as proxied by DER partially has a significant effect on firm value, with a significant value of t test of 0.012. CSR disclosure is not able to moderate the relationship between profitability and firm value, with a significant value of t test of 0.082. CSR disclosure is able to moderate the relationship between Leverage and Firm Value, with a significant value of t-test of 0.000. And simultaneously Profitability, Leverage, CSR moderation on Profitability, and CSR moderation on Leverage have a significant effect on Firm Value, with a significant value of t test of 0.000. The results of this study are expected to provide advice for consideration to companies, especially those listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX), in addition to improving financial performance, it also improves Corporate Social Responsibility. As for investors, it can be used as an illustration that in addition to looking at financial statements, they must also pay attention to the Corporate Social Responsibility of a company which will later be used as a place to invest.*

*Key Words: Profitability, Leverage, Company Value, Corporate Social Responsibility, Bursa Efek Indonesia.*

### Abstrak

*Tujuan berdirinya suatu perusahaan tidak lain yaitu untuk mendapatkan laba yang tinggi, hal tersebut dapat tercapai jika perusahaan dapat melakukan penjualan yang tinggi pula. Untuk itu perusahaan diharuskan dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya. Nilai perusahaan sangat mempengaruhi keputusan calon investor untuk menanamkan modalnya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi.*

*Populasi penelitian ini yaitu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019. Pemilihan sampel penelitian menggunakan purposive sampling dengan ketentuan sebagai berikut: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), Perusahaan yang tetap di Bursa Efek Indonesia (BEI) mulai dari tahun 2014-2018, Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempublikasikan laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2014-2018, Perusahaan yang melaporkan Corporate Social Responsibility (CSR). Sehingga dalam penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 12 Perusahaan dan dikali dengan tahun penelitian yaitu 5 tahun, sehingga memperoleh 60 sampel. Analisis data menggunakan analisis regresi moderasi.*

*Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas yang diprosikan dengan ROA secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai*

---

Perusahaan, dengan nilai signifikan uji *t* sebesar 0,031. Leverage yang diprosikan dengan DER secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan, dengan nilai signifikan uji *t* sebesar 0,012. Pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikan uji *t* sebesar 0,082. Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara Leverage terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikan uji *t* sebesar 0,000. Dan secara simultan Profitabilitas, Leverage, moderasi CSR terhadap Profitabilitas, dan moderasi CSR terhadap Leverage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dengan nilai signifikan uji *f* sebesar 0,000. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi saran sebagai bahan pertimbangan kepada perusahaan khususnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selain meningkatkan kinerja keuangan juga meningkatkan Corporate Social Responsibility. Sedangkan untuk investor dapat dijadikan gambaran bahwa selain melihat laporan keuangan juga harus memperhatikan Corporate Social Responsibility suatu perusahaan yang nantinya akan dijadikan tempat untuk berinvestasi.

*Key Words: Profitabilitas, Leverage, Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Bursa Efek Indonesia.*

## PENDAHULUAN

Tujuan utama berdirinya suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba dari kegiatan operasi perusahaan dimana laba yang tinggi bisa diperoleh dengan melakukan penjualan yang tinggi pula., setiap bentuk usaha yang bersifat tetap, terus menerus dan yang didirikan, bekerja serta berkedudukan dalam wilayah negara republik Indonesia. Tujuan perusahaan adalah memperoleh keuntungan (laba) (Undang-Undang No. 3 Tahun 1982). Untuk itu perusahaan diharuskan memproduksi lebih banyak lagi. Sedangkan dalam melaksanakan produksi perusahaan memerlukan biaya. Sumber dana yang diperoleh perusahaan salah satunya diperoleh dari para *investor*.

Bagi perusahaan, *investor* merupakan salah satu pihak yang sangat penting, untuk itu perusahaan akan berupaya sebaik mungkin untuk menarik *investor*. Selain itu, tujuan *investor* menginvestasikan dananya kepada suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan dividen, untuk itu *investor* perlu mengetahui leverage dan profitabilitas perusahaan. Oleh sebab itu untuk mengembangkan bisnisnya perusahaan berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan/*Firm Value*. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi *investor* terhadap perusahaan (Kusumajaya, 2011)

Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, dimana setiap penelitian menunjukkan hasil yang berbeda-beda. (Anisa, 2017) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 – 2015, berdasarkan hasil uji *t* menunjukkan bahwa variabel dewan direksi, leverage dan *return on asset* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Mahpudin & Suparno (2016) memberikan hasil penelitian bahwa variabel kebijakan Dividen dan Profitabilitas ternyata berpengaruh secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Rachman (2016) dalam penelitiannya tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Sektor *Industri Food And Beverages* yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2011-2015 mendapatkan hasil bahwa kebijakan dividen, likuiditas, *management asset*, dan *leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Anisa (2017), Mahpudin & Suparno (2016), dan Rachman (2016) tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada beberapa perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menunjukkan hasil yang konsisten bahwa profitabilitas dan leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa faktor internal utama yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas dan *leverage*.

Nilai perusahaan erat kaitannya untuk pihak eksternal perusahaan dan masyarakat luas, dimana nilai perusahaan merupakan citra atau nama baik perusahaan yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dapat menarik *investor* dan meningkatkan *goodwill*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan (Nisa, 2017). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara luas akan menyebabkan perusahaan mempunyai citra yang baik di dalam pandangan *stakeholder* sehingga saham perusahaan akan lebih diminati oleh investor (Dewa et al., 2014).

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI)* pada tahun 2015-2019. Karena berdasarkan data dari laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI)*, menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang diprosikan oleh PBV pada tahun 2014-2018 mengalami fluktuasi. Sebagai contoh perusahaan Unilever Indonesia, nilai PBV pada tahun 2014, 2015, 2016, 2017, dan 2018 berturut-turut adalah 51,92, 58,49, 62,93, 82,45, dan 45,71. Dapat dilihat bahwa nilai PBV pada tahun 2016 dengan 2017 mengalami peningkatan yang cukup banyak, sedangkan pada tahun 2017 dengan 2018 mengalami penurunan yang sangat signifikan.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: Untuk mengetahui dan menganalisis apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI?, Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI?, Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat memoderasi profitabilitas dalam mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI?, Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat memoderasi *leverage* dalam mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI? Dan Untuk mengetahui dan menganalisis apakah secara simultan Profitabilitas dan *Leverage* yang dimoderasi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI?

## TINJAUAN PUSTAKA DAN KAJIAN TORITIS

### a. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan yang dicerminkan dengan harga saham perusahaan di pasar, hal tersebut merupakan refleksi penilaian investor terhadap kinerja perusahaan secara riil (Harmono, 2015). Nilai Perusahaan (NP) sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi tingkat kemakmuran dari pemegang saham (Mahpudin & Suparno, 2016).

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan berdirinya perusahaan. Nilai perusahaan merupakan suatu penilaian kinerja perusahaan yang tercermin dengan harga saham perusahaan tersebut. Mengapa dikatakan demikian? karena semakin tinggi harga saham, keuntungan yang diperoleh pemegang saham juga semakin tinggi sehingga kondisi ini sangat diminati oleh *investor*. Apabila banyak *investor* yang tertarik untuk berinvestasi pada suatu perusahaan, maka nilai perusahaan tersebut akan meningkat. Kesimpulan dari penjelasan disini adalah nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan secara maksimal kepada para pemegang saham apabila harga saham perusahaan meningkat. Ada beberapa metode untuk mengukur nilai suatu perusahaan (Nisa, 2017)

#### Rumus Price Book Value Ratio

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Ekuitas per Saham}}$$

Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan menggunakan metode perhitungan *Price Book Value Ratio (PBV)*. Mengacu pada penelitian yang dilakukan (Nisa, 2017) *Price Book Value Ratio (PBV)* digunakan karena memiliki beberapa keunggulan. (1) menghasilkan nilai yang relatif stabil dan dapat dibandingkan dengan harga pasar; (2) memberikan standar akuntansi yang konsisten pada seluruh perusahaan; (3) perusahaan yang tidak dapat diukur dengan PER karena pendapatan yang negatif, dapat dievaluasi menggunakan PBV.

### b. Profitabilitas (X1)

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 (Wiagustini, 2014). Rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu (Kasmir, 2015).

**Rumus Return On Assets**

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Pada penelitian ini, pengukuran rasio profitabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Return On Asset (ROA)*. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh (Nisa, 2017) pemilihan metode *Return On Asset (ROA)* dapat memberikan gambaran mengenai seberapa besar laba yang berhasil diciptakan dengan menggunakan asset yang dimiliki perusahaan. Kemudian membandingkan laba yang telah dicapai pada periode lalu, serta sebagai gambaran atau ramalan mengenai laba yang akan dicapai perusahaan pada masa mendatang

**c. Leverage (X2)**

*Leverage* dapat diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang atau rasio yang mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini, 2014). Hutang merupakan salah satu aktivitas pendanaan bagi perusahaan dalam menunjang aktivitas bisnisnya. Hutang merupakan kewajiban yang harus dibayarkan perusahaan kepada pihak lain, dimana hutang tersebut dapat menjadi sumber dana atau modal perusahaan.

**Rumus Debt to Equity Ratio**

$$\text{"Total debt to equity ratio"} = \frac{\text{Utang lancar} + \text{Utang jangka panjang}}{\text{Jumlah modal sendiri}}$$

Dalam penelitian ini, leverage diukur dengan cara menghitung *Debt to Equity Ratio (DER)*. Karena sebaiknya perusahaan dalam melakukan operasi bisnisnya lebih banyak didanai oleh modal sendiri dibandingkan didanai dengan hutangnya. Paling tidak *debt to equity ratio* maksimal 100%, yang artinya adalah DER perusahaan mampu membayar utangnya dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan tersebut. Oleh sebab itu sebaiknya, besar utang perusahaan tidak melebihi modal sendiri.

**d. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan beserta keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas (Rajab, 2017). Dalam penelitian ini variabel moderasi yang digunakan adalah pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, dapat diukur dengan membandingkan antara jumlah yang diungkapkan dengan total pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Pengukuran tersebut dapat diukur dengan menggunakan rumus berikut:

**Rumus Corporate Social Responsibility**

$$CSRI = \frac{\sum X}{N}$$

Untuk itu dalam penelitian ini pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* dipilih sebagai variabel pemoderasi. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu strategi perusahaan untuk menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis perusahaan (Nisa, 2017). Dengan melakukan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diharapkan perusahaan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat luas dan dapat meningkatkan nama baik atau citra perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI)* tahun 2015-2019, dengan total perusahaan yang terdaftar sebanyak 30 perusahaan.

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang peneliti gunakan adalah *purposive sampling*, dimana *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, Sugiyono (2016:85).

Sehingga dalam penelitian ini diperoleh sampel sebanyak 12 Perusahaan dan dikali dengan tahun penelitian yaitu 5 tahun, sehingga memperoleh 60 sampel.

### Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini di perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index (JII)*. Sedangkan data-data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan dan *annual report* yang diunduh langsung dari website resmi *Jakarta Bursa Efek Indonesia* yaitu di laman <https://www.idx.co.id/>

### Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan 4 teknik analisis data. Pertama dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Kedua menggunakan analisis data *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Ketiga menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji parsial atau uji t dan uji simultan atau uji f. Dan yang keempat dilakukan uji koefisien determinasi.

## HASIL PENELITIAN

### A. Hasil Analisis Data

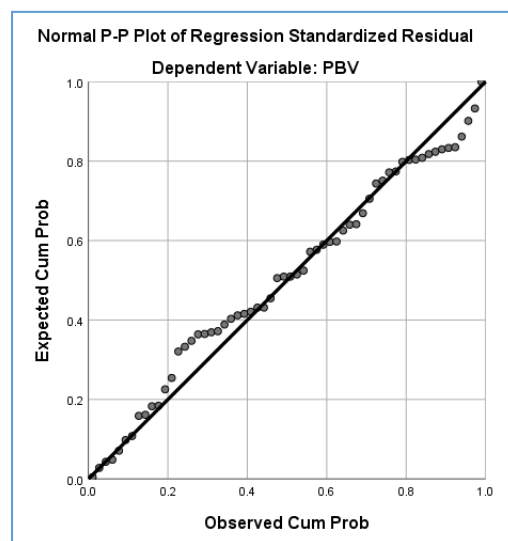
#### 1) Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

##### a) Analisis Grafik

Sumber: *IBM SPSS Statistics 26*, diolah 2021

Berdasarkan gambar 1 diatas dapat dilihat bahwa data telah terdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh gambar tersebut yang sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



**Gambar 1**

**Hasil Uji Normal Probability Plot**



b) Analisis Statistik

**Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.78150143
Most Extreme Differences	Absolute	.097
	Positive	.088
	Negative	-.097
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, diolah 2021

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov test (K-S) di atas dapat dilihat yang menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,200 dan angka ini diatas  $\alpha = 0,05$  sehingga hasil ini menunjukkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.063	15.752
	DER	.115	8.704
	CSR	.353	2.831
	PR.CSR	.044	22.777
	LE.CSR	.055	18.059
a. Dependent Variable: PBV			

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, diolah 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dilihat bahwa variabel ROA, PR.CSR, LE.CSR memiliki Tolerance 0,063; 0,044; dan 0,055 yang mana lebih kecil dari 0,10; sedangkan untk nilai VIF sebesar 15,752; 22,777; dan 18,059 yang mana lebih besar dari 10 dengan demikian dalam model ini ada masalah multikolinieritas, hal ini terjadi karena adanya interaksi variabel bebas dengan variabel moderasi, sehingga wajar apabila ada hubungan antar variabel bebas. Jika hanya dilihat dari variabel bebas saja tanpa memasukkan interaksi variabel bebas dengan variabel moderasi, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROA	.583	1.716
	DER	.572	1.748
	CSR	.879	1.137
a. Dependent Variable: PBV			

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel PR, LEV, dan CSR memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,583; 0,572; dan 0,879; yang mana lebih besar dari 0,10 dan VIF 1,716; 1,1748; dan 1,137, yang mana lebih kecil dari 10 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.936 <sup>a</sup>	.877	.865		6.04324	1.446

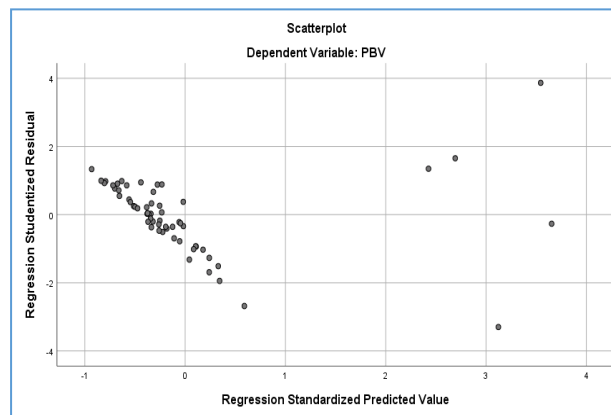
a. Predictors: (Constant), LE.CSR, CSR, ROA, DER, PR.CSR  
 b. Dependent Variable: PBV

Sumber: IBM SPSS Statistics 26, diolah 2021

Dari tabel diatas diperoleh nilai *Durbin-Watson* 1,446. Didapat nilai (dL 1,4083) dan (dU 1,7671) untuk n=60, serta k=5. Karena *Durbin-Watson* sebesar 1,446 berada pada daerah  $dL \leq d \leq dU$  ( $1,4083 \leq 1,446 \leq 1,7671$ ) maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak ada autokorelasi positif.

d. Uji heteroskedasitas

Adapun hasil uji heteroskedasitas menggunakan *Scatterplots* disajikan pada gambar berikut ini: Sumber: Data sekunder, diolah 2021



**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heteroskedasitas**

Berdasarkan gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 2) Moderated Regression Analysis (MRA).

### Hasil Uji Moderated Regression Analysis

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	4.898	2.985
	ROA	.668	.302
	DER	-.084	.032
	CSR	-22.127	4.811
	PR.CSR	.099	.432
	LE.CSR	.326	.065

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2021

Berdasarkan table di atas, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\hat{Y} = 4,898 + 0,668 \text{ ROA} - 0,084 \text{ DER} - 22,127 \text{ CSR} + 0,099 \text{ PR.CSR} + 0,326 \text{ LE.CSR}$$

## 3) Uji Hipotesis

### a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

### Hasil Uji Parsial

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.641	.107
	ROA	2.209	.031
	DER	-2.611	.012
	CSR	-4.599	.000
	PR.CSR	.229	.820
	LE.CSR	4.979	.000

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data sekunder, diolah 2021

Dari tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Profitabilitas (X1) yang diprosikan oleh ROA mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,031 yang mana lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya Profitabilitas (X1) yang diprosikan oleh ROA secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) yang diprosikan oleh PBV.
- 2) *Leverage* (X2) yang diprosikan oleh DER mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,012 yang mana lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya *Leverage* (X2) yang diprosikan oleh DER secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan (Y) yang diprosikan oleh PBV.
- 3) CSR (*Corporate Social Responsibility*) sebagai variabel pemoderasi memiliki nilai 0,000 yang mana lebih kecil dari nilai sig. 0,05 yang artinya H0 ditolak dan H1 diterima. Ini berarti secara parsial CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diprosikan oleh PBV.
- 4) Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi dari Profitabilitas yang diprosikan oleh ROA sebesar 0,820 yang mana lebih besar dari tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak, artinya variabel moderasi CSR tidak dapat memoderasi hubungan



antara Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA dengan Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV.

- 5) Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi dari *Leverage* yang diproksikan oleh DER sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari tingkat signifikansi sebesar 0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima, artinya variabel moderasi CSR mampu memoderasi hubungan antara *Leverage* yang diproksikan oleh DER dengan Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV.
- b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

#### Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14043.815	5	2808.763	76.909	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1972.120	54	36.521		
	Total	16015.935	59			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), LE.CSR, CSR, ROA, DER, PR.CSR						

Sumber: Data sekunder, diolah 2021

Penjelasan dari tabel di atas adalah bahwa nilai sig. = 0,000 < 0,05 yang mana H0 ditolak, dan Ha diterima ini berarti secara bersama-sama Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA, *Leverage* yang diproksikan oleh DER, CSR, Moderasi CSR terhadap Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA dan Moderasi CSR terhadap *Leverage* yang diproksikan oleh DER memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV.

- 4) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

#### Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) melalui Pemoderasi CSR

Model Summary <sup>b</sup>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.936 <sup>a</sup>	.877	.865
a. Predictors: (Constant), LE.CSR, CSR, ROA, DER, PR.CSR			
b. Dependent Variable: PBV			

Sumber: Data sekunder, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.17 di atas diketahui bahwa koefisien yang ditunjukkan *Adjusted R Square* sebesar 0,865. Hal ini berarti 86,5% variasi Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi perubahan *Leverage* melalui CSR sebagai pemoderasi, dan Profitabilitas melalui CSR sebagai Variabel Pemoderasi. Berarti masih ada variabel lain sebesar 13,5% yang menjelaskan variasi Nilai Perusahaan tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh Profitabilitas secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, secara parsial Profitabilitas yang diproksikan ROA berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan PBV pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig. 0,031 < 0,05.

Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik sehingga keuntungan yang dihasilkan tinggi yang berdampak pada investor akan memperoleh *return* yang tinggi. Perusahaan yang mempunyai laba yang tinggi akan memberikan signal positif terhadap pihak investor dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik. Hal tersebut akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan yang menyebabkan harga saham meningkat dan nilai perusahaan meningkat. Asumsi ini didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Nisa (2017), Beureukat (2018) dan Fahru Yulandani dkk, (2018) yang menyatakan bahwa Profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. *Pengaruh Leverage secara Parsial terhadap Nilai Perusahaan*  
Dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara parsial *Leverage* yang diproksikan oleh DER berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019* dengan nilai sig.  $0,012 > 0,05$ .  
Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *Leverage* yang dimiliki oleh perusahaan menjadi suatu pertimbangan penting yang diambil oleh investor dalam berinvestasi. Hal ini dikarenakan peningkatan *Leverage* di dalam perusahaan dianggap sebagai signal positif bagi perusahaan dalam melakukan investasi perusahaan di masa datang, dengan harapan pendapatan perusahaan akan meningkat. Dengan demikian para investor menjadi tertarik untuk menanam saham pada perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Linawaty dan Ekadjaja (2017) dan juga Nisa (2017) yang menyatakan bahwa *Leverage* yang diproksikan oleh DER berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV.
3. *Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*  
Dari uji hipotesis yang telah dilakukan di atas menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang memoderasi variabel Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019*. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig.  $0,820 > 0,05$ . Hal ini berarti CSR tidak dapat memperkuat pengaruh antara variabel profitabilitas (ROA) terhadap perubahan variabel nilai perusahaan (PBV). Menurut peneliti hasilnya tidak signifikan karena ada faktor lain yang dapat mempengaruhi hipotesis, misalnya: karena perusahaan melakukan pengungkapan CSR hanya untuk melaksanakan ketentuan perundang-undangan agar perusahaan tidak akan terkena sanksi. Asumsi ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yulandani, Hartanti, dan Dwimulyani (2018) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak dapat memperkuat pengaruh Profitabilitas.
4. *Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan*  
Dari hasil uji hipotesis di atas menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang memoderasi variabel *Leverage* yang diproksikan oleh DER berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019*. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig.  $0,000 < 0,05$ .  
Hal ini menunjukkan bahwa CSR dapat memperkuat hubungan atau pengaruh antara *Leverage* dengan Nilai Perusahaan. Menurut peneliti hal tersebut menunjukkan bahwa meningkatnya penggunaan utang tidak serta merta menaikkan nilai perusahaan, melainkan para investor melihat informasi aktivitas sosial perusahaan. karena dengan manajemen mengungkapkan CSR membuktikan bahwa perusahaan memiliki citra yang baik dan kondisi yang baik. Sehingga para investor percaya bahwa perusahaan mampu untuk membayar kewajibannya. Asumsi ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Nisa (2017), Beuereuk at (2018) dan Ita Khoirun nisa (2017) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR dapat memperkuat hubungan antara *Leverage* dengan Nilai Perusahaan.
5. *Pengaruh secara Simultan antara Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility, Profitabilitas yang dimoderasi oleh CSR, dan Leverage yang dimoderasi oleh CSR terhadap Nilai Perusahaan*  
Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, secara simultan Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA, *Leverage* yang diproksikan oleh DER, pengungkapan CSR sebagai variabel Pemoderasi, Profitabilitas yang dimoderasi oleh CSR, dan *Leverage* yang dimoderasi oleh CSR berpengaruh terhadap Nilai perusahaan yang diproksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019*. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* tahun 2015-2019 dengan nilai signifikansi  $0,031 < 0,05$ , *Leverage* yang diproksikan oleh DER secara parsial berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang di proksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* tahun 2015-2019 dengan nilai signifikansi  $0,012 < 0,05$ , CSR tidak dapat memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* tahun 2015-2019 dengan nilai signifikansi

0,820 > 0,05, CSR tidak dapat memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* tahun 2015-2019 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , Profitabilitas yang diproksikan oleh ROA, *Leverage* yang diproksikan oleh DER, Profitabilitas yang dimoderasi oleh CSR, *Leverage* yang dimoderasi oleh CSR secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan yang diproksikan oleh PBV pada perusahaan yang terdaftar di *Bursa Efek Indonesia* tahun 2015-2019. Hal ini dibuktikan oleh Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Adapun saran yang bisa diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

*Bagi Investor dan calon investor dalam memilih portofolio saham supaya lebih memperhatikan DER dan CSR yang dicapai dalam sebuah perusahaan. dan bagi peneliti selanjutnya untuk lebih memperbanyak variabel yang berkaitan dengan rasio keuangan supaya hasil yang diharapkan dalam membuat penelitian bisa lebih baik, hendaknya meneliti sektor yang lain seperti pertambangan, jasa dan dagang agar mencerminkan reaksi dari pasar modal secara keseluruhan. Dan diharapkan pada penelitian berikutnya dapat menambah sampel dengan memasukkan industri lainnya serta dapat memperpanjang waktu pengamatan.*

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anisa. (2017). *berjudul Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011 – 2015*.
- Beureukat. (2014). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 16–41.
- Dewa, G. putra, Fachrurrozie, & Utaminingsih, N. S. (2014). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Luas Pengungkapan Csrsebagai Variabel Moderasi. *Accounting Analysis Journal*, 3(1), 62–69. <https://doi.org/10.15294/aaaj.v3i1.3911>
- Harmono. (2015). *Manajemen Keuangan*. PT.Buni Aksara. <https://www.idx.co.id/>
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Satu). PT RajaGrafindo Persada.
- Kusumajaya, D.K 2011. Pengaruh Struktur Modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Denpasar : Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.
- Mahpudin, E., & Suparno. (2016). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Keuangan Dan Akuntansi*, 2(2), 56–75. <https://doi.org/10.25134/jrka.v2i2.456>
- Nisa, I. K. (2017). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)*.
- Rachman, N. A. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Sektor Industri Food And Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2011-2015*.
- Rajab, M. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang terdapat di Jakarta Islamic Index tahun 2011-2015). *Skripsi UIN SUMATERA UTARA MEDAN 2017*.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Wiagustini, N. L. P. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi Pert). Udayana Press.