

PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) SEBAGAI VARIABEL MODERASI

¹Aida Nur Rahma, ²Siti Munfairoh

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkucecwara

Abstract

The objectives of this study are (1) to determine whether profitability has a significant effect on firm value (2) to determine whether liquidity has a significant effect on firm value (3) to determine whether leverage has a significant effect on firm value (4) to analyze, explain, and determine whether Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable weakens or strengthens the effect of profitability, liquidity, and leverage on firm value. This type of research is using descriptive methods and quantitative fund analysis. The data analysis technique uses Moderated Regression Analysis (MRA) to determine the relationship between profitability, liquidity and leverage on firm value with Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable. Based on the results of the analysis, it can be seen that there is a significant influence between profitability and liquidity on firm value. From the analysis, it can also be seen that there is a significant negative effect between leverage on firm value. Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable and strengthens the influence of profitability, liquidity, and leverage on firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Liquidity, Leverage and Company Value*

Abstrak

Tujuan penelitian ini yaitu (1) untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (2) untuk mengetahui apakah likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (3) untuk mengetahui apakah leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (4) untuk menganalisis, menjelaskan, dan mengetahui apakah Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Jenis penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dan analisis dana kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA) untuk mengetahui hubungan profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel pemoderasi. Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Dari hasil analisis juga dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan negatif antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai variabel moderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *laverage* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Nilai Perusahaan*

Pendahuluan

Pada dasarnya tujuan dibentuk sebuah perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham yang selalu berusaha menjaga kelangsungan hidup perusahaannya. Maka, cara mengukur tingkat kemakmuran para pemegang saham yaitu melalui Nilai Perusahaan. Peningkatan Nilai Perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya, karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan yang ditransaksikan di bursa untuk perusahaan yang sudah *go public*. Perusahaan *go public* cenderung selalu meningkatkan nilai perusahaan untuk menarik perhatian investor (Pramana dan Mustanda, 2016). Nilai Perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, serta meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada

¹Email Address : riroh@stie-mce.ac.id

Received 19 Juli 2021, Available Online 1 Desember 2021

prospek keuangan perusahaan di masa mendatang. Husnan (2014:7) mengungkapkan arti nilai perusahaan adalah sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual.

Rasio Profitabilitas (*Profitability Ratio*) adalah rasio atau perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba (*profit*) dari pendapatan (*earning*) terkait penjualan, aset, dan ekuitas berdasarkan dasar pengukuran tertentu. Rasio profitabilitas menjadi ukuran yang sangat berguna dalam melihat keuntungan perbankan, karena laba yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan menunjukkan profitabilitas perusahaan (Yusra, 2016). Profitabilitas dapat mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan, artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena sumber internal yang semakin besar. Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai baik, artinya nilai perusahaan juga akan semakin baik dimata investor.

Rasio Likuiditas (Rasio Modal Kerja) adalah salah satu teknik analisis rasio yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan yang berfungsi untuk membantu mengetahui kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset lancarnya.

Rasio Leverage (*Leverage Ratio*) adalah suatu rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga atau hutang, pembayaran pokok akhir atas hutang dan kewajiban-kewajiban tetap lainnya. Hermanto dan Agung (2015:112) mengemukakan bahwa leverage yaitu rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik, dengan dana yang berasal dari pihak ketiga atau pihak kreditur mengandung implikasi. Meskipun Rasio Leverage dan Rasio Likuiditas adalah sama-sama rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya, namun keduanya memiliki perbedaan dalam jangka waktu pemenuhan kewajibannya. Dimana rasio leverage adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya, sedangkan rasio likuiditas untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendek atau kewajiban lancarnya.

Upaya yang dilakukan perusahaan tersebut merupakan salah satu dari upaya pengungkapan sosial. Saat ini banyak perusahaan baru yang mengalami perkembangan. Namun, seiring dengan perkembangan tersebut, ekosistem lingkungan mulai mengalami ketidakstabilan, seperti yang sering terdengar belakangan ini, salah satu bukti nyatanya adalah kondisi *global warming*. Karena keadaan tersebut, kecenderungan perusahaan bisnis modern untuk melakukan aktifitas sosial telah merubah arah bisnis. Dunia bisnis yang selama ini terkesan *profit-oriented* (hanya mencari untung) hendak merubah citra-nya menjadi perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan menggelar aktifitas *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dan itu berjalan selaras dengan adanya Undang-Undang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 yang pada awalnya merupakan pilihan, namun sekarang sudah dapat dikatakan sebagai kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan alam. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menitikberatkan tanggungjawab perusahaan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan atau *triple bottom lines* (Untung, 2015). Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (2) untuk mengetahui apakah likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (3) untuk mengetahui apakah leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. (4) untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan?

Tinjauan Pustaka

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam kegiatan operasinya merupakan fokus utama dalam penilaian kinerja perusahaan. Karena bagi perusahaan, profitabilitas dapat digunakan sebagai evaluasi atas efektifitas pengelolaan suatu organisasi (Priatna, 2016). Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran bagi kinerja suatu perusahaan. Profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu (Kasmir, 2013:196)

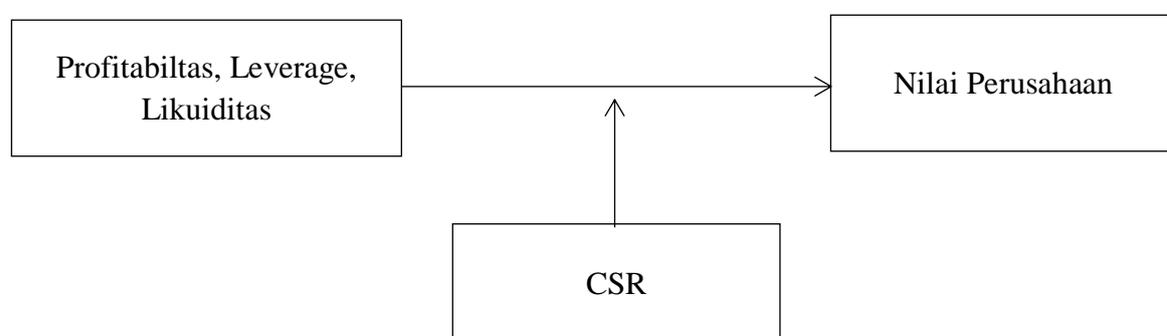
Likuiditas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi semua kewajiban keuangan yang segera dapat dicairkan atau yang telah jatuh tempo (Hani, 2015:121). Secara spesifik, likuiditas mencerminkan ketersediaan dana yang dimiliki perusahaan guna memenuhi semua hutang yang sudah jatuh tempo.

Leverage menurut Hermanto dan Agung (2015:112) adalah rasio yang mengukur perbandingan antara dana yang disediakan oleh pemilik, dengan dana yang berasal dari pihak ketiga atau pihak yang dipakai oleh manajemen untuk membiayai perusahaan secara permanen.

Nilai Perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar seandainya perusahaan dijual. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu untuk memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Husnan dan Pudjiastuti (2012:7) mengungkapkan bahwa Nilai Perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Oleh karena itu, setiap perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan memiliki harga saham perusahaan yang tinggi.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau 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. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menitikberatkan tanggung jawab perusahaan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan atau *triple bottom lines* (Untung, 2015:32). *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya.

Model Konseptual Penelitian



Gambar 1. Model Konseptual Penelitian

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif dan analisis data kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan antar variabel.

Variabel dan Pengukuran yang digunakan untuk variabel dependen (Y) yaitu Nilai Perusahaan digunakan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini. Nilai perusahaan dapat diukur dengan *Price to Earning Ratio* (PER). Sedangkan variabel independen (X) yaitu Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage dan CSR sebagai variabel moderasi.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebanyak 30 perusahaan, maka penelitian ini menggunakan teknik sampling untuk mempermudah penelitian. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara Purposive Sampling. Adapun sampel awal yang diperoleh berjumlah 30 perusahaan, namun setelah diseleksi berdasarkan kriteria yang ditetapkan maka diperoleh sampel akhir sebanyak 10 perusahaan yang kemudian dikalikan 3 periode penelitian (2017-2019), sehingga penelitian ini terdapat 30 perusahaan. Penentuan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, Perusahaan Manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan selama periode pengamatan tahun 2017-2019, dan Perusahaan Manufaktur yang memiliki data ROA, PER, dan CSR.

Analisis Regresi Penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk mengetahui hubungan profitabilitas, likuiditas, dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi. Pengujian ini dilakukan untuk melihat signifikansi pengaruh individual dari variabel-variabel bebas dalam model terhadap variabel dependennya. Dengan melakukan pengujian ini nilai-nilai statistik setiap variabel bebas. Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Adjusted R² yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu, berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Dalam kenyataan, nilai *adjusted* R² dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Pengujian Model Uji statistik t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai signifikansi lebih besar dari α maka hipotesis ditolak, dan jika lebih kecil dari α maka hipotesis diterima.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	.286	.053		5.378	.000		
	Profitabilitas	.003	.001	.490	3.424	.002	.924	1.082
	Likuiditas	.040	.019	.289	2.097	.046	.993	1.007
	Leverage	-.272	.113	-.344	-2.401	.024	.919	1.088

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1, maka dapat dirumuskan suatu persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,286 + 0,003 X_1 + 0,040 X_2 - 0,272 X_3 + e$$

Berdasarkan Tabel 1 uji t secara statistik analisis regresi secara parsial dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) variabel profitabilitas (X_1) yaitu sebesar $0,002 < \alpha$, (5%) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel profitabilitas (X_1) terhadap nilai perusahaan (2) variabel struktur kepemilikan (X_2) yaitu sebesar $0,046 < \alpha$, (5%) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel struktur likuiditas (X_2) terhadap nilai perusahaan (3) variabel struktur *leverage* (X_3) yaitu sebesar $0,046 < \alpha$, (5%) hasil tersebut menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan variabel *leverage* (X_3) terhadap nilai perusahaan.

Tabel 2. Hasil Uji CSR Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.222	.018		12.455	.000
	Profitabilitas	.003	.001	.468	2.141	.005
	ROA-CSR	.001	.005	.110	2.174	.006

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : data diolah, 2021

Hasil analisis dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 4.19 menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel ROA-CSR sebesar 0,005. Nilai tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Interaksi dari variabel moderasi memperkuat pengaruh pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan koefisien regresi menunjukkan nilai positif.

Tabel 3. Hasil Uji CSR Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.233	.033		7.159	.000
	Likuiditas	.025	.065	.186	2.390	.002
	CR-CSR	.088	.090	.465	2.974	.001

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Hasil analisis dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat hubungan antara likuiditas dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 4.20 menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel CR-CSR sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Interaksi dari variabel moderasi memperkuat

pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan koefisien regresi menunjukkan nilai positif.

Tabel 4. Hasil Uji CSR Sebagai Variabel Moderasi Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.404	.059		6.804	.000
	Likuiditas	-.393	.183	-.498	-2.150	.041
	DER-CSR	.078	.189	.063	2.271	.004

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Hasil analisis dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memperkuat hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada tabel 4.21 menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel DER-CSR sebesar 0,004. Nilai tersebut lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Interaksi dari variabel moderasi memperkuat pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan koefisien regresi menunjukkan nilai positif.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan Artinya bahwa dengan semakin meningkatkan profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak. Menurut Kasmir (2010:196) profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rajab tahun (2017) dan Chumaida dan Priyadi (2018) yang diperoleh hasil bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan Artinya bahwa dengan semakin meningkatkan likuiditas perusahaan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan. Hasil analisis menunjukkan bahwa likuiditas pada aspek *Current Ratio* (CR) dalam meningkatkan nilai perusahaan dapat dikemukakan bahwa, rasio ini memberikan gambaran tentang kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban-kewajiban jangka pendeknya, dimana semakin besar prosentase current ratio (CR), maka perusahaan memiliki tingkat likuidasi yang baik, sehingga akan memberikan persepsi positif terhadap kondisi perusahaan serta akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Putri dan Christiawan (2014) yang diperoleh hasil bahwa likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan negatif antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan semakin meningkatkan *leverage* perusahaan maka nilai perusahaan juga akan mengalami penurunan. *Leverage* mengukur kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban finansialnya yang terdiri dari utang jangka pendek dan utang jangka panjangnya. *Leverage* juga dapat diartikan sebagai gambaran kemampuan perusahaan untuk memanfaatkan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed assets fund*) untuk memperbesar tingkat penghasilan bagi para pemilik saham. Rasio *leverage* dalam penelitian ini diwakili oleh Debt Equity Ratio (DER). DER merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan modal sendiri yang dimiliki perusahaan yang mendukung upaya peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Deriyarso (2013) yang diperoleh hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

CSR Sebagai Variabel Moderasi Terhadap Variabel Profitabilitas, Likuiditas, dan Lverage Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *lverage* terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan adanya peningkatan tanggung jawab moral perusahaan yang tinggi baik terhadap karyawan di perusahaan itu sendiri (internal) maupun di luar lingkungan perusahaan (eksternal) maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan. Pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan berkaitan erat dengan profitabilitas perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada perusahaan-perusahaan yang menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR.

Perusahaan-perusahaan yang dapat menjalankan dan mengungkapkan aktivitas CSR dengan baik dapat meningkatkan reputasi serta dapat mengurangi biaya atas kemungkinan tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat. Ketaatan perusahaan pada peraturan-peraturan dan undang-undang yang berlaku serta melakukan perhatian terhadap kesejahteraan sosial akan memberikan efek yang baik bagi perusahaan, yaitu tidak adanya kontroversi yang terjadi. Pelaksanaan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan dapat dikatakan sebagai suatu investasi bukan sebagai beban karena perusahaan akan mendapatkan profitabilitas di masa yang akan datang. Jadi, setiap perusahaan tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga harus memperhatikan masyarakat dan lingkungan sekitarnya (Raningsih & Artini, 2018). Peningkatan profitabilitas perusahaan kemungkinan juga dipengaruhi oleh program-program *Corporate Social Responsibility*. Hal ini merupakan bagian penting dari struktur perusahaan yang kokoh dan tidak tergantikan. Jika dikelola dengan baik, program CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan ini dapat menghasilkan manfaat yang signifikan dalam bentuk reputasi perusahaan sehingga memiliki pengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Y Safitri, A Oemar, EB Santoso (2018) hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) memoderasi pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *lverage* terhadap nilai perusahaan.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah (1) terdapat pengaruh yang signifikan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan semakin meningkatkan profitabilitas maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, (2) terdapat pengaruh yang signifikan antara likuiditas terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan semakin meningkatkan likuiditas perusahaan maka nilai perusahaan juga akan mengalami peningkatan, (3) hasil analisis dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan negatif antara *leverage*

terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa dengan semakin meningkatkan *leverage* perusahaan maka nilai perusahaan juga akan mengalami penurunan, (4) *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi dan memperkuat pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan *leverage* terhadap nilai.

Daftar Pustaka

- Chumaidah, & Priyadi, M.P. (2018). pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*
- Hani, Syafrida. 2015. Teknik Analisa laporan Keuangan. Medan: UMSU PRESS.
- Hermanto, Bambang & Agung, Mulyo. (2015). Analisa Laporan Keuangan. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Husnan, Suad. (2014). Manajemen Keuangan Teori dan Penerpana (Keputusan Jangka Panjang). Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Husnan, Suad dan Pudjiastuti, Enny. (2012). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi Keenam. Yogyakarta: UPP STIM YKPN
- Kasmir. (2013). Analisa Laporan Keuangan. Jakarta.: Rajawali Pers.
- Priatna, Husein. (2016) Pengaruh Perpuran Persediaan Dan Perputaran Kas Terhadap Profitabilitas. *AKURAT Jurnal Ilmu Akuntansi*. Volume 8, Nomer 2.
- Putri, R. A., & Christiawan, Y. J. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Business Accounting Review*, 2(1), 2014.
- Rajab, MHD. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderating. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan*.
- Raningsih, N.K., & Artini (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Yusra, Irdha, 2016. Kemampuan Rasio Likuiditas dan Solvabilitas Dalam Mempengaruhi Laba Perusahaan. *Jurnal Benefita* Vol. 1 No.1 *Jurnal Benefita Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi "KBP"*