



PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* PADA NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Ni Kadek Dwi Feby Sugiantari¹ Eka Ardhani Sisdyani²

Article history:

Submitted: 18 Mei 2023

Revised: 22 Mei 2023

Accepted: 28 Mei 2023

Keywords:

Profitability;

Leverage;

Corporate Social

Responsibility Disclosure;

Firm Value

Kata Kunci:

Profitabilitas;

Leverage;

Pengungkapan *Corporate*

Social Responsibility;

Nilai Perusahaan

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Udayana, Bali,

Indonesia

Email:

febbysugiantari@gmail.com

Abstract

Firm value instability is an interesting phenomenon to study because the firm's value is related to the company's performance, shareholder wealth, and business continuity. The research aims to empirically examine the influence of profitability and leverage on firm value with corporate social responsibility disclosure as a moderating variable. This research was conducted on mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2021. The sampling technique used was a saturated sample and the number of samples used as objects of observation was 199 company data. Moderated Regression Analysis is a data analysis technique used. The research results, it was found profitability had no influence on firm value, leverage had negative influence on firm value, Corporate Social Responsibility Disclosure wasn't able to moderated the influence of profitability on firm value, and Corporate Social Responsibility Disclosure was able to moderated by weakening influence of leverage on firm value.

Abstrak

Nilai perusahaan yang tidak stabil menjadi fenomena menarik untuk diteliti karena nilai perusahaan berkaitan dengan kinerja perusahaan, kemakmuran pemegang saham, dan keberlanjutan usaha. Tujuan penelitian ini untuk menguji secara empiris pengaruh profitabilitas dan *leverage* pada nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Sampel ditentukan dengan metode sampel jenuh dan jumlah sampel yang digunakan sebagai objek amatan sebanyak 199 data perusahaan. Penelitian menggunakan teknik analisis regresi berganda. Penelitian memperoleh hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dan mencapai keuntungan maksimal. Nilai perusahaan yaitu penilaian investor terhadap perusahaan dalam meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham yang direfleksikan melalui harga saham (Dhani & Utama, 2017). Terdapat faktor yang dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas dan *leverage*. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan (Hery, 2017: 192). Profitabilitas penting untuk perusahaan karena menunjukkan prospek perusahaan yang baik. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajiban finansialnya (Hery, 2017: 192).

Penelitian mengenai profitabilitas dan *leverage* yang mempengaruhi nilai perusahaan telah diteliti oleh beberapa peneliti. Menurut Nuswandari *et al.*, (2019) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan sedangkan Savitri *et al.*, (2021) menyatakan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Penelitian Cheryta *et al.*, (2017), Fajaria & Isnalita, (2018) menyatakan *leverage* tidak berpengaruh pada nilai perusahaan sedangkan menurut Santosa, (2020), Jihadi *et al.*, (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan. Ditemukan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya mengindikasikan adanya variabel lain yang mempengaruhi hubungan diantara profitabilitas dan *leverage* pada nilai perusahaan. Peneliti menambah satu variabel moderasi yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan tidak hanya bertanggungjawab pada pertumbuhan ekonomi saja, tetapi juga dapat membantu dalam mengurangi permasalahan terkait risiko dan ancaman terhadap keberlanjutan (*sustainability*) dalam lingkup hubungan ekonomi, lingkungan, dan sosial (GRI, 2006). Pengungkapan CSR dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan karena dengan mengungkapkan CSR investor akan tertarik untuk membeli saham perusahaan (Erawati *et al.*, 2017)

Perusahaan pertambangan merupakan perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam sehingga berpotensi untuk menimbulkan kerusakan lingkungan dan masalah sosial disekitar wilayah pertambangan. Banyaknya kasus sosial dan lingkungan seperti eksploitasi sumber daya alam, meningkatnya polusi dan limbah, serta penyalahgunaan investasi menyebabkan banyaknya perhatian investor pada pengungkapan tanggung jawab perusahaan (Pradnyani & Sisdyani, 2015). Dalam periode penelitian terjadi fluktuasi harga saham menyulitkan investor dalam melakukan investasi karena akan berpengaruh pada return dan risiko yang akan diterima (Moorcy, 2018). Fluktuasi harga saham juga berpengaruh pada ketidakstabilan nilai perusahaan. Ketidakstabilan nilai perusahaan menjadi fenomena menarik karena nilai perusahaan berkaitan dengan kinerja perusahaan, kemakmuran pemegang saham, dan berkaitan dengan keberlanjutan usaha. Selain itu, perusahaan pertambangan mengungkapkan informasi CSR dan biaya terkait dengan ketenagakerjaan, sosial, dan perbaikan lingkungan (Darmastika & Ratnadi, 2019)

Penelitian ini mengacu pada teori stakeholder yang mengungkapkan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan, tetapi juga bertanggung jawab dalam memberikan manfaat bagi stakeholder yang meliputi investor, masyarakat, lingkungan sosial, pemerintah, dan pihak berkepentingan lainnya. Penelitian berkaitan pula dengan teori sinyal (*signaling theory*) yang mengungkapkan bahwa manajemen dapat memberikan sinyal kepada pemilik atau pemegang saham dengan menyajikan informasi keuangan maupun non keuangan yang akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi menjadi sinyal positif dari perusahaan karena menunjukkan prospek perusahaan dalam menjalankan operasinya sehingga berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Raningsih &

Artini, (2018), serta Suputra, (2019) yang mengungkapkan profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hipotesis pertama penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan

Hutang merupakan dana yang dimiliki perusahaan untuk meningkatkan kinerja operasional yang berasal dari pihak eksternal (Ambri & Suaryana, 2018). Investor cenderung berhati-hati untuk melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi, mereka beranggapan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* tinggi tidak mampu untuk melunasi seluruh kewajibannya. Hal ini dapat menurunkan nilai perusahaan. Penelitian Haryadi & Nuraeni (2016) menyatakan *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Hipotesis kedua penelitian diajukan sebagai berikut:

H₂: *Leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan

Peningkatan nilai perusahaan tidak hanya berasal dari rasio profitabilitas yang tinggi. Perusahaan yang memiliki kepedulian pada lingkungan akan dipandang positif oleh investor karena dianggap memperhatikan kinerja perusahaan di masa depan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi menggambarkan prestasi kerja perusahaan semakin baik yang berakibat pada meningkatnya harapan para *stakeholder* untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Artinya, semakin tinggi rasio profitabilitas perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan terutama apabila perusahaan mengungkapkan CSR. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi & Chusnah (2020). Hipotesis ketiga yang diajukan yaitu:

H₃: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan

Hutang perusahaan yang tidak dikelola dengan baik akan mendapatkan reaksi negatif dari investor, sebaliknya perusahaan yang mengelola hutang dengan baik untuk meningkatkan kinerja perusahaan akan mendapatkan reaksi positif dari investor, sebaliknya jika perusahaan. Penggunaan hutang yang tinggi tetapi diimbangi dengan pengungkapan CSR akan berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan. Vidarani & Budiasih (2019) memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR mampu memperlemah pengaruh *leverage* untuk meningkatkan nilai perusahaan. Maka dapat diajukan hipotesis keempat yaitu:

H₄: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI untuk periode 2017-2021 yang diakses melalui website resmi www.idx.co.id. Pengambilan sampel ditentukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan teknik sampel jenuh yaitu semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2019). Jumlah data perusahaan yang digunakan sebagai sampel berjumlah 199 data perusahaan.

Penelitian menggunakan variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Nilai perusahaan diprosikan dengan Tobin's Q yaitu rasio perbandingan antara nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku dari perusahaan. Rasio Tobin's Q menggambarkan prospek pertumbuhan perusahaan. Menurut Tobin (1971) rasio Tobin's Q dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = (\text{EMV} + \text{DEBT}) / \text{TA} \times 100\% \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

EMV = Harga penutupan saham dikalikan jumlah saham beredar

DEBT = Total utang perusahaan

TA = Total Aset

Variabel independen yang digunakan yaitu profitabilitas dan leverage. Profitabilitas dihitung dengan rasio *Return on Equity* (ROE). Rasio ROE tinggi menjelaskan tingkat pengembalian investasi kepada investor semakin tinggi, sebaliknya rasio ROE rendah maka tingkat pengembaliannya akan rendah pula. Menurut Kasmir (2019: 206) rumus rasio ROE sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = (\text{Laba Bersih/Total Ekuitas}) \times 100\% \dots\dots\dots (2)$$

Leverage diukur menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). Rasio DER dapat menunjukkan faktor risiko yang akan diterima investor. Semakin besar tingkat DER maka semakin besar pula risiko yang ditanggung oleh perusahaan. Menurut Kasmir (2019: 159) rasio DER dapat diukur sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = (\text{Total Hutang/Total Ekuitas}) \times 100\% \dots\dots\dots (3)$$

Variabel moderasi yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang disajikan di laporan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR diukur dengan indeks GRI Standar. GRI Standar terdiri dari 89 topik spesifik dengan tiga pengkodean utama, yaitu GRI 200 mengenai aspek ekonomi, GRI 300 mengenai aspek lingkungan, dan GRI 400 mengenai aspek sosial. CSR_{Di} dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSR}_{Di} = (\sum X_i/n) \times 100\% \dots\dots\dots (4)$$

Untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan *moderated regression analysis* (MRA). Analisis MRA digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel moderasi atas variabel independen dan variabel dependen. Bentuk persamaan MRA:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + e \dots\dots\dots (5)$$

Keterangan:

Y : Nilai perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X_1 : Profitabilitas

X_2 : *Leverage*

Z : Pengungkapan CSR

$X_1 Z$: Interaksi antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR

$X_2 Z$: Interaksi antara *leverage* dengan pengungkapan CSR

e : Kesalahan residual

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1.
Analisis Statistik Deskriptif

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Nilai Perusahaan (Y)	199	-12,097	15,755	1,622	1,993
Profitabilitas (X_1)	199	-3,161	7,555	0,085	0,851
<i>Leverage</i> (X_2)	199	-4,425	57,155	2,215	5,431
Pengungkapan CSR (Z)	199	0,044	0,775	0,309	0,163
Valid N (listwise)	199				

Sumber: Data Penelitian, 2023

Analisis statistik deskriptif pada Tabel 1 menunjukkan nilai minimum variabel nilai perusahaan sebesar -12,097 dan nilai maksimum sebesar 15,755. Variabel ini memiliki nilai rata-rata 1,622 lebih besar dari 1 yang menunjukkan saham dalam kondisi *average*, artinya perusahaan memiliki potensi pertumbuhan investasi tinggi sehingga hal ini akan merangsang adanya investasi baru. Rata-rata nilai perusahaan 1,622 lebih kecil dari dari deviasi standar sebesar 1,993 artinya data variabel nilai perusahaan memiliki variasi data yang tinggi. Nilai minimum variabel profitabilitas sebesar -3,161 dan nilai maksimum sebesar 7,555. Nilai rata-rata variabel profitabilitas sebesar 0,085 artinya 8,5% data yang digunakan dalam penelitian digunakan untuk menghasilkan laba. Nilai rata-rata lebih kecil dari deviasi standar sebesar 0,851. Hal ini berarti data pada variabel profitabilitas memiliki variasi data yang tinggi. Data pada variabel *leverage* mempunyai nilai maksimum 57,155 dan nilai minimum -4,425. Nilai rata-rata variabel *leverage* 2,215 lebih kecil dari deviasi standar 5,431 artinya data variabel *leverage* memiliki variasi data yang tinggi. Nilai minimum variabel pengungkapan CSR 0,044 dan nilai maksimum 0,775. Nilai rata-rata variabel ini 0,309 lebih besar dari variabel deviasi standar 0,163 berarti data variabel pengungkapan CSR memiliki sebaran data baik.

Tabel 2.
Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
N	199
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,000
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	0,056

Sumber: Data Penelitian, 2023

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan bahwa data variabel penelitian valid, tidak bias, dan konsisten (Ghozali, 2018). Tabel 2 menunjukkan hasil uji normalitas dengan metode Monte Carlo dengan nilai sig. $0,067 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

Tabel 3.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	0,078	0,006	-0,009	2,005

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 3 menunjukkan nilai *Durbin-Watson* (dw) sebesar 2,005. Nilai dw akan dibandingkan dengan tabel *Durbin-Watson* dimana jumlah observasi (n) = 199, jumlah variabel (k) = 4 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5% didapatkan nilai batas atas (du) = 1,809 dan nilai batas bawah (dl) = 1,727. Maka sesuai dengan ketentuan $du < dw < 4 - du$ atau $1,809 < 2,005 < 2,911$ artinya dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi.

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji Park yaitu meregresikan nilai logaritma kuadrat residual ($\ln RES * RES$) dengan variabel independen. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan variabel profitabilitas, *leverage*, dan pengungkapan CSR memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yang berarti variabel yang digunakan pada penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji koefisien determinasi dilihat dari nilai *adjusted R square*. Nilai *adjusted R square* sebesar 0,154 artinya variasi nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh variabel profitabilitas, *leverage*, pengungkapan CSR, variabel interaksi antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR, serta

Pengaruh Profitabilitas dan Leverage pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi, Ni Kadek Dwi Feby Sugiantari dan Eka Ardhani Sisdyani

variabel interaksi antara *leverage* dengan pengungkapan CSR sebesar 15,4% sedangkan 84,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Uji kelayakan model (Uji F) menunjukkan apakah dalam penelitian model yang digunakan layak atau tidak. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya model yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
1 (Constant)	0,000
Profitabilitas (X_1)	0,654
<i>Leverage</i> (X_2)	0,555
Pengungkapan CSR (Z)	0,059

Sumber: Data Penelitian, 2023

Tabel 5.
Hasil Moderated Regression Analysis

Model	B	t	Sig.
1 (Constant)	0,205	1,418	0,158
Profitabilitas (X_1)	0,149	1,324	0,188
<i>Leverage</i> (X_2)	-0,421	-3,177	0,002
Pengungkapan CSR (Z)	0,089	-0,370	0,712
Interaksi $X_1.Z$	0,011	-0,061	0,952
Interaksi $X_2.Z$	-0,618	-3,001	0,003
<i>Adjusted R Square</i>	0,154		
Sig. F	0,000		

Sumber: Data Penelitian, 2023

Persamaan regresi dalam penelitian ini berdasarkan yang disajikan pada tabel 5 sebagai berikut:

$$Y = 2,205 + 0,149 X_1 - 0,421 X_2 + 0,089 Z + 0,011 X_1Z - 0,618 X_2Z + e$$

Konstanta menunjukkan nilai 2,205 yang berarti jika semua variabel bernilai nol atau konstan maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 2,205. Nilai $\beta_1 = 0,149$ yang berarti peningkatan 1 satuan nilai profitabilitas maka meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,149. Nilai $\beta_2 = -0,421$ yang berarti jika peningkatan 1 satuan nilai *leverage* akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,421. Nilai $\beta_3 = 0,089$ yang berarti peningkatan 1 satuan nilai pengungkapan CSR berpengaruh pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,089. Nilai $\beta_4 = 0,011$ yang berarti peningkatan 1 satuan nilai interaksi profitabilitas dengan pengungkapan CSR (X_1Z) berdampak pada peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,011. Nilai $\beta_5 = -0,618$ yang berarti peningkatan 1 satuan nilai interaksi *leverage* dengan pengungkapan CSR (X_2Z) akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,618.

Hipotesis pertama yang diajukan profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Namun, dari hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 5 diperoleh nilai signifikan $0,188 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan atau H_1 ditolak. Investor tidak hanya terfokus pada besar maupun kecilnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan melainkan juga melihat faktor lain yang turut mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Azmi (2018) serta Nila & Suryanawa (2018) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, namun tidak sejalan dengan penelitian Widiawati & Linawati (2022), Rajagukguk & Sudjiman (2022) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas belum mampu menjadi sinyal positif perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hipotesis kedua dirumuskan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Tabel 5 menunjukkan nilai signifikan $0,002 < 0,05$ yang berarti *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan selaras dengan hipotesis yang dirumuskan sehingga H_2 diterima. Penggunaan hutang berlebihan mengakibatkan perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang tinggi, sehingga perusahaan akan menahan laba operasionalnya untuk melunasi hutang dan akan berpengaruh pada menurunnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Pertiwi & Chusnah (2020) yang menyatakan *leverage* berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan, namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Jihadi *et al.*, (2021), Christiani & Herawaty (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penggunaan hutang yang berlebihan menjadi sinyal tidak baik yang dikeluarkan perusahaan karena investor beranggapan perusahaan tidak memiliki kemampuan untuk melunasi seluruh kewajibannya, artinya semakin tinggi rasio *leverage* perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan.

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan. Namun, pada Tabel 5 diperoleh hasil nilai signifikan $0,952 > 0,05$ yang berarti pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan sehingga hipotesis ketiga ditolak. Pengungkapan CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Hasil penelitian ini didukung oleh Yulandani *et al.*, (2018) yang penelitiannya menyatakan pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Pramana & Mustanda (2016) yang menjelaskan pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak sesuai perspektif teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi akan berdampak pada meningkatnya harapan *stakeholder* kepada perusahaan agar mengungkapkan informasi terkait CSR yang akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi belum tentu melakukan banyak aktivitas CSR karena perusahaan lebih terfokus untuk menghasilkan laba semata. sehingga pengungkapan CSR bukan faktor yang mempengaruhi profitabilitas pada nilai perusahaan.

Hipotesis keempat dirumuskan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan. Nilai koefisien variabel sebesar $-0,618$ dengan nilai signifikan $0,003 > 0,05$ artinya pengungkapan CSR mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan artinya hipotesis keempat diterima. Perusahaan dengan rasio *leverage* tinggi diharapkan mengungkapkan laporan CSR lengkap untuk meningkatkan kepercayaan pihak eksternal. Meskipun tingkat utang perusahaan yang tinggi, tetapi jika perusahaan memberikan informasi mengenai tanggung jawab sosial perusahaan maka perusahaan akan mendapatkan nilai positif dan citra baik dari *stakeholder*. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Vidarani & Budiasih (2019) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan. Namun, tidak didukung oleh penelitian Tumanan & Ratnawati (2021), Lestari *et al.*, (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang memberikan landasan bahwa semakin meningkatnya pengungkapan CSR perusahaan membuat perusahaan mendapatkan nilai positif dan citra baik dari *stakeholder* sehingga penggunaan utang yang tinggi tapi diimbangi dengan pengungkapan CSR yang baik akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas pada nilai perusahaan, dan pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memoderasi dengan memperlemah pengaruh *leverage* pada nilai perusahaan.

Saran bagi peneliti selanjutnya dapat menguji pada sektor berbeda, misalnya sektor pertanian, industri, manufaktur, serta menggunakan variabel lain yang diprediksi mampu mempengaruhi nilai perusahaan seperti kebijakan dividen dan struktur modal. Saran bagi perusahaan agar dapat mengoptimalkan penggunaan modal dan hutang perusahaan karena berdampak pada nilai perusahaan. Pengungkapan CSR akan berdampak pada nilai perusahaan dan nama baik perusahaan di mata masyarakat. Selain itu, pengungkapan CSR merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan pertambangan.

REFERENSI

- Ambri, D. D., & Suaryana, I. (2018). Pertumbuhan Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Leverage pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 1258.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v25.i02.p17>
- Azmi, N. (2018). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jembatan: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 95–108.
- Cheryta, A. M., Moeljadi, D., & Indrawati, K. (2017). The effect of leverage, profitability, information asymmetry, firm size on cash holding and firm value of manufacturing firms listed at Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, 4(4), 21–31.
- Christiani, L., & Herawaty, V. (2019). Pengaruh kepemilikan manajerial, komite audit, leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2–35.
- Darmastika, I. W. R., & Ratnadi, N. M. D. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(1), 362–387.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v27.i01.p14>
- Dhani, I. P., & Utama, A. A. G. S. (2017). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 2(1).
- Erawati, N. M. A., Budiasih, I. G. A. N., & Suryanawa, I. K. (2017). Corporate Social Responsibility Pemoderasi Pengaruh Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 12(1).
- Fajaria, A. Z., & Isnalita, N. (2018). The effect of profitability, liquidity, leverage and firm growth of firm value with its dividend policy as a moderating variable. *International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR)*, 6(10), 55–69.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20431/2349-0349.0610005>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Kesembilan). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryadi, R. M., & Nuraeni, E. A. L. (2016). Pengaruh Leverage, Profitability, Market Value dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Property yang Terdaftar di Bei Tahun 2012-2014. *Ekonomia*, 5(3), 59718.
- Hery. (2017). *Analisis Laporan Keuangan: Integrated And Comprehensive Edition* (Cetakan ke). PT Grasindo.
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The effect of liquidity, leverage, and profitability on firm value: Empirical evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431.
<https://doi.org/doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>

- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan* (Pertama. C). PT Raja Grafindo Persada.
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44.
- Moorcy, N. H. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Perusahaan Food & Beverages Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal GeoEkonomi*, 9(1), 18–31.
- Nila, L., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(3), 2145–2174.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v23.i03.p20>
- Nuswandari, C., Sunarto, S., Jannah, A., & Ikromudin, I. (2019). Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm Value. *International Conference on Banking, Accounting, Management, and Economics (ICOBAME 2018)*, 87–90.
- Pertiwi, S., & Chusnah, N. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Industri Barang dan Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Pradnyani, I., & Sisdyani, E. A. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris pada pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 11(2), 384–397.
- Pramana, I., & Mustanda, I. (2016). The Effect of Profitability and Size on Firm Value with CSR as a moderating variable. *E-Journal of Management*, 5(1), 27–33.
- Rajagukguk, S. W., & Sudjiman, L. S. (2022). PENGARUH PROFITABILITAS, LIKUIDITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR PERTAMBANGAN BATU BARA YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2018–2020. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(09), 121–137.
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(2), 1997.
- Santosa, P. W. (2020). The moderating role of firm size on financial characteristics and islamic firm value at indonesian equity market. *Verslas: Teorija Ir Praktika*, 21(1), 391–401.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3846/btp.2020.12197>
- Savitri, D. A. M., Kurniasari, D., & Mbiliyora, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jap.v21i2.1825>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R7D*. Alfabeta.
- Suputra, I. D. D. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage pada Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi Ni Made Laksmi Dewi. *E-Jurnal Akuntansi*, 28, 26–54.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v28.i01.p02>
- Tumanan, N., & Ratnawati, D. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Pemoderasi. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 123–136.
- Vidarani, I., & Budiasih, I. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi Pengaruh Leverage dan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 147–162.
- Widiawati, H. S., & Linawati, L. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 7(1), 11–21. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17543>
- Yulandani, F., Hartanti, R., & Dwimulyani, S. (2018). Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai pemoderasi. *Seminar Nasional I Universitas Pamulang*, 1.