

Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, and Leverage On Firm Value With Profitability As A Moderating Variable **[Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi]**

Zulfa Rahma Ayuningtyas¹⁾, Eny Maryanti²⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: enymaryanti@umsida.ac.id

Abstract. *The rise in stock prices indicates that a company has promising future prospects, thereby boosting its perceived value among investors. The aim of this research is to determine the role of profitability in moderating the relationship between corporate social responsibility, intellectual capital and leverage on firm value. The population of this study used mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022 with sampling using a purposive sampling technique so that 75 data were obtained from 15 companies. This research method is quantitative research with data analysis techniques, namely multiple regression analysis and moderated regression analysis (MRA). The results of this research show that corporate social responsibility has an effect on firm value, intellectual capital and leverage have no effect on firm value. Profitability is not able to moderate corporate social responsibility on firm value, but profitability is able to moderate intellectual capital and leverage on firm value.*

Keywords - *Corporate Social Responsibility; Intellectual Capital; Leverage; Firm Value; Profitability.*

Abstrak. *Peningkatan harga saham merupakan gambaran bahwa perusahaan memiliki potensi masa depan yang cerah sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran profitabilitas dalam memoderasi hubungan antara corporate social responsibility, intellectual capital, dan leverage terhadap nilai perusahaan. Populasi penelitian ini menggunakan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 dengan pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sehingga didapatkan 75 data dari 15 perusahaan. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis data yaitu analisis regresi berganda dan moderated regression analysis (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan intellectual capital dan leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan, tetapi Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara intellectual capital dan leverage terhadap nilai perusahaan.*

Kata Kunci - *Corporate Social Responsibility; Intellectual Capital; Leverage; Nilai Perusahaan; Profitabilitas.*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis yang berkembang pesat secara global ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru menimbulkan persaingan ketat antar perusahaan. Secara tidak langsung, perusahaan diharuskan memiliki strategi yang efektif dan efisien untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Umumnya, sebuah perusahaan memiliki tujuan jangka pendek dan juga jangka panjang. Perolehan keuntungan yang maksimum dan memakmurkan pemegang saham merupakan tujuan jangka pendek perusahaan sedangkan tujuan jangka panjang dari sebuah perusahaan adalah pengakuan publik terhadap perusahaan [1]. Pengakuan publik terhadap suatu perusahaan diperlihatkan oleh nilai perusahaan yang berpegangan pada harga saham sebagai patokan untuk melihat gambaran prospek perusahaan di masa depan [2]. Pengukuran nilai perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan *Price Book Value (PBV)*. *Price Book Value (PBV)* adalah rasio yang membandingkan nilai sekuritas dengan nilai buku perusahaannya untuk menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu menciptakan nilai yang tidak pasti berdasarkan jumlah modal yang diinvestasikan [3]. Semakin tinggi rasio ini maka semakin tinggi harga sahamnya, sehingga peningkatan harga saham yang terjadi menandakan semakin besar pula nilai perusahaan tersebut [4].

Peningkatan harga saham merupakan sinyal kinerja perusahaan yang baik bagi investor dengan gambaran bahwa perusahaan tersebut memiliki potensi masa depan yang cerah berdasarkan fluktuasi saham yang terjadi [5]. Salah satu sektor yang diharapkan memiliki potensi masa depan yang cerah oleh investor adalah sektor pertambangan karena Indonesia telah menjadi produsen dan eksportir berbagai hasil tambang termasuk batu bara, emas, tembaga, timah, nikel, serta minyak bumi dan gas alam pada beberapa negara [6]. Tak heran, sektor pertambangan adalah satu diantara banyak sektor yang menyumbang pendapatan terbesar untuk keuangan negara dan menjadi pilar utama dalam

mendukung perekonomian negara [7]. Namun, melansir dari CNBC Indonesia bahwa harga batu bara secara global justru sedang bergerak *down trend* sejak paruh ke empat tahun 2022 di tengah meningkatnya IHSG yang menyentuh angka 1,21% sehingga harga saham perusahaan tambang batu bara domestik ikut anjlok. Perusahaan batu bara domestik yang mengalami penurunan harga saham secara drastis diantaranya adalah PT Bukit Asam Tbk (PTBA) yang menurun di angka 0,29% diikuti dengan saham PT Bumi Resources Tbk (BUMI) yang terpantau di angka 0,53%. Sedangkan PT Adaro Minerals Indonesia Tbk (ADMR) dan PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) menurun drastis 5,8% dan 6,87%. Di sisi lain, PT ABM Investama Tbk (ABMM) terkoreksi 6,42%. Dari beberapa fenomena penurunan harga saham di beberapa perusahaan tersebut menimbulkan potensi harga jual rata-rata perusahaan batu bara yang akan menurun. Selain itu, terdapat potensi perlambatan pendapatan dan laba bersih yang akan turun di kuartal empat tahun 2022. Tak hanya itu, rencana pemerintah memberhentikan PLTU pada acara puncak KTT G20 di Bali menjadi sentimen tambahan yang menekan sektor ini [8]. Penurunan harga saham pada fenomena yang terjadi dapat memicu persepsi terhadap nilai perusahaan yang menjadi kurang baik sehingga mengurangi minat investor dan calon investor untuk berinvestasi.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan. Salah satu faktornya adalah *corporate social responsibility*. *Corporate Social Responsibility* atau biasa disingkat CSR merupakan pertanggungjawaban dan kepedulian dari aspek sosial pada lingkungan sekitar untuk membangun reputasi perusahaan yang baik [9]. Merujuk pada teori *stakeholder* yang memaparkan bahwa untuk mencapai reputasi perusahaan yang positif maka suatu perusahaan harus bertanggung jawab dalam perancangan dan pelaksanaan strategi yang menunjukkan kepedulian pada pihak terkait seperti karyawan, pelanggan, serta masyarakat dan sekitarnya [10]. Strategi perusahaan melalui *corporate social responsibility* yang dapat berkelanjutan pada suatu perusahaan mengartikan bahwa perusahaan tersebut bertanggung jawab atas kesejahteraan masyarakat apabila terdapat kemungkinan kerusakan lingkungan sekitar akibat kegiatan operasional perusahaan [11]. Hal tersebut dapat menambah daya tarik sebuah perusahaan bagi investor karena tidak hanya berfokus pada laba maksimal saja tetapi perusahaan juga peduli pada lingkungan sekitar. Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan menunjukkan ketidakkonsistenan hasil seperti pada penelitian [12] yang membuktikan *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian lain yang dilakukan oleh [13] mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Tak hanya itu, bertentangan dengan kedua penelitian sebelumnya hasil yang diperoleh [14] menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tak jauh berbeda juga dilakukan oleh [4] yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Faktor berikutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *intellectual capital*. Secara umum, *intellectual capital* terdiri atas tiga komponen yaitu *capital employed*, *human capital*, dan *structural capital* [15]. Ketiga komponen tersebut diartikan sebagai sumber daya yang mengacu pada aset tak berwujud yang menjadi salah satu indikator penentu dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan [16]. Keunggulan kompetitif menjadi nilai tambah dalam peningkatan kinerja perusahaan melalui pengelolaan *intellectual capital* yang optimal. Merujuk pada teori *stakeholder*, pasar akan memberikan nilai yang lebih tinggi pada perusahaan yang memanfaatkan asetnya secara efektif dan efisien karena meningkatkan kinerja perusahaan demi para pemangku kepentingan [2]. Kinerja perusahaan yang meningkat dapat berdampak baik pada respon pasar sehingga nilai perusahaan kian bertambah [17]. Jadi, apabila pengelolaan serta publikasi *intellectual capital* semakin optimal maka semakin meningkatlah nilai perusahaannya [18]. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan ketidakkonsistenan mengenai *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Menurut [19] membuktikan bahwa secara parsial *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut didukung [20] dengan memperoleh hasil yang sama dimana *intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian lain oleh [16] berbanding terbalik dengan hasil sebelumnya dengan membuktikan bahwa *intellectual capital* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tak hanya itu, penelitian [21] juga menyatakan hal yang sama yaitu *intellectual capital* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor berikutnya yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan adalah *leverage*. *Leverage* diartikan sebagai perbandingan antara jumlah utang dan jumlah modal yang digunakan untuk menaksir kemampuan perusahaan dalam membiayai total asetnya melalui utang [22]. *Leverage* ditujukan untuk mengestimasi kesediaan perusahaan dalam menyelesaikan seluruh kewajiban jangka pendek ataupun jangka panjang jika perusahaan dilikuidasi [15]. Merujuk pada teori *signal*, peningkatan nilai saham yang terjadi karena kenaikan *leverage* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutangnya menggunakan modal sendiri sehingga memberikan sinyal penting pada pasar [1]. Jadi semakin tinggi *leverage* pada suatu perusahaan maka semakin tinggi pula risiko pengalokasian dana perusahaan yang bersumber dari utang. Hal tersebut dapat menimbulkan dampak negatif pada nilai perusahaan karena *leverage* yang tinggi dapat menunjukkan kecenderungan perusahaan dalam menggunakan *leverage* sebagai struktur modal [23]. Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan terdapat ketidakkonsistenan hasil mengenai *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan [3] memperoleh hasil *leverage* berpengaruh negatif

signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut didukung oleh [1] yang memperoleh hasil yang sama yaitu *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, di lain penelitian mengungkapkan hasil yang berkebalikan seperti penelitian yang dilakukan oleh [22] yang mengungkapkan tidak berpengaruhnya *leverage* pada nilai perusahaan. Sementara itu, [24] juga memperoleh hasil yang sama bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan yang tidak konsisten, maka peneliti menambahkan variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap nilai perusahaan. Variabel moderasi yang peneliti gunakan pada penelitian ini adalah Profitabilitas. Alasan peneliti memilih profitabilitas sebagai variabel moderasi ialah karena profitabilitas merefleksikan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba yang optimal dengan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan perusahaan [25]. Profitabilitas sendiri biasa digunakan untuk memperkirakan kondisi keuangan perusahaan bagi para investor agar tertarik untuk menanamkan modal [11]. Semakin tinggi nilai profitabilitas dalam suatu perusahaan menjadi sinyal baik bagi investor yang akan berinvestasi karena dapat memperkuat nilai dari perusahaan tersebut [5]. Dengan adanya profitabilitas sebagai pemoderasi diharapkan dapat mengendalikan *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang membahas mengenai *corporate social responsibility* yang juga turut andil dalam naik turunnya nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang dilakukan oleh [5] diperoleh hasil bahwa profitabilitas dapat memperkuat hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Lain halnya penelitian yang dilaksanakan oleh [26] membuktikan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Faktor lain yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan selain *corporate social responsibility* dalam penelitian ini yaitu *intellectual capital*. Pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh [25] yang membuktikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian lain dari [27] memperoleh hasil yang mendukung penelitian sebelumnya bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan positif antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi adalah *leverage*. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi yang diteliti oleh [28] membuktikan bahwa penambahan profitabilitas sebagai pemoderasi memperlemah hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh [29] membuktikan bahwa profitabilitas bukan merupakan media yang dapat memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini mengembangkan penelitian dari penelitian yang telah dilakukan oleh [25]. Sebagai pembaruan dari penelitian ini, peneliti menambahkan dua variabel independen diantaranya adalah *corporate social responsibility* dan *leverage*. *Software* yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS 23. Di samping itu, pengambilan sampel yang dilakukan oleh peneliti berbeda dari penelitian sebelumnya yaitu pada perusahaan sektor pertambangan tahun 2018-2022. Diambilnya perusahaan sektor pertambangan sebagai sampel adalah karena kapitalisasi yang signifikan di sektor pertambangan jika dibandingkan dengan sektor lain memiliki potensi yang besar untuk menarik perhatian banyak investor agar berinvestasi [30]. Namun, beberapa tahun terakhir fenomena saham pertambangan sedang mengalami penurunan dan berfluktuatif sehingga peneliti tertarik untuk meneliti objek ini. Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi investor maupun calon investor dalam menganalisis prospek saham sebelum berinvestasi dengan mempertimbangkan besarnya *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, *leverage*, dan profitabilitas yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Saat ini perusahaan dituntut untuk tidak hanya mempertahankan peningkatan laba pada kinerja keuangan tetapi juga dituntut untuk mempertahankan kinerja berkelanjutan. Berdasarkan teori *stakeholder* yang menjelaskan bahwa tanggung jawab dari sebuah perusahaan untuk mendapatkan citra yang baik adalah dengan adanya strategi dan eksekusi terhadap kepedulian kepada pemangku kepentingan lainnya seperti karyawan, pelanggan, masyarakat dan sekitarnya [31]. *Corporate social responsibility* merupakan salah satu bentuk kinerja berkelanjutan dalam lingkup sosial perusahaan agar menciptakan nilai perusahaan yang lebih baik dengan harapan timbulnya permintaan investasi yang lebih banyak untuk mewujudkan ekspektasi para pemangku kepentingan [13]. Semakin banyak informasi yang terpublikasikan mengenai *corporate social responsibility*, maka semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut karena publik akan menganggap bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan semata tetapi juga peduli

kepada masyarakat atau pihak eksternal perusahaan [32]. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [12] yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

H1 : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Informasi mengenai aktiva tak berwujud berupa kombinasi pasar, infrastruktur, dan kekayaan intelektual yang diperoleh dari *intellectual capital* dapat membantu sebuah perusahaan berkembang karena berperan sebagai sumber dari kepercayaan para investor [33]. Berdasarkan teori *stakeholder*, kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset tak berwujud ini secara optimal akan menjadi nilai tambah yang diberikan oleh pasar [2]. *Intellectual capital* yang semakin meningkat dapat menguntungkan perusahaan karena secara tidak langsung dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar saham [17]. Peningkatan jumlah investor yang berinvestasi memicu kenaikan harga saham sehingga akan memberikan dampak positif pada nilai perusahaan [19]. Hal ini sejalan dengan penelitian [20] yang memperoleh hasil bahwa *intellectual capital* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena sumber daya intelektual yang lebih tinggi pada sebuah perusahaan dapat meningkatkan harga saham sehingga menjadi nilai tambah di mata investor daripada perusahaan yang memiliki sumber daya intelektual yang lebih rendah.

H2 : *Intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage biasa digunakan untuk menggambarkan seberapa besar perbandingan antara biaya yang dialokasikan oleh kreditor dengan biaya yang bersumber dari perusahaan. [22]. *Leverage* merupakan kesanggupan pengalokasian dana pada aset dari sebuah perusahaan melalui utang yang dapat dipertimbangkan oleh investor dalam menanamkan modal. Berdasarkan teori *signal*, kenaikan nilai saham sebagai reaksi terhadap peningkatan *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk membayar hutang-hutangnya dengan menggunakan modal sendiri sehingga akan memberikan sinyal pada pasar untuk menjadi bahan pertimbangan investor [1]. *Leverage* yang tinggi dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan karena memaparkan adanya kemungkinan perusahaan menggunakan *leverage* menjadi struktur modal [23]. Pernyataan tersebut sinkron dengan hasil penelitian yang dibuktikan oleh [3] yang memperoleh hasil bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut [9], situasi tersebut terjadi karena setelah dipertimbangkan, perusahaan yang nilai *leverage*-nya besar cenderung dihindari oleh investor karena semakin besar pula risiko perusahaan yang dihadapi.

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas Memoderasi Hubungan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki peran untuk mengetahui peluang perusahaan menghasilkan keuntungan di masa yang akan datang. Melalui tingkat profitabilitas yang tinggi pada suatu perusahaan dapat mempermudah perusahaan tersebut untuk mengimplementasikan *corporate social responsibility* terhadap wilayah sekitarnya [11]. Semakin banyak *corporate social responsibility* diimplementasikan, maka akan meningkatkan kepercayaan dari para pemangku kepentingan dan pemegang saham sehingga dapat meningkatkan laba perusahaan, harga saham, dan nilai perusahaan [34]. Penelitian yang dilakukan oleh [5] menyatakan bahwa profitabilitas dapat memperkuat hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Menurut [26], hal tersebut dapat terjadi karena pelaksanaan program *corporate social responsibility* sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan yang membutuhkan alokasi dana dari keuntungan yang dihasilkan sehingga nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H4: Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas Memoderasi Hubungan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan kemampuan sebuah perusahaan dalam meningkatkan laba mulai dari penjualan, aset, dan saham. Adanya peningkatan pada profitabilitas memberikan sinyal positif untuk menambah kepercayaan karena merefleksikan bahwa prospek kinerja sebuah perusahaan semakin baik [35]. Semakin membaiknya kinerja sebuah perusahaan mengartikan bahwa adanya profitabilitas yang tinggi dapat mendukung pengelolaan *intellectual capital* secara optimal untuk memperkuat nilai perusahaan di mata investor [25]. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dibuktikan oleh [27] yang memperoleh hasil bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan positif *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

H5 : Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas Memoderasi Hubungan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

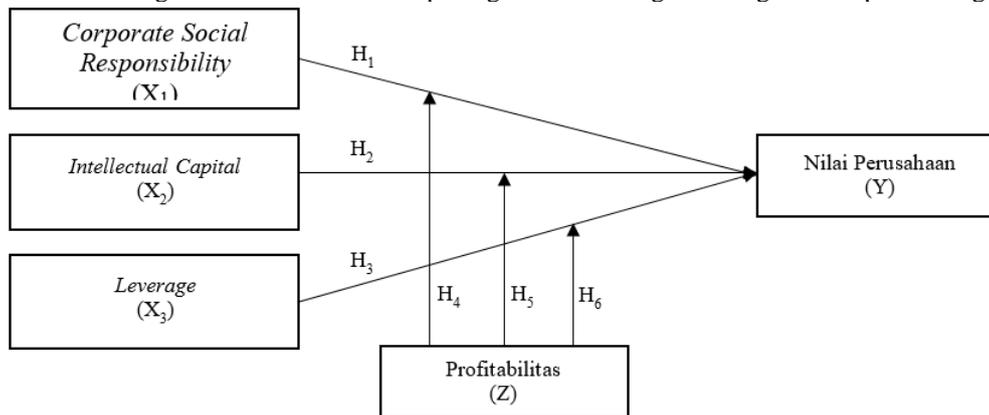
Profitabilitas merujuk pada kapabilitas perusahaan dalam mendapatkan keuntungan melalui penjualan, total aktiva, atau berdasarkan ekuitas yang menjadi informasi penting bagi investor dan kreditor [29]. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh [28] yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas dapat memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan karena laba tinggi yang diperoleh perusahaan cenderung mengandalkan dana internal yang banyak karena sumber dana internalnya melimpah sehingga ketika *leverage* atau tingkat utangnya membesar maka hubungan

antara profitabilitas dan nilai perusahaan menjadi kurang erat akibat pemanfaatan utang yang tinggi. Menurut [36] yang juga mengatakan bahwa semakin tinggi leverage, perusahaan memiliki potensi risiko untuk membayar kewajiban yang sifatnya jangka panjang maupun jangka pendek sehingga investor bisa berpikir dua kali untuk berinvestasi karena nantinya dapat mempengaruhi return saham yang diberikan.

H6 : Profitabilitas dapat memoderasi hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan

Kerangka Konseptual

Penelitian mengenai *Corporate Social Responsibility*, *Intellectual Capital*, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi dapat digambarkan dengan kerangka konseptual sebagai berikut.



Gambar 1
Kerangka Konseptual

II. METODE

Jenis dan Objek Penelitian

Jenis dari penelitian ini ialah kuantitatif. Penelitian ini menggunakan objek dari perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Pengambilan sampel penelitian ini diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id

Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini ialah kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan. Teknik pengumpulan data dilakukan secara sekunder berupa dokumentasi perusahaan berdasarkan data dari laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan tahun 2018-2022 yang diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah perusahaan sektor pertambangan yang telah terdaftar pada website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022 dengan total populasi sebanyak 83 perusahaan. Sampel penelitian ini menggunakan teknik *puposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria-kriteria tertentu. Sampel yang didapat sesuai kriteria dalam penelitian ini berjumlah 15 perusahaan sebagaimana dalam tabel berikut.

Tabel 1
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
	Perusahaan sektor petambangan yang terdaftar dalam BEI selama tahun 2018-2022	83
1.	Perusahaan sektor pertambangan yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut-turut dalam BEI tahun 2018-2022	(27)
2.	Perusahaan sektor pertambangan yang menyajikan laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah	(38)
3.	Perusahaan sektor pertambangan yang mengungkapkan <i>Corporate Social Responsibility</i> secara berturut-turut pada tahun 2018-2022	(3)
Jumlah perusahaan yang terpilih sebagai sampel penelitian		15
Jumlah sampel yang terpilih 15 x 5 tahun		75

Identifikasi dan Indikator Variabel

Variabel dependen dalam penelitian ini ialah nilai perusahaan. Terdapat tiga variabel independen dalam penelitian ini diantaranya yaitu *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan *leverage*. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan variabel moderasi yaitu profitabilitas. Berikut merupakan tabel indikator variabel :

Tabel 2
Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}}$ Sumber : [11] dan [15]	Rasio
Corporate Social Responsibility (X ₁)	$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n}$ Keterangan : $\sum X_{ij}$: Total dari item kategori yang diungkapkan n : Jumlah item seharusnya yang diungkapkan Sumber : [32] dan [4]	Rasio
Intellectual Capital (X ₂)	$VAIC^{TM} = VACA + VAHU + STVA$ Keterangan : $VACA = \frac{\text{Value Added}}{\text{Capital Employed}}$ $VAHU = \frac{\text{Value Added}}{\text{Human Capital}}$ $STVA = \frac{(\text{Value Added} - \text{Human Capital})}{\text{Value Added}}$ Sumber : [17] dan [37]	Rasio
Leverage (X ₃)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$ Sumber : [3] dan [22]	Rasio
Profitabilitas (Z)	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$ Sumber : [11] dan [36]	Rasio

Teknik Analisis

Teknik analisis yang akan digunakan dalam olah data penelitian ini ialah *Software SPSS 23*. *Software SPSS 23* ini biasa digunakan untuk mencari validitas dan realibilitas instrumen penelitian, normalitas data, mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel, serta mengetahui perbedaan rata-rata, ataupun melakukan analisis faktor [38]. Model yang diterapkan pada penelitian ini ialah analisis regresi berganda dan *moderated regression analysis* (MRA). Penerapan analisis regresi berganda ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat [39]. Selanjutnya, MRA akan diterapkan untuk menganalisis potensi variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat [40]. *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau uji interaksi adalah suatu penerapan khusus dimana persamaan regresinya melibatkan unsur interaksi yang mungkin terjadi di antara variabel-variabel bersangkutan yang tidak dapat ditemukan melalui analisis regresi biasa [41]. Pada penelitian ini MRA digunakan untuk mengetahui peran profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel bebas seperti *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan *leverage* terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Uji Statistik Deskriptif

Uji Statistik deskriptif dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran dari hasil pengolahan data secara umum menggunakan pendeskripsian data mulai dari jumlah data, nilai minimum, maksimum, rata-rata dan standar deviasinya [9]. Hasil uji statistik deskriptif pada penelitian ini dapat dilihat dari tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Corporate Social Responsibility	75	-3.56	3.41	.0000	1.21257
Intellectual Capital	75	-1007.38	201.89	18.3556	125.38784
Leverage	75	-1.81	2.71	.1361	.81350
Nilai Perusahaan	75	-3.43	3.68	.5605	1.72292
Profitabilitas	75	-3.89	6.14	.0273	1.07453
Valid N (listwise)	75				

Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Berdasarkan hasil uji diatas, dapat dianalisa bahwa penelitian ini menggunakan 75 sampel data yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai minimum sebesar -3,56 dan nilai maksimum sebesar 3,41, sedangkan nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,0000 dengan standar deviasi 1,21257. Variabel *intellectual capital* memiliki nilai minimum sebesar -1007,38 dan nilai maksimum sebesar 201,89, sedangkan nilai rata-ratanya adalah sebesar 18,3556 dengan standar deviasi 125,38784. Variabel *Leverage* memiliki nilai minimum sebesar -1,81 dan nilai maksimum sebesar 2,71, sedangkan nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,1361 dengan standar deviasi 0,81350. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar -3,43 dan nilai maksimum 3,68, sedangkan nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,5605 dengan standar deviasi 1,72292. Variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar -3,89 dan nilai maksimum sebesar 6,14, sedangkan nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,0273 dengan standar deviasi 1,07453.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk membuktikan kelayakan penggunaan model pada suatu penelitian telah memenuhi serangkaian pengujian yang ada [42]. Serangkaian pengujian pada uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi yang akan dilakukan pada penelitian ini.

Uji Normalitas

Tabel 4
Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

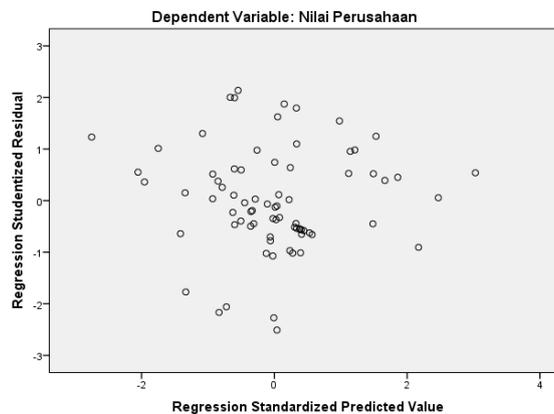
		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54011789
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.055
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi nilai residual yang telah disesuaikan dalam model regresi telah normal atau tidak [2]. Menurut hasil uji yang tertera pada tabel 4 dapat diketahui nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,200 dengan artian nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi memiliki data yang normal.

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Scatterplot



Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan memeriksa apakah terdapat pola khusus dalam penyebaran residual pada *scatter plot* untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas [9]. Berdasarkan gambar 2, maka dapat diketahui bahwa *scatter plot* terlihat menyebar tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data ini.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Corporate Social Responsibility	.997	1.003
Intellectual Capital	.822	1.217
Leverage	.961	1.041
Profitabilitas	.430	2.324

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen dalam model regresi. Adanya multikolinearitas dapat dideteksi dengan memeriksa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang kurang dari 10 dan nilai *tolerance* yang lebih dari 0,10 [5]. Berdasarkan hasil uji pada tabel 5 dapat diketahui bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data layak digunakan karena tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 6
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.890 ^a	.793	.764	.77628	1.835

a. Predictors: (Constant), M3, Corporate Social Responsibility, M1, Intellectual Capital, Leverage, M2, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Uji autokorelasi dilakukan dengan memeriksa nilai Durbin-Watson (D-W) yang dibandingkan dengan nilai pada tabel Durbin-Watson (k,n), di mana k adalah jumlah variabel independen dan n adalah jumlah data [2]. Untuk membuktikan tidak adanya autokorelasi positif ataupun negatif, perbandingan dilakukan dengan cara $dU < d < 4 - dU$.

dU yaitu $1,709 < 1,835 < 2,291$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model yang digunakan bebas dari autokorelasi dan dianggap layak untuk digunakan.

Uji Kelayakan Model (*Goodness of Fit*)

Uji R²

Tabel 7
Hasil Uji R²

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.793	.764	.77628

a. Predictors: (Constant), M3, Corporate Social Responsibility, M1, Intellectual Capital, Leverage, M2, Profitabilitas

Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Koefisien determinasi *adjusted* (R²) dilakukan untuk mengetahui seberapa baik kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependen [2]. Dari hasil uji pada tabel 7, nilai koefisien determinasi *adjusted R square* sebesar 0,764 yang berarti 76,4% dari variabel nilai perusahaan dalam perusahaan sektor pertambangan pada tahun 2018-2022 dapat dipengaruhi oleh *corporate social responsibility*, *intellectual capital*, dan *leverage*. Sementara itu, 23,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8
Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.297	.231		1.286	.204
	<i>Corporate Social Responsibility</i>	-.965	.075	-.835	-12.948	.000
	Intellectual Capital	.000	.001	-.009	-.127	.900
	Leverage	.188	.150	.082	1.252	.216
	Profitabilitas	.179	.168	.104	1.061	.294
	M1	.142	.118	.089	1.200	.236
	M2	.192	.059	.226	3.230	.002
	M3	.042	.021	.201	2.045	.046

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Output SPSS 23 (Diolah, 2024)

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,000 dengan beta sebesar -0,965. Artinya, variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan sehingga H1 diterima. Selanjutnya, pada hasil uji *Intellectual Capital* menurut hasil uji tabel tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi yang lebih dari 0,05 yaitu 0,900 dengan beta sebesar 0,000. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa variabel *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sehingga H2 ditolak. Selanjutnya, pada tabel diatas, *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dikarenakan nilai signifikasinya lebih dari 0,05 yaitu 0,216 dengan beta 0,188. Artinya, variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan sehingga H3 ditolak.

Uji *Moderate Regression Analysis* (MRA)

Berdasarkan hasil uji MRA yang disajikan pada tabel 8 membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,236 dengan beta sebesar 0,142. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan sehingga H4 ditolak. Selanjutnya, pada pengujian *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel

moderasi menunjukkan nilai signifikansi 0,002 yang kurang dari 0,05 dengan beta sebesar 0,192. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa Profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan sehingga H5 diterima. Selain itu, pada pengujian *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,046 dengan beta sebesar 0,042. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa Profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan sehingga H6 diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H1 diterima. Sesuai dengan teori *stakeholder* yang menyatakan bahwa dalam membangun reputasi yang baik, perusahaan harus bertanggung jawab atas kepedulian pada semua pihak yang terlibat agar dapat menciptakan nilai perusahaan yang tidak hanya berfokus pada laba saja [10]. Namun, adanya kegiatan *corporate social responsibility* sebagai strategi dalam meningkatkan nilai perusahaan di mata investor juga dapat dinilai sebagai pemborosan sumber daya perusahaan karena dapat menimbulkan biaya tambahan [34]. Hal tersebut terjadi ketika alokasi dana untuk kegiatan *corporate social responsibility* masih dianggap sebagai beban perusahaan yang berpotensi dapat merugikan kinerja keuangan karena tingginya biaya, sehingga tinggi rendahnya biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan apalagi tidak dibarengi dengan peningkatan rasio keuangan lainnya agar seimbang [31]. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [13] dan [31] yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh [14] yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, variabel *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,900 > 0,05$ sehingga H2 ditolak. Penyebabnya ialah perusahaan belum menerapkan konsep manajemen modern dan cenderung banyak mengalokasikan dana pada sumber daya lain daripada sumber daya manusianya [21]. Sesuai dengan teori *stakeholder* yang memaparkan bahwa peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh *value added*, akan tetapi walaupun perusahaan memiliki *intellectual capital* yang tinggi apabila tidak didukung oleh alokasi dana untuk sarana dalam menerapkan inovasi sumber daya manusianya, maka *value added* tersebut tidak akan tercipta sehingga nilai perusahaan pun tidak akan terpengaruh oleh *intellectual capital*-nya [2]. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [16] dan [21] yang menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh [19] yang menyatakan bahwa *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, variabel *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,216 > 0,05$ sehingga H3 ditolak. Rasio utang terhadap ekuitas yang tinggi tidak selalu menyebabkan penurunan nilai perusahaan, begitu juga apabila rasionya rendah maka tidak selalu mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan karena investor mempertimbangkan berbagai aspek dari laporan keuangan [24]. Hal ini dikarenakan perusahaan cenderung mengendalikan penggunaan utang yang berlebihan dengan menggunakan sumber pendanaan dari modal internal atau laba ditahan tanpa memberikan dampak besar pada kinerja atau nilai perusahaan [9]. Hal tersebut berbanding terbalik dengan pemaparan teori signal yang menyatakan pasar akan memberikan sinyal ketika terjadi naik turunnya *leverage* karena mencerminkan bagaimana perusahaan dalam membayar utangnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [22] dan [24] yang memperoleh hasil *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh [3] yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas Memoderasi Hubungan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0,236 $> 0,05$ sehingga H4 ditolak. Hal tersebut dikarenakan banyak perusahaan pertambangan yang masih tergolong perusahaan ekonomis yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran untuk kegiatan *corporate social responsibility*-nya rendah [43]. Apabila perputaran anggaran tersebut ditingkatkan tetapi tidak diikuti dengan peningkatan laba maka akan mengakibatkan laba perusahaan yang makin menurun sehingga tujuan jangka pendek tidak terwujud, aktivitas perusahaan menjadi terganggu dan tujuan jangka panjang tidak tercapai [44]. Artinya, *corporate social responsibility* tidak akan meningkatkan nilai perusahaan ketika profitabilitas perusahaan tinggi, dan sebaliknya *corporate social responsibility*

tidak akan menurunkan nilai perusahaan ketika profitabilitas perusahaan rendah [45]. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [26] dan [46] yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Namun hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh [5] yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas Memoderasi Hubungan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 7, profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ sehingga H_5 diterima. Secara umum, profitabilitas mencerminkan prospek kinerja perusahaan yang baik dengan fokus penggunaan yang optimal dan efisien sehingga dapat menambah kepercayaan investor [35]. Prospek kinerja perusahaan yang baik menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat mendukung perusahaan dalam mengelola *intellectual capital*-nya secara optimal dan efisien sehingga perusahaan memiliki keunggulan sumber daya yang biasa dijadikan pertimbangan oleh investor seperti pengetahuan, keterampilan, penguasaan teknologi dan kemampuan untuk membangun jaringan sumber daya manusia perusahaan [25]. Jadi, semakin tinggi profitabilitas, maka *intellectual capital* pun semakin meningkat pengelolannya, sehingga nilai perusahaannya pun juga meningkat karena keunggulan kompetitif yang dimiliki perusahaan [35]. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [25] dan [27] yang membuktikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas Memoderasi Hubungan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel 8, profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ sehingga H_6 diterima. Tingkat profitabilitas yang tinggi membuat dana internal perusahaan cukup untuk memenuhi kebutuhan investasi [47]. Hal ini menandakan bahwa profitabilitas yang meningkat dapat menutupi hutang-hutang perusahaan kepada pihak eksternal, dan kebutuhan pendanaan operasional perusahaan pun menjadi terpenuhi sehingga rasio *leverage* yang berkurang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor [48]. Jadi semakin tinggi profitabilitasnya, maka semakin rendah rasio *leveragenya*, sehingga nilai hutang yang rendah dapat meningkatkan nilai perusahaannya [47]. Hasil penelitian ini diperkuat oleh [49] dan [48] yang membuktikan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh [29] yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat diambil kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena tinggi rendahnya alokasi dana untuk kegiatan *corporate social responsibility* yang tidak dibarengi dengan peningkatan rasio keuangan lainnya dapat menurunkan nilai perusahaan di mata investor. *Intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena pengelolaan *intellectual capital* yang tidak didukung dengan sarana dalam menerapkan sumber daya manusianya tidak akan menciptakan nilai tambah sehingga nilai perusahaan tidak akan terpengaruh. *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan cenderung mengendalikan utang menggunakan sumber pendanaan dari modal sendiri tanpa memberi dampak pada nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan karena alokasi dana untuk kegiatan *corporate social responsibility* yang tidak diikuti dengan peningkatan laba yang signifikan akan mengakibatkan profitabilitas makin menurun sehingga tujuan jangka panjang perusahaan yaitu nilai perusahaan tidak tercapai. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan karena profitabilitas yang tinggi dapat mendorong perusahaan mengelola *intellectual capital*-nya secara lebih optimal dan efisien sehingga perusahaan memiliki keunggulan kompetitif untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan karena peningkatan profitabilitas dapat menutupi hutang-hutang perusahaan kepada pihak eksternal dan kebutuhan pendanaan operasional perusahaan pun terpenuhi sehingga rasio *leverage* dapat berkurang dan nilai perusahaan pun meningkat. Adapun harapan untuk pengembangan penelitian selanjutnya untuk memperluas sampel penelitian dengan menggunakan perusahaan sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menambahkan periode penelitian dan menggunakan referensi terbaru agar penelitian lebih akurat. Selain itu, pengembangan penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan misalnya *growth opportunity*, *good corporate governance*, dan lain-lain.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah, puji syukur atas izin Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar S.Ak yang sudah diperjuangkan kurang lebih 4 tahun terakhir. Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha penulis saja, melainkan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ayah, Ibu, Mba Devi sekeluarga, serta keluarga besar yang telah memberikan *support* berupa materi, kata, dan doa yang tiada henti kepada penulis.
2. Laras, Dhea, Anis, Cendy, dan Alfina yang saling mendukung dan menguatkan satu sama lain dalam sepek terjang skripsi ini dari awal penyusunan judul sehingga dapat selesai sesuai target yang ditetapkan bersama. Terima kasih banyak untuk selalu mendorong penulis agar sesegera mungkin mengerjakan, sukses buat kalian semua.
3. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri yang sudah berjuang dan bertahan bahkan sampai di titik ini. Terimakasih sudah mau berproses dan berusaha memperbaiki diri. Semoga kedepannya tidak ada kata lelah untuk terus belajar agar jadi manusia yang lebih baik lagi. I'm proud to be Zulfa Rahma Ayuningtyas S.Ak.

REFERENSI

- [1] V. Natalie and G. A. Lisiantara, "Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 6, no. 4, pp. 4175–4186, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i4.1057.
- [2] G. Puspita and T. Wahyudi, "Modal Intelektual (Intellectual Capital) dan Nilai Perusahaan Pada Industri Manufaktur," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 5, no. 2, pp. 295–306, 2021, doi: 10.33395/owner.v5i2.471.
- [3] A. K. W. Mahardikari, "Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend policy, Firm Size, dan Firm Growth Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 2, pp. 399–411, 2021.
- [4] K. A. Tarmadi Putri and L. Mardenia, "Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Wahana Akunt.*, vol. 14, no. 2, pp. 156–169, 2019, doi: 10.21009/wahana.14024.
- [5] Aryanto, "Efek Moderasi Profitabilitas pada Pengaruh Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan," *J. Monex*, vol. 9, no. 2, pp. 158–168, 2020.
- [6] U. A. Risqi and Suyanto, "Pengaruh Return On Asset dan Return On Equity terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi," *Al-Kharaj J. Ekon. Keuang. Bisnis Syariah*, vol. 4, no. 4, pp. 1122–1133, 2022, doi: 10.47467/alkharaj.v4i4.846.
- [7] S. W. Rajagukguk and L. S. Sudjiman, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2020," *Intelektiva*, vol. 3, no. 9, pp. 121–137, 2022.
- [8] Putra, "Saham Batu Bara Jadi 'Korban' Wacana Kiamat PLTU," CNBC Indonesia. [Online]. Available: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20221111115357-17-387031/saham-batu-bara-jadi-korban-wacana-kiamat-pltu>
- [9] N. U. Rahmi and V. Danantho, "Pengaruh Corporate Social Responsibility, Capital Expenditure, Keputusan Investasi dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 6, no. 4, pp. 4210–4218, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i4.1175.
- [10] T. Setiawan, Y. Augustine, and A. Purwanti, *Pengaruh Etika Terhadap Profitabilitas: Mediasi Image dan CSR (Studi Perusahaan Tambang, Minyak, dan Gas)*. Kabupaten Bnatul: CV. Jejak Pustaka, 2021.
- [11] S. Hermawan, Y. A. Sari, S. Biduri, D. Rahayu, and R. A. Rahayu, "Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Profitability: Evidence From Pharmaceutical Companies in Indonesia and Malaysia," *Int. J. Prof. Bus. Rev.*, vol. 8, no. 2, pp. 1–24, 2023, doi: 10.26668/businessreview/2023.v8i2.625.
- [12] A. D. Lestari and Zulaikha, "Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Kajian Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019)," *Diponegoro J. Account.*, vol. 10, no. 4, pp. 1–15, 2021.
- [13] N. Afifah, S. W. W. Astuti, and D. Irawan, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *EKUITAS (Jurnal Ekon. dan Keuangan)*, vol. 5, no. 3, pp. 346–364,

- 2021, doi: 10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644.
- [14] A. Kushariani, R. Ananda, and M. R. Riandi, "Effect of Corporate Social Responsibility, Profitability, and Corporate Governance on Company Value," *J. Akunt. Trisakti*, vol. 5, no. 1, pp. 95–108, 2019, doi: 10.25105/jat.v5i1.4863.
- [15] M. A. Sihombing, D. N. Hutagalung, N. Siska, and D. Sakuntala, "Pengaruh Intellectual Capital, Earning Per Share, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverage di Bursa Efek Indonesia," *Own. Ris. dan J. Akunt.*, vol. 4, no. 2, pp. 257–272, 2020, doi: <https://doi.org/10.33395/owner.v4i2.233>.
- [16] F. A. Saraha, Gusmiarni, and Nuzulul, "Pengaruh Modal Intelektual dan Mekanisme GCG terhadap Nilai Perusahaan," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 3281–3295, 2022.
- [17] A. S. Putri and D. Miftah, "Pengaruh Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Kaji. Akunt. dan Bisnis Terkini*, vol. 2, no. 2, pp. 259–277, 2021.
- [18] D. I. Subagio and I. Januarti, "Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Appl. Manag. Account.*, vol. 6, no. 1, pp. 102–144, 2022.
- [19] L. Suzan and N. I. Ramadhani, "Firm Value Factors : The Effect Of Intellectual Capital , Managerial Ownership , And Profitability," *e-JA J. Akunt.*, vol. 27, no. 03, pp. 401–420, 2023.
- [20] E. Septiani, Holiawati, and E. Ruhayat, "Environmental Performance, Intellectual Capital, Praktik Penghindaran Pajak dan Nilai Perusahaan," *J. Bisnis dan Akunt.*, vol. 21, no. 1, pp. 61–70, 2019.
- [21] M. Shalahuddin, M. Adam, and M. Widiyanti, "The Influence of Intellectual Capital On Firm Value With Financial Performance As Intervening Variables In Banking Companies Listed In Indonesia Stock Exchange," *Int. J. Bus. Manag. Econ. Rev.*, vol. 3, no. 01, pp. 126–137, 2020, doi: <http://doi.org/10.35409/IJBMER.2020.3145>.
- [22] B. A. Santoso and I. Junaeni, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 6, no. 21, pp. 1597–1609, 2022, doi: <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.795>.
- [23] H. Novita, R. Samosir, Rutmia, Kristina Sarumaha, and Eliza Saragih, "Pengaruh Harga Saham, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020," *Akurasi J. Stud. Akunt. dan Keuang.*, vol. 5, no. 1, pp. 77–86, 2022, doi: 10.29303/akurasi.v5i1.150.
- [24] F. I. Farizki, Suhendro, and E. Masitoh, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan," *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 5, no. 1, pp. 17–22, 2021, doi: 10.33087/ekonomis.v5i1.273.
- [25] R. Yulawati and N. Alinsari, "Pengaruh Modal Intelektual Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi," *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 2808–2818, 2022.
- [26] N. Luh, L. Rahmantari, N. W. Sitiari, I. Bagus, and A. Dharmanegara, "Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange," *J. Ekon. dan Bisnis Jagaditha*, vol. 6, no. 2, pp. 121–129, 2019.
- [27] A. Sugandi, R. B. Bukit, and Tarmizi, "The Influence of Intellectual Capital , Firm Size , and Firm Growth on Firm Value with Profitability as Moderating Variable on Companies That are Joined in the Jakarta Islamic Index And Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2019 Period," *Int. J. Res. Rev.*, vol. 8, no. July, pp. 296–303, 2021.
- [28] R. Budiharjo, U. Mercu, B. Jakarta, and I. M. A. Y. June, "The Effect Of Good Corporate Governance And Leverage Toward Company Value With Profitability As A Moderating Variable," *Int. J. Manag. Stud. Soc. Sci. Res.*, vol. 3, no. 3, pp. 220–234, 2021.
- [29] S. Kasim, M. S. Saragih, and A. Saifannur, "Effect Of Working Capital Management And Leverage On Company Value With Profitability As Moderating Variables (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange)," *IJEBAS Int. J. Econ. Business, Accounting, Agric. Manag. Sharia Adm.*, vol. 1, no. 1, pp. 41–53, 2021.
- [30] A. Kriwidianingsih and P. Nugroho, "Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan dan

- Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara yang terdaftar di BEI),” *J. Kaji. Ilmu Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 168–177, 2021, doi: 10.21107/jkim.v1i2.11598.
- [31] T. Setiawan and A. Aprilia, “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Millennial Leadership, Gender Diversity terhadap Nilai Perusahaan.,” *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 6, no. 3, pp. 3261–3269, 2022, doi: 10.33395/owner.v6i3.1014.
- [32] M. P. Susila and G. Das Prena, “Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Akunt. Kaji. Ilm. Akunt.*, vol. 6, no. 1, p. 80, 2019, doi: 10.30656/jak.v6i1.941.
- [33] M. Rivandi and R. Septiano, “Pengaruh Intellectual Capital Disclosure Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Akunt. Trisakti*, vol. 8, no. 1, pp. 123–136, 2021, doi: 10.25105/jat.v8i1.7631.
- [34] Tenriwaru and F. Nasaruddin, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi,” *Atma Jaya Account. Res.*, vol. 3, no. 1, pp. 68–87, 2020, doi: 10.1016/j.fcr.2017.06.020.
- [35] T. R. Appah, S. Yuniarti, N. Sisharini, S. Sunarjo, and N. Yahya, “Does Profitability Matter In The Relationship Between Intellectual Capital And Firm Value?,” *Media Ekon. dan Manaj.*, vol. 38, no. 1, pp. 57–70, 2023.
- [36] Y. Firda and A. R. Efriadi, “Pengaruh CSR Disclosure, Firm Size, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi Perusahaan Pertambangan Di BEI,” *IJEA (Indonesia J. Econ. Appl.*, vol. 2, no. 1, pp. 34–43, 2020.
- [37] F. Anggraini, Y. P. Seprijon, and S. Rahmi, “Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Financial Distress Sebagai Variabel Intervening,” *J. Informasi, Perpajakan, Akuntansi, dan Keuang. Publik*, vol. 15, no. 2, pp. 169–190, 2020.
- [38] N. M. Janna and Herianto, “Konsep Uji Validitas Dan Reabilitas Dengan Menggunakan SPSS,” *J. Darul Dakwah Wal-Irsyad*, 2021.
- [39] S. Mudjjah, Z. Khalid, and D. A. S. Astuti, “Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan,” *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 8, no. 1, pp. 41–56, 2019.
- [40] A. L. Robbani, E. S. Hasbullah, and B. Subartini, “Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia,” *Teorema Teor. dan Ris. Mat.*, vol. 8, no. 1, p. 71, 2023, doi: 10.25157/teorema.v8i1.8121.
- [41] L. Liana, “Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen,” *J. Teknol. Inf. Din.*, vol. 14, no. 2, pp. 90–97, 2009.
- [42] L. Damayanti and E. Maryanti, “Asimetri Informasi, Konservatisme dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba dengan Kepemilikan Manajerial sebagai variabel Moderasi,” pp. 1–13, 2023.
- [43] E. Suharto, *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial & Pekerjaan Sosial*, Cet. 1. Bandung Refika Aditama, 2005.
- [44] S. F. Wahyuni, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 1, no. 1, pp. 109–117, 2018, doi: <https://doi.org/10.30596/maneggio.v1i1.2371>.
- [45] A. K. Suryati, A. W. S. Gama, and N. P. Y. Astiti, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi,” *Forum Manaj.*, vol. 17, no. 2, pp. 111–121, 2019, [Online]. Available: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/6182>
- [46] C. A. M. P. Rasyid, E. Indriani, and R. Hudaya, “Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi,” *JAA*, vol. 7, no. 2, pp. 136–156, 2022, doi: 10.29303/jaa.v7i1.146.
- [47] Irwansyah, Y. Lestari Ginting, A. Kusumawardani, and J. Erdiyanti, “Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, and Firm Value: The Moderating Role of Profitability,” *Adv. Econ. Bus. Manag. Res.*, vol. 35, no. Miceb 2017, pp. 213–218, 2018, doi: 10.2991/miceb-17.2018.33.
- [48] S. N. Khotimah, R. I. Mustikowati, and A. R. Sari, “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap

Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi,” *J. Ris. Mhs. Akunt.*, vol. 8, no. 2, p. 2020, 2020.

- [49] N. A. Sindunata and H. Wijaya, “Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pada Perusahaan Manufaktur,” *J. Multiparadigma Akunt. Tarumanegara*, vol. 2, pp. 753–762, 2020.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.