

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* Terhadap
Nilai Perusahaan Manufaktur Dengan Profitabilitas Sebagai
Variabel Moderasi Yang Terdaftar Dalam Bursa Efek Indonesia
(Periode 2019-2022)**

Oleh:

Febry Amalia S,

Nur Ravita Hanun

Herman Ernandi

Duwi Rahayu

Progam Studi Akuntansi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Bulan Juli, 2024



Pendahuluan

Perkembangan Bursa Efek Indonesia atau pasar modal memegang peran signifikan dalam ekonomi suatu negara dengan menyediakan opsi alternatif pembiayaan bagi aktivitas perusahaan. Perusahaan yang membutuhkan dana dapat memperoleh sumber pembiayaan tersebut melalui penjualan saham atau penerbitan obligasi. Bursa Efek Indonesia atau pasar modal di Indonesia melakukan dua fungsi secara bersamaan, yakni fungsi ekonomi dan fungsi keuangan. Dalam melaksanakan fungsi ekonomi, pasar modal efisien dalam mengalokasikan dana dari individu atau pihak yang memiliki kelebihan dana sebagai pemilik modal (investor), sedangkan untuk fungsi keuangan sendiri ditunjukkan oleh kemungkinan dan kesempatan mendapatkan imbalan (return) bagi pemilik dana.

Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Rumusan Masalah Penelitian:

1. Apakah Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas mampu memoderasi pengaruh Leverage terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian:

Untuk mengetahui tingkatan profitabilitas dalam memoderasi Corporate Social Responsibility (CSR) serta Leverage terhadap nilai perusahaan

Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kuantitatif.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan ialah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2022

Populasi

Populasi penelitian ini meliputi seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Dengan total populasi sebanyak 228 populasi perusahaan

Sampel

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh 77 hasil pengamatan penelitian x 4 tahun pengamatan menghasilkan 308 sampel.

Adapun kriteria pengambilan sampelnya sebagai berikut :

- Perusahaan yang tidak terdaftar di BEI secara berturut-turut dari tahun 2019-2022.
- Perusahaan yang tidak melaporkan laporan keuangan periode tahun 2019-2022.
- Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang Rp.
- Perusahaan yang tidak mempunyai laba.

Hasil

Uji Regresi Linear Berganda

		Nilai Perusahaan		
	Variabel Independen	Beta	t	Sig
1	(Constanta)	2.101	1.221	.223
	CSR(X1)	-13.454	-3.166	.002
	Leverage(X2)	4.706	9.389	.000

Uji regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan dimana lebih dari satu variabel independen yang digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 6. Menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan signifikannya kurang dari 0.05 yaitu 0.002 yang artinya variabel (CSR) X1 berpengaruh terhadap variabel Y yaitu nilai perusahaan, sehingga hipotesis 1 diterima. Pada tabel 6 yang membuktikan bahwa pengaruh (Leverage) X2 terhadap nilai perusahaan (Y) dengan nilai signifikannya kurang dari 0.05 yaitu 0.000 yang artinya variabel (leverage) berpengaruh positif terhadap (Y) nilai perusahaan, sehingga hipotesis 2 diterima.

Variabel moderasi profitabilitas ($\text{Profitabilitas} * \text{CSR}$), variabel moderasi profitabilitas ($\text{Profitabilitas} * \text{leverage}$) mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan tabel pada nomor 10 menunjukkan bahwa variabel Corporate Social Responsibility mempunyai nilai signifikansi 0,005 yang artinya kurang dari 0,05 yang artinya, bahwa variabel profitabilitas mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan sehingga H3 dapat diterima. Selanjutnya yaitu variabel *Leverage* mempunyai nilai signifikansi yaitu 0,000 kurang dari 0,05, dimana artinya bahwa variabel moderasi profitabilitas dapat memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwasanya H4 dapat diterima.

Model		Standardized Coefficients Beta	Sig.
1	(Constant)		
	X1_Z	1.013	.005
	X2_Z	-2.587	.000

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji pada tabel nomor 10, dapat dijelaskan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* mempunyai nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ yang artinya bahwa pengaruh *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga H1 diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan aktifitas atau program social perusahaannya secara lebih luas akan memberikan dampak pada kenaikan harga saham yang mempunyai arti bahwa mengalami kenaikan pada nilai perusahaan di mata para investor.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji pada tabel nomor 10, dapat ditarik penjelasan bahwa variabel *Leverage* mempunyai nilai signifikansi yaitu, $0,000 < 0,05$ yang artinya bahwa pengaruh *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga yang artinya H2 dapat diterima. Arah tersebut dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi *Leverage* maka semakin tinggi pula nilai Perusahaan yang diperoleh.

Profitabilitas Mampu Memoderasi Hubungan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel nomor 10, dapat dijelaskan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi yaitu $0,005 < 0,05$ dengan kata lain bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility terhadap* nilai perusahaan makah H3 dapat diterima. Pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat.

Profitabilitas Mampu Memoderasi Hubungan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji pada tabel nomor 10, dapat dijelaskan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi yakni $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan maka H4 dapat diterima. Dari pernyataan diatas dapat dinyatakan bahwa, dengan meningkatnya keuntungan atau laba dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar sehingga krbutuhan pendanaan dalam operasional perusahaan menjadi tidak terganggu, jadi jika perusahaan ingin memenuhi dana untuk operasional perusahaan yang tidak mampu didanai perusahaan sendiri.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang mengungkapkan aktifitas atau program social perusahaannya secara lebih luas akan memberikan dampak pada kenaikan harga saham yang mempunyai arti bahwa mengalami kenaikan pada nilai perusahaan di mata para investornya. *Leverage* berpengaruh secara positif signifikan terhadap nilai perusahaan karena bahwa semakin tinggi leverage maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang diperoleh. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dikarenakan pengungkapan *corporate social responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat, hal tersebut disebabkan karena semakin banyak CSR yang diungkapkan maka akan menimbulkan kepercayaan sehingga laba perusahaan, citra perusahaan dan harga saham meningkat. Dengan meningkatnya harga saham tersebut akan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan sehingga dapat disimpulkan pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas meningkat. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan meningkatnya keuntungan atau laba dapat menutupi hutang-hutang kepada pihak luar sehingga kebutuhan pendanaan dalam operasional perusahaan menjadi tidak terganggu, jadi jika perusahaan ingin memenuhi dana untuk operasional perusahaan yang tidak mampu didanai perusahaan sendiri. Maka perusahaan perlu meningkatkan keuntungan atau laba perusahaannya, karena profitabilitas merupakan pertimbangan beberapa jumlah pinjaman yang akan dilakukan.

