

Artikel Alfia Andriyani

by Turnitin Checker

Submission date: 29-Sep-2024 12:41PM (UTC+0300)

Submission ID: 2468609361

File name: Artikel_Alfia_Andriyani.pdf (568.91K)

Word count: 8665

Character count: 56299

The Role of Managerial Ownership in Moderating the Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure and Profitability on Companies Value (Study of Consumer Goods Industry Companies for the 2019-2022)

[Peran Kepemilikan Manajerial dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure dan Profitability* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Consumer Goods Industry Periode 2019-2022)]

Alfia Andriyani¹⁾, Hadiyah Fitriyah*²⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

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

Abstract. *This study aims to prove the role of managerial ownership in moderating the effect of corporate social responsibility disclosure and profitability on company value. This research approach is quantitative with secondary data in the form of company annual reports on manufacturing companies in the consumer goods sector listed on the IDX for the 2019-2022 period. Purposive sampling as a sample taken with a total 14 of companies over 4 periods and a total sample of 56. The analysis technique uses multiple linear regression, moderated regression analysis (MRA) assisted by SPSS 26. The findings prove that the profitability variable has a positive effect on company value, will but the Corporate social responsibility disclosure variable has no effect on company value. Furthermore, the moderating variable managerial ownership has no influence.*

Keywords - *CSR Disclosure, Profitability, Company Value, Managerial Ownership*

Abstrak. *Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan adanya peran kepemilikan manajerial dalam memoderasi pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pendekatan penelitian ini yaitu kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan pada perusahaan manufaktur dengan sektor barang konsumsi yang tercatat di BEI periode 2019-2022. Purposive sampling sebagai pengambilan sampel dengan total 14 perusahaan selama 4 periode dan total sampel sebanyak 56. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda, analisis regresi moderating (MRA) yang dibantu perangkat SPSS 26. Hasil temuan membuktikan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, akan tetapi variabel Corporate sosial responsibility disclosure tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya variabel moderasi kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh.*

Kata Kunci - *CSR Disclosure, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajerial*

I. PENDAHULUAN

Dalam perkembangan dunia bisnis pada masa dewasa ini telah mengalami kemajuan yang sangat cepat dan memiliki persaingan yang sangat ketat. Nilai perusahaan akan mencerminkan suatu keadaan perusahaan di masa sekarang dan juga menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang. Dengan demikian setiap perusahaan harus terus meningkatkan kinerja untuk mencapai tujuan secara optimal. Sebagian besar tujuan setiap perusahaan hampir sama yaitu menetapkan tujuan jangka panjang untuk meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterahkan *stakeholder* sedangkan tujuan jangka pendek agar laba perusahaan tetap maksimal [1]. Perusahaan harus menciptakan nilai perusahaan yang tinggi untuk bersaing dengan baik dalam menghadapi persaingan. Apabila perusahaan memiliki nilai yang baik maka akan membuat investor akan tertarik untuk berinvestasi. Sebab penilaian investor dapat dilihat melalui harga saham perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia [2]. Dalam hal tersebut membuat perusahaan harus tetap menjaga nilai agar tetap stabil.

Nilai perusahaan merupakan nilai ekuitas *stakeholder* yang bertujuan agar nilai yang dihasilkan oleh perusahaan dapat menjadi maksimal [3];[4]. Nilai perusahaan merupakan keadaan dimana perusahaan berhasil mencapai prestasi atas kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan [5]. Nilai perusahaan juga menjadi salah satu persepsi investor terhadap suatu perusahaan, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Nilai suatu perusahaan dapat digunakan untuk menggambarkan baik atau buruknya manajemen dalam pengelolaan keuangannya, serta pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Nilai suatu perusahaan bisa ditentukan oleh harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka akan semakin positif pula pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sehingga membuat pemegang saham

menjadi kaya. Kinerja perusahaan mempengaruhi harga saham dalam perusahaan. Keuntungan perusahaan membaik, sehingga harga saham akan meningkat. Kinerja perusahaan bisa dilihat dari laporan keuangan yang dijadikan dasar penilaian [6]. Situasi keuangan perusahaan terbukti tidak dapat menjamin peningkatan nilai perusahaan yang berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan dapat terjamin jika perusahaan memperhatikan keterkaitan lingkungan serta sosial. Dengan demikian, perusahaan memiliki tanggung jawab atas segala aktivitas yang dilakukan terhadap para *stakeholder*. Bentuk tanggung jawab perusahaan yaitu CSR (*Corporate Social Responsibility*) [7].

Corporate Social Responsibility Disclosure atau yang lebih dikenal dengan CSR adalah komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan atas dampak operasionalnya terhadap dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan [8]. Suatu perusahaan selalu berkaitan erat terhadap lingkungan sekitar, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan pertanggungjawaban terhadap lingkungan sosial. Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan tidak lepas dari masyarakat serta lingkungan yang akan menciptakan hubungan timbal balik antar perusahaan dan juga masyarakat. Sehingga perusahaan memberikan hubungan timbal balik pada masyarakat sebagai etika dalam berbisnis. Pengungkapan CSR bermanfaat untuk memberikan suatu pandangan terhadap informasi atas laporan keuangan kepada investor terkait hubungan antara aspek lingkungan, sosial serta ekonomi perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan mengenai strategi masa depannya. Dalam melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan tidak harus bertanggung jawab kepada pemilikinya (*stakeholder*), namun kepada seluruh pihak (*stakeholder*) yang terkait dalam perusahaan. Semakin berkembang suatu perusahaan, semakin tinggi dan tidak terkendali tingkat pemanfaatan sumber daya alam serta sosial masyarakat. Oleh karena itu, adanya kesadaran perusahaan agar memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan [9].

CSR dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, artinya semakin banyak perusahaan mengungkapkan pesan sosialnya dan semakin tinggi kualitas informasinya, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Dengan adanya tanggungjawab sosial yang baik diharapkan harga saham perusahaan akan naik sehingga investor juga akan menganggap nilai perusahaan [10]. Dengan melakukan kegiatan CSR dapat meningkatkan citra baik suatu perusahaan dimata konsumen dan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Meningkatkan loyalitas konsumen dalam jangka panjang dapat meningkatkan penjualan suatu perusahaan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan. CSR yaitu suatu komitmen perusahaan untuk bertanggung jawab atas dampak operasionalnya terhadap dimensi sosial, ekonomi, dan lingkungan. CSR apabila disalurkan secara optimal serta berkesinambungan bagi perusahaan, maka mampu memicu peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini konsisten dengan penelitian [11];[12] yang menunjukkan bahwa CSR mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian [13] yang menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain informasi mengenai CSR, profitabilitas dapat berkontribusi pada penciptaan nilai perusahaan [14]. Informasi mengenai profitabilitas merupakan kebutuhan yang sangat mendasar bagi investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi di pasar modal. Perusahaan dengan profitabilitas yang lebih baik dapat memberikan kesempatan kepada investor untuk memperoleh return yang tinggi, yang berarti nilai perusahaan akan meningkat melalui pengelolaan modal jika kinerja keuangannya baik. Salah satu indikator yang mengukur profitabilitas adalah *return on equity*. *Return on equity* (ROE) merupakan ujian mendasar yang menentukan keunggulan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atas modalnya bagi investor, pemilik dan pemegang saham suatu perusahaan dengan modal dimilikinya. Apabila kinerja perusahaan baik, maka nilai perusahaan juga akan baik yang berarti perusahaan dengan return on equity (ROE) yang tinggi akan membuat perusahaan tersebut menguntungkan.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai suatu perusahaan adalah kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen adalah prosentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak manajemen dalam suatu perusahaan. Kepemilikan manajerial berguna untuk menyatukan kepentingan pemegang saham dan manajer [15];[16]. Manajer sebagai pemimpin perusahaan berupaya mengoptimalkan nilai suatu perusahaan sebagai wujud tujuan jangka waktu perusahaan. Dalam meningkatkan nilai perusahaan, tidak jarang para pengelola perusahaan mempunyai tujuan serta kepentingan yang berlawanan dengan tujuan inti dalam perusahaan dan seringkali melewatkan kepentingan dari *stakeholder*. Perbedaan keinginan dari manajer ini tentu akan menimbulkan konflik yang dikenal dengan konflik keagenan [17];[18].

Salah satu cara untuk mengurangi biaya keagenan adalah dengan memiliki saham dalam manajemen. Dengan adanya kepemilikan manajerial dapat menyelaraskan kepentingan manajer serta pemegang saham, sehingga manajer lebih berhati-hati dalam mengambil sebuah keputusan. Secara teoritis, seiring dengan meningkatnya keterlibatan manajemen dalam perusahaan, maka manajemen cenderung meningkatkan kinerjanya. Oleh karena itu, semakin besar kepemilikan manajerial dalam sebuah perusahaan, maka manajer akan melakukan dan mengungkapkan aktivitas perusahaannya. Beberapa peneliti telah melakukan pengujian pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan diantaranya adalah [19];[20] yang menunjukkan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun temuan penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian [21] yang membuktikan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

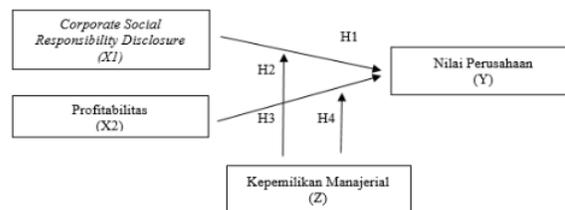
Teori legitimasi menjelaskan tentang hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat sekitar dimana perusahaan tersebut beroperasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa sebuah perusahaan harus sesuai dengan batasan dan norma sosial yang ada serta dapat meyakinkan masyarakat dan aktivitas yang dilakukan sehingga dapat diterima oleh pihak luar perusahaan. Dalam teori legitimasi suatu perusahaan memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontrak sosial antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan [22]; [23]. Perusahaan berusaha mengatasi keadaan ini dengan peraturan yang diberlakukan di dalam masyarakat, sehingga mampu diterima di dalam lingkungan eksternal. Oleh sebab itu, perusahaan harus memahami bahwa penentu kelangsungan hidup perusahaan merupakan interaksi antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan itu berada [24]. Hal tersebut dijelaskan bahwa suatu perusahaan bisa mempertahankan kelangsungan hidupnya maka perlu mengupayakan pengakuan atau legitimasi dari pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) termasuk investor, kreditor, konsumen, pemetintah maupun masyarakat sekitar. Untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar, perusahaan perlu melakukan kegiatan pertanggungjawaban sosial melalui adanya aktivitas CSR.

Teori Keagenan (*Agency Theory*) merupakan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih *principal* (Pemegang saham) menggunakan orang lain atau *agen* (manajer) yang diberi kekuasaan dan tanggung jawab untuk mengambil keputusan dalam pengelolaan sumber daya [25]; [26]. Dengan demikian kontrak kerja yang baik antara *principal* dan *agen* adalah kontrak kerja yang harus dipenuhi oleh *principal* dalam mengelola aset yang diinvestasikan, serta mekanisme pembagian keuntungan sesuai dengan keuntungan, imbal balik, dan risiko yang telah disepakati keduanya. Hubungan keagenan merupakan keadaan dimana kegiatannya terpisah dari kepemilikan investor dan dari kendali manajemen [27]. Manajer mengutamakan kepentingan pribadi karena investor tidak mengutamakan kepentingan pribadi dan akan menurunkan keuntungan perusahaan serta berdampak pada harga saham, yang akan menyebabkan adanya penurunan nilai perusahaan. Konflik keagenan dapat diminimalisir dengan sistem tata kelola perusahaan yang baik, salah satunya adalah kepemilikan manajemen. Kepemilikan manajemen mendorong manajer untuk bekerja secara efektif dalam pengelolaan dan pengambilan kebijakan perusahaan, dengan mengutamakan nilai perusahaan yang maksimal [28].

Teori sinyal menjelaskan bahwa kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi, akan memberikan sinyal positif kepada investor. Isyarat atau signal merupakan sebuah langkah manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor terkait nilai prospek dari perusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian sinyal juga dapat digunakan oleh pihak manajer dalam meminimalisasi adanya asimetri informasi [29]. Perusahaan yang dapat menjaga kestabilan peningkatan laba, maka akan memberikan sinyal positif kepada investor terkait kinerja perusahaan. Apabila laba perusahaan meningkat, maka dapat menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Teori ini juga menyatakan bahwa informasi apapun yang terjadi terkait kondisi saham suatu perusahaan akan selalu memberi efek bagi pihak yang menerima sinyal.

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh [30] dengan penelitian ini yakni variabel moderasi, proksi yang digunakan dan objek penelitian. Pada penelitian terdahulu tidak menggunakan variabel moderasi, nilai perusahaan diukur menggunakan *ratio Tobin Q*, sedangkan objek penelitian yaitu perusahaan sub sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2017. Sedangkan dalam penelitian ini kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi, nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value (PBV)* dan objek yang digunakan yaitu perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Pemilihan perusahaan *consumer goods* sebagai sampel penelitian dikarenakan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah produk yang dibutuhkan setiap orang atau memiliki sifat konsumtif, oleh karena itu banyak investor yang menjadikan perusahaan *consumer goods* sebagai pilihan untuk berinvestasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel independen adalah CSR dan Profitabilitas, variabel dependen adalah nilai perusahaan dan variabel moderasinya adalah kepemilikan manajerial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui apakah peran kepemilikan manajerial dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, untuk mengetahui apakah peran kepemilikan manajerial dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS



Gambar 1. Kerangka konseptual

Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan

Teori yang menghubungkan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada penelitian ini adalah Teori Legitimasi menjelaskan tentang hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat sekitar dimana perusahaan tersebut beroperasi. Dalam teori legitimasi suatu perusahaan memiliki relasi sosial yang erat karena keduanya terikat dalam suatu kontrak sosial antara perusahaan dengan para pemangku kepentingan [31]; [32]. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap para stakeholder salah satunya adalah masyarakat. Perusahaan harus melaksanakan serta mengungkapkan kegiatan CSR sebanyak-banyaknya agar masyarakat dapat menerima kegiatan perusahaan. pelaksanaan CSR akan menguntungkan perusahaan yaitu konsumen akan semakin menyukai produk perusahaan, yang akan meningkatkan citra perusahaan yang baik [33]; [34]. Pertumbuhan nilai perusahaan yang berkelanjutan terjamin apabila perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan, dan masyarakat. Implementasi CSR merupakan bentuk tanggung jawab serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar [35]. Penelitian yang dilakukan oleh [36] menemukan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pemaparan tersebut disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan. profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan sehingga dapat memberikan informasi terkait tingkat efektivitas manajemen perusahaan [37]. Prospek perusahaan dimasa mendatang akan dinilai baik apabila pertumbuhan profitabilitasnya semakin baik karena profitabilitas merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya dalam jangka panjang. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi, karena profitabilitas sering digunakan sebagai acuan oleh investor untuk melihat nilai perusahaan. pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan ROE. Penelitian yang dilakukan [38] menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang diukur menggunakan ROE, maka kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari laba ekuitas juga semakin tinggi, sehingga prospek perusahaan di masa mendatang semakin baik yang juga mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan [39]. Penelitian oleh [40] menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal ini dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Profitabilitas* Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Peran Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Agency Theory merupakan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak yang mana satu atau lebih principal (Pemegang saham) menggunakan orang lain atau agen (manajer) yang diberi kekuasaan dan tanggung jawab untuk mengambil keputusan dalam pengelolaan sumber daya [41]; [42]. Kepemilikan manajerial seringkali dilihat sebagai kemungkinan adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Perlunya pengendalian yang bisa menyelaraskan kepentingan manajemen dan stakeholder. Seorang manajer merupakan pemegang saham tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan maka nilai kekayaan sebagai pemegang saham pun semakin meningkat [43]. Adanya kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan menjadikan manajemen berusaha untuk meningkatkan nilai perusahaan. Apabila nilai perusahaan meningkat maka dapat menarik investor untuk berinvestasi. Apabila semakin tinggi nilai kepemilikan manajerial maka akan membuat pengawasan pada perusahaan semakin ketat, sehingga manajer perusahaan lebih cenderung mengungkapkan informasi sosial tentang kegiatan CSR yang sudah dilaksanakan dan bisa menjadi menjadi lebih baik karena itu manajer akan berperilaku etis dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan [44]. Penelitian yang dilakukan oleh [45] menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial memoderasi CSR dan nilai perusahaan. Maka dikembangkan hipotesis sebagai berikut :

H3 : Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Peran Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Besarnya tingkat kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan dapat meningkatkan motivasi untuk memajukan perusahaan. Sehingga dalam mengambil kebijakan manajer harus lebih berhati-hati ketika mengambil kebijakan, karena manajer harus menanggung langsung seluruh konsekuensi kesejahteraan dari setiap keputusan atau tindakan yang telah diambil. Dengan demikian, kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap rasio kinerja keuangan (profitabilitas) dalam meningkatkan perusahaan. Profitabilitas merupakan indikator dalam penilaian prestasi perusahaan dan sangat penting bagi suatu perusahaan karena profitabilitas dapat menunjukkan baik dan tidaknya prospek perusahaan di masa mendatang. Perusahaan yang dapat memperoleh profit atau keuntungan tinggi akan menarik perhatian investor untuk berinvestasi. Penelitian yang dilakukan oleh Maulana, menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan, berdasarkan hal ini maka dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H4 : Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

II. METODE

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini metode yang digunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berhubungan dengan data numerik yang diolah dengan menggunakan metode statistik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan sebab akibat atau pengaruh dari variabel-variabel yang digunakan yaitu CSR dan profitabilitas sebagai variabel independen, dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor barang konsumsi yang terdapat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* (teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu). Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi inti yang dipilih dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022 dengan kriteria sebagai berikut :

Tabel 1. Kriteria pengambilan sampel

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan <i>Consumer Goods</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022	53
2.	Perusahaan <i>Consumer Goods</i> yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> yang berakhir pada 31-12-2022.	(28)
3.	Perusahaan <i>Consumer Goods</i> yang tidak mengungkapkan <i>Corporate Sosial Responsibility (CSR)</i> selama periode penelitian.	(4)
4.	Perusahaan <i>Consumer Goods</i> yang mengalami kerugian selama tahun 2019-2022	(7)
Perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian		14
Total Sampel Penelitian (14 perusahaan x 4 periode selama 2019-2022)		56

Sumber Data

Sumber data penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder merupakan data yang tidak didapatkan peneliti secara langsung. Data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan barang konsumsi yang terdapat di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Sumber data penelitian ini diperoleh dari www.idx.co.id

Definisi Operasional

a. *Corporate Social Responsibility Disclosure (X1)*

Corporate Social Responsibility Disclosure menjadi dasar bahwa perusahaan tidak lagi mempunyai tanggung jawab yang hanya bertumpu pada nilai perusahaan (*corporate value*) dalam kondisi keuangannya tetapi juga harus bertanggung jawab secara sosial [46]. Perusahaan yang mengungkapkan CSR secara optimal dan berkelanjutan mampu memicu peningkatan nilai perusahaan [47]. Oleh karena itu, penerapan CSR diperusahaan menjadi sangat penting.

$$CSR = \frac{n}{k}$$

Sumber : [48]

Keterangan :

CSR D : CSR Disclosure

N : Jumlah item pengungkapan CSR yang terpenuhi

k : Jumlah semua item CSR

b. Profitabilitas (X2)

Profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu serta dapat memberikan informasi terkait tingkat efektivitas kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan suatu perusahaan. Rasio yang digunakan adalah ROE (Return on Equity)

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber : [49]

c. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan merupakan gambaran yang dapat menunjukkan terkait kondisi yang telah dicapai perusahaan. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diwakili oleh PBV (*Price to Book Value*). PBV merupakan rasio yang dijadikan untuk menggambarkan besar kecilnya pasar dalam mengevaluasi nilai buku suatu saham perusahaan. PBV yang tinggi mencerminkan nilai buku aset operasi bersih yang lebih rendah. PBV juga memiliki keunggulan yaitu nilai buku memiliki sifat yang relatif stabil dan dapat digunakan untuk menghitung *earnings* perusahaan yang negatif. Peningkatan PBV juga menunjukkan pertumbuhan laba bagi pemegang saham. PBV diukur dengan membandingkan harga saham terhadap nilai buku suatu perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Sumber : [50]

d. Kepemilikan Manajerial (Z)

Kepemilikan manajemen merupakan bagian dari kepemilikan saham manajemen (direksi serta komite) yang berperan aktif dalam pengambilan keputusan perusahaan. Kepemilikan saham manajerial juga membantu menyatukan kepentingan manajer dan pemegang saham.

$$KM = \frac{\text{Saham yang dimiliki manajer}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

Sumber : [51]

Tabel 2. Indikator variabel

Variabel Penelitian	Simbol	Skala	Cara Pengukuran
<i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (X1)	CSR D	Rasio	$\frac{n}{k}$
Profitabilitas (X2)	ROE	Rasio	$\frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$
Nilai Perusahaan (Y)	PBV	Rasio	$\frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$
Kepemilikan Manajerial (Z)	KM	Rasio	$\frac{\text{Saham yang dimiliki manajer}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif digunakan sebagai penguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penggunaan angka dan perhitungan statistic dalam menganalisis suatu hipotesis merupakan bentuk analisis data kuantitatif dan diperlukan sejumlah alat analisis. Data kuantitatif diolah dan di analisis dengan menggunakan statistic dan dibantu dengan aplikasi *Statistical Program for Sosial Science* (SPSS) versi 26. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum melakukan analisis regresi sederhana untuk mendapatkan hasil yang akurat. Terdapat 4 uji normalitas yang

dilakukan, yakni uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas. Metode statistik untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda dengan *Moderated Regression Analysis (MRA)*.

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan uji parsial (uji-t) dimana memiliki tujuan dalam melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila t tabel lebih besar dari t hitung, maka variabel dependen berpengaruh signifikan terhadap variabel independen, dan sebaliknya

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Data penelitian diambil dari laporan tahunan pada halaman komposisi pemegang saham dan laporan Keuangan pada perusahaan consumer goods yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) di periode 2019-2022. Dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi, nilai perusahaan sebagai variabel dependen, dan variabel independen antara lain CSR dan Profitabilitas. Total perusahaan yang diobservasi berjumlah 14 perusahaan, sehingga jumlah data 14×4 tahun = 56 data.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan sebuah gambaran atau deskripsi sebuah data yang dilihat dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Hasil uji statistik deskriptif SPSS V.26 ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	56	252.00	303.00	521.16	502.49
ROE	56	2935.00	6227.00	1539.17	12512.147
Nilai Perusahaan	56	1347.00	74758.00	2357.32	17807.573
Kep. Manajerial	56	.00	9212.00	970.05	2424.762
Valid N (listwise)	56				

Tabel 3 menjelaskan bahwa variabel CSR (X1) menunjukkan pengukuran variabel N sebanyak 56 memiliki nilai rata-rata sebesar 521,16 dan std. deviasi sebesar 502,49. Profitabilitas dengan proksi ROE (X2) menunjukkan pengukuran variabel N sebanyak 56 memiliki nilai rata-rata sebesar 1539,17 dan std. deviasi sebesar 12512,147. Nilai perusahaan dengan proksi PBV (Y) menunjukkan pengukuran variabel N sebanyak 56 memiliki nilai rata-rata sebesar 2357,32 dan std. deviasi sebesar 17807,573. Kepemilikan manajerial (Z) menunjukkan pengukuran variabel N sebanyak 56 memiliki nilai rata-rata sebesar 970,05 dan std. deviasi sebesar 2424,762.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui nilai sebaran data pada sebuah kelompok data berdistribusikan normal ataukah tidak. Dilakukan dengan menggunakan grafik kolmogrov-smirnov dengan tingkat signifikan 0,05. Berikut hasil uji normalitas menggunakan SPSS V.26 pada gambar berikut.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.0000003
	Std. Deviation	16970.8089
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.106
	Negative	-.086
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed)		.180 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 2, hasil uji normalitas memiliki nilai koefisien nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,180 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Maka semua variabel independen berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas yaitu untuk mengetahui apakah terdapat interkolerasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Dilakukan dengan menggunakan metode tolerance dan VIF. Dengan model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkolerasi antar variabel independen. Multikolinieritas tidak terjadi jika nilai tolerance lebih besar dari $> 0,10$ dan nilai VIF berturut-turut lebih kecil dari 10,00. Berikut hasil uji Multikolinieritas menggunakan SPSS V.26 pada gambar berikut :

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.872	1.146
	ROE	.962	1.040
	Kep. Manajerial	.885	1.130

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

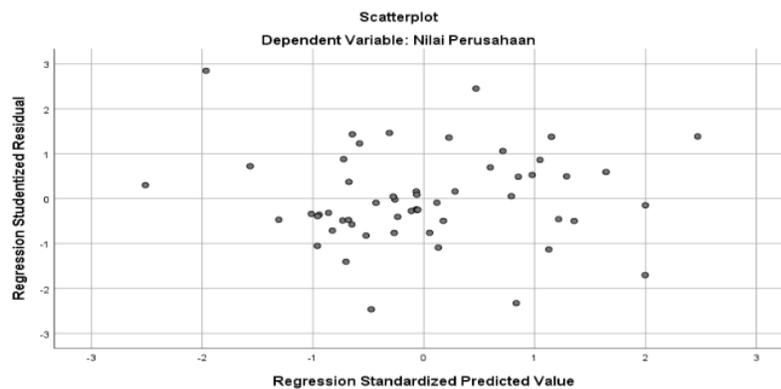
Gambar 3. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan tabel 4 hasil uji multikolinieritas nilai tolerance $X_1 = 0,872$, $X_2 = 0,962$ secara simultan lebih besar dari $> 0,10$ dan nilai VIF $X_1 = 1,146$, $X_2 = 1,040$ lebih kecil dari $< 10,00$. Maka semua variabel Independen tidak terjadi Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual antara satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Cara mengetahui terdapat atau tidaknya masalah heteroskedastisitas bisa diketahui pada pola scatterplot. Suatu model tidak terjadi heteroskedastisitas jika:

- 1) Sebaran titik-titik berada diatas dan dibawah atau sekitar angka 0.
- 2) Titik-titik tidak mengumpul hanya dibawah saja atau diatas saja.
- 3) Sebaran titik-titik tidak berbentuk sebuah pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel 5, hasil uji Heteroskedastisitas pada gambar Scatterplot diatas. Sebaran titik-titik tidak berkumpul pada sumbu 0, tidak membentuk pola, dan menyebar secara keseluruhan, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar residual pada suatu observasi. Menggunakan Durbin Watson :

- 1) Jika $d < dL$ atau $d > 4 - dL$ maka hipotesis ditolak, artinya terdapat autokorelasi
- 2) Jika $dU < d < 4 - dU$ maka hipotesis diterima, artinya tidak terdapat autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.156 ^a	.024	-.033	16461.4781	1.842

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, ROE, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Gambar 5. Uji Autokorelasi

Dengan hasil nilai :

d	=	1,842
dL	=	1,4581
dU	=	1,6830
4 - dL	=	2,5419
4 - dU	=	2,317

Berdasarkan tabel 5, hasil uji Autokorelasi $1,6830 < 1,842 < 2,317$ maka hipotesis diterima yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

a. Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil Regresi Linier Berganda menggunakan SPSS V.26.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1723.671	440.679		3.910	.000
	CSR	-.434.260	464.474	-.012	-.094	.926
	ROE	4.269	1.865	.300	2.289	.026

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Gambar 6. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil persamaan diatas dapat diartikan bahwa :

- 1) Konstanta (a) memiliki nilai 1723.671 yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai Perusahaan memiliki nilai 1723.671 jika variabel bebasnya 0
- 2) Jika variabel bebas lainnya tetap dan koefisien regresi pada variabel (X1) sebesar 434,260, maka (Y) akan bertambah sebesar 434,260 jika (X1) bertambah satu satuan.
- 3) Koefisien regresi pada (X2) sama dengan 4,269, yang menunjukkan bahwa jika (X3) meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel independen lainnya tetap stabil, maka (Y) juga akan meningkat sebesar 4,269.

b. Uji Parsial (T)

Uji Parsial (T) bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial (sendiri) yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan nilai T tabel = 2,005. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai sig 0,05 atau T hitung > T tabel, maka ada perbedaan antara variabel X dan variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau T hitung < T tabel maka tidak ada hubungan antara variabel X dengan variabel Y.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1723.671	440.679		3.910	.000
	CSR	-434.260	464.474	-.012	-.094	.926
	ROE	4.269	1.865	.300	2.289	.028

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Gambar 7. Uji Parsial (T)

Hasil persamaan diatas dapat diartikan bahwa :

1. Nilai uji parsial X1 $0,926 > 0,05$ dan $0,094 < 2,00575$ maka X1 tidak berpengaruh pada variabel Y
2. Nilai uji parsial X2 $0,028 < 0,05$ dan $2,2289 > 2,00575$ maka X2 berpengaruh positif signifikan pada variabel Y

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Profitabilitas yang diukur ROE memiliki dampak positif yang besar terhadap nilai perusahaan, meskipun CSR memiliki dampak negative secara parsial.

c. Koefisien Determinasi (R)

Koefisien Determinasi (Adjusted R Square) bertujuan untuk menentukan presentase pengaruh variabel terhadap variabel dependen. Jika adjusted R Square nol, maka variabel independen tidak dapat mengungkapkan variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai adjusted R2 mendekati 1, maka variabel independen mampu menjelaskan variabel independen. Berikut hasil koefisien determinasi menggunakan SPSS V.26.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	1	.156 ^a	.024	.033	16461.4781

a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Manajerial, ROE, CSR
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Gambar 8. Uji Koefisien Determinasi

Temuan pada gambar 8 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh sebesar 2,4% dan faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini menyumbang 97,6% sisanya dari penjelasan, dengan nilai koefisien determinasi 0,156 dan R square sebesar 0,024 atau 2,4%. Hal ini berarti perubahan nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen sebesar 2,4% dan 97,6% diengaruhi oleh variabel lain di luar model.

Analisis Regresi Moderasi

Regresi moderasi dapat dilakukan dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus regresi.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1665.586	4697.748		3.545	.001
	CSR	-636.360	473.083	-.018	-.134	.894
	ROE	4.825	2.154	.339	2.240	.028
	Kep. Manajerial	2.383	3.715	.324	.641	.524
	CSR*Kep. Manajerial	2.184.5	.000	.166	.533	.596
	ROE*Kep. Manajerial	-1.091.8	.000	-.164	-.527	.601

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Gambar 9. Hasil Regresi Moderasi

Berdasarkan tabel 9 maka terbentuk persamaan moderated regression analysis sebagai berikut :

$$Y = 1665,586 + 636,360(X1) - 4,825(X2) + 2,383(M) + 2,184,5(X1 * M) - 1,091,8(X2 * M) + e$$

Berdasarkan hasil tersebut persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (a) sebesar 1665,586 yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel moderasi. Nilai Perusahaan memiliki nilai 1665,586 jika variabel bebasnya 0.
2. Variabel (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 636,360 artinya jika (X1) meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel bebas lainnya tetap stabil, maka (Y) juga akan meningkat sebesar 636,360.
3. Koefisien regresi pada (X2) sama dengan 4,825, yang menunjukkan bahwa jika (X2) meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel independen lainnya tetap stabil, maka (Y) juga akan meningkat sebesar 4,825.
4. Koefisien regresi moderat (M) sebesar 2,383 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel moderasi mengakibatkan peningkatan (Y) sebesar 2,383 satu satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan dan koefisien regresi dari variabel M.
5. Koefisien regresi moderat (X1*M) sebesar 2,184,5 menunjukkan bahwa CSR dengan kepemilikan manajerial mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan 2,184,5 satuan dengan asumsi variabel lainnya konstan dan koefisien regresi dari variabel (X1*M).
6. Koefisien regresi moderat (X2*M) sebesar 1,091,8 menunjukkan bahwa jika ROE dengan kepemilikan manajerial meningkat sebesar satu satuan sedangkan variabel bebas lainnya tetap stabil, maka (Y) juga akan meningkat sebesar 1,091,8.

a. Uji Parsial (T)

1. Nilai uji parsial X1 $0,894 > 0,05$ dan $0,134 < 2,00575$ maka X1 tidak berpengaruh pada variabel Y
2. Nilai uji parsial X2 $0,028 < 0,05$ dan $2,240 > 2,00575$ maka X2 berpengaruh positif signifikan pada variabel Y
3. Nilai uji parsial X1*M $0,596 > 0,05$ dan $0,533 < 2,00575$ maka kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
4. Nilai uji parsial X2*M $0,601 > 0,05$ dan $0,527 < 2,00575$ maka kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap Nilai perusahaan

Hasil dari pengujian variabel CSR tidak mendukung hipotesis yang pertama (H1) yang dimana terdapat adanya pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. dari hasil uji yang dilakukan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar $0,134 < 2,00575$ yang artinya jika terdapat kenaikan 1 satuan dari CSR maka nilai perusahaan akan menurun 0,134. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,894 > 0,05$ maka H1 ditolak yang artinya CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan banyak perusahaan yang masih kurang peduli terhadap kondisi lingkungan sekitar. Temuan penelitian ini tidak menguatkan penelitian [52] yang tidak menemukan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan [53] yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan SR tidak sepenuhnya berhasil menjadi media penilaian investor untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan. Hasil ini juga tidak mampu mendukung teori legitimasi yang menyebutkan bahwa keberpihakan perusahaan terhadap lingkungan sosialnya dalam pengelolaan perusahaan, akan direspon baik oleh pasar dan menjamin keberlangsungan perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian variabel Profitabilitas mendukung Hipotesis yang kedua (H2) yang dimana terdapat pengaruh variabel Profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut ditandai dengan koefisien regresi yang dihasilkan sebesar $2,240 > 2,00575$ yang artinya setiap kenaikan profitabilitas sebesar 1 satuan maka akan diikuti kenaikan nilai perusahaan sebesar 2,240. Profitabilitas dengan menggunakan proksi ROE sebagai variabel penelitian berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,028 < 0,05$ yang maka H2 diterima yang artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan atau *return* modal juga semakin tinggi. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan [54] yang mana hasil penelitiannya menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian [55] yang menyatakan Profitabilitas dengan menggunakan proksi ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki kemampuan tinggi dalam menghasilkan laba melalui penggunaan aset dapat memiliki kas yang lebih besar. Pada dasarnya dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba bersih dari hasil penjualan dan mengukur kemampuan manajemen perusahaan dalam menjalankan setiap kegiatan operasionalnya dengan meminimalkan beban perusahaan

dan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga investor juga lebih tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan.

Peran Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis penelitian ketiga (H3) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dari hasil yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien regresi $0,533 < 2,00575$. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,596 > 0,05$ maka H3 ditolak yang artinya kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa kepemilikan manajerial tidak dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian dalam hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Namun sejalan dengan penelitian yang dilakukan [56] yang menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Saat manajemen mempunyai saham yang rendah di perusahaan, maka masalah keagenan muncul. Munculnya masalah keagenan, manajemen terpaksa untuk berbuat demi keinginannya dan bukannya memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan demikian, kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

Peran Kepemilikan Manajerial Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Hasil dari pengujian menyatakan

Hipotesis penelitian keempat (H4) menyatakan bahwa kepemilikan manajerial mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dari hasil uji yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien regresi $0,527 < 2,00575$. Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi $0,601 > 0,05$ maka H4 ditolak yang artinya kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena besar kecilnya presentase kepemilikan manajerial berdampak pada kewenangan yang dimiliki pihak manajemen terbatas sehingga keputusan dalam pengelolaan perusahaan sebagai besar akan diambil alih oleh pemegang saham. Hal ini menimbulkan konflik keagenan dimana manajemen terpaksa berbuat demi keuntungan secara pribadi para pemegang saham. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan [57] menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Kebijakan untuk memaksimalkan profit akan menguntungkan bagi manajer maupun investor. Investor akan lebih tertarik apabila tercapai profit maksimal, dan arena dalam penelitian ini kepemilikan manajerial minim, membuat perannya nampak tidak berpengaruh.

IV. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki dampak kepemilikan manajerial memoderasi pengaruh CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI dari tahun 2019-2022 dan menyajikan bukti empiris yang mendukung klaim tersebut. CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Hal ini disebabkan banyak perusahaan yang masih kurang peduli terhadap kondisi lingkungan sekitar. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Dapat diartikan bahwa perusahaan akan menerapkan profitabilitasnya tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi atau memperlemah hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Ketika nilai kepemilikan manajerial tinggi, maka tidak akan memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2019-2022. Hal ini disebabkan apabila nilai kepemilikan manajerial tinggi, maka tidak akan memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan..

V. SARAN

Beberapa rekomendasi untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi dalam hubungan CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan., Menggunakan sampel penelitian dari beberapa sektor perusahaan yang terdapat di BEI, agar hasil penelitian dapat dijadikan bahan rujukan perbandingan

hasil penelitian. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan ada beberapa variabel lain yang bisa ditambahkan diantaranya: variabel ukuran perusahaan, dan kepemilikan institusional. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan tahun pengamatan yang lebih panjang dan keterbaharuan data.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih terutama kepada Tuhan YME karena atas Ridho-Nya peneliti mampu menyelesaikan artikel ilmiah ini. Kepada pihak terkait yang sudah membantu dalam pembuatan penulisan artikel penelitian ini. Kepada dosen pembimbing Ibu Dr.Hadiyah Fitriyah, SE., M.Si yang telah membimbing dan memberikan motivasi selama penyusunan artikel ini. Kepada teman-temanku dan terutama kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan do'a serta teman-teman yang telah membantu dan mendukung proses penelitian yang telah dilakukan. Semoga artikel ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan dapat dijadikan sumber informasi sebagai bahan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lain

REFERENSI

- [1] N. Dewi, Linda Safitri; Abundanti, "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan," *E-Jurnal Manaj.*, Vol. 8, No. 10, Pp. 6099–6118, 2019.
- [2] B. Trisnadewi, Ayu Erna; Amlayasa, "Open Access Corporate Values : The Role Of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership And Profitability In Indonesia," No. 7, Pp. 279–287, 2020.
- [3] C. Nuswandari, S. Sunarto, And A. Jannah, "Corporate Social Responsibility Moderated The Effect Of Liquidity And Profitability On The Firm Value," Vol. 86, No. Icobame 2018, Pp. 87–90, 2019.
- [4] B. Trisnadewi, Ayu Erna; Amlayasa, "Open Access Corporate Values : The Role Of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership And Profitability In Indonesia," No. 7, Pp. 279–287, 2020.
- [5] I. D. A. Ratih And I. G. A. E. Damayanthi, "Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Pemoderasi," *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, Vol. 14, 2016.
- [6] Heder And M. P. Priyadi, "Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi," *J. Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuang. Publik*, Vol. 6, No. 2, P. 115, 2017, Doi: 10.25105/Jipak.V6i2.4486.
- [7] A. R. Ramadhani, I. G. A. Purnamawati, And E. Sujana, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas," Vol. 7, No. 1, 2017.
- [8] S. Ramadhiani, P. S. Akuntansi, And U. Muhammadiyah, "Pengaruh Tax Avoidance, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating(Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2018)," *Int. J. Hum. Comput. Stud.*, Vol. 03, No. 2 March-April2021, 2018.
- [9] E. Sugiyanto And R. Trisnawati, "Corporate Social Responsibility And Firm Value With Profitability , Firm Size , Managerial Ownership , And Board Of Commissioners As Moderating Variables," *Ris. Akunt. Dan Keuang. Indones.*, Vol. 6, 2021.
- [10] Z. Machmuddah, D. W. Sari, And S. D. Utomo, "Corporate Social Responsibility , Profitability And Firm Value : Evidence From Indonesia," Vol. 7, No. 9, Pp. 631–638, 2020, Doi: 10.13106/Jafeb.2020. Vol7. No9.631.
- [11] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating," *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [12] Z. Machmuddah, D. W. Sari, And S. D. Utomo, "Corporate Social Responsibility , Profitability And Firm Value : Evidence From Indonesia," Vol. 7, No. 9, Pp. 631–638, 2020, Doi: 10.13106/Jafeb.2020. Vol7. No9.631.
- [13] F. Wajdi, S. Mayangsari, M. Ownership, And F. Value, "The Role Of Csr To Influence The Relationship Between Institutional Ownership And Managerial Ownership On Firm Value," Pp. 152–162, 2019.
- [14] C. Nuswandari, S. Sunarto, And A. Jannah, "Corporate Social Responsibility Moderated The Effect Of Liquidity And Profitability On The Firm Value," Vol. 86, No. Icobame 2018, Pp. 87–90, 2019.
- [15] D. Cahyaningrum, "Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)," Vol. 2, Pp. 151–169, 2021.
- [16] A. Tri, S. Meha, J. Akuntansi, S. Tinggi, And I. Ekonomi, "Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating," *J. Pajak Dan Keuang. Negara*, 2021.
- [17] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, "Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

- Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [18] Z. Putri And Budiyanto, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Manaj.*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1–16, 2018.
- [19] Heder And M. P. Priyadi, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi,” *J. Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuang. Publik*, Vol. 6, No. 2, P. 115, 2017, Doi: 10.25105/Jipak.V6i2.4486.
- [20] A. R. Ramadhani, I. G. A. Purnamawati, And E. Sujana, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas,” Vol. 7, No. 1, 2017.
- [21] E. Sugiyanto And R. Trisnawati, “Corporate Social Responsibility And Firm Value With Profitability , Firm Size , Managerial Ownership , And Board Of Commissioners As Moderating Variables,” *Ris. Akunt. Dan Keuang. Indones.*, Vol. 6, 2021.
- [22] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [23] D. Cahyaningrum, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019),” Vol. 2, Pp. 151–169, 2021.
- [24] F. Wajdi, S. Mayangsari, M. Ownership, And F. Value, “The Role Of Csr To Influence The Relationship Between Institutional Ownership And Managerial Ownership On Firm Value,” Pp. 152–162, 2019.
- [25] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [26] Heder And M. P. Priyadi, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi,” *J. Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuang. Publik*, Vol. 6, No. 2, P. 115, 2017, Doi: 10.25105/Jipak.V6i2.4486.
- [27] Heder And M. P. Priyadi, “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi,” *J. Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuang. Publik*, Vol. 6, No. 2, P. 115, 2017, Doi: 10.25105/Jipak.V6i2.4486.
- [28] S. N. Fahrida And M. P. Priyadi, “Peran Kepemilikan Manajerial Sebagai Moderasi Pengaruh,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 10, 2021.
- [29] B. Bachrudin And S. Ngumar, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage , Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 6, No. April, 2017.
- [30] D. F. Borneo, “Pengaruh Pengungkapan Coorporate Social Responsibility (Csr) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada perusahaan sub sektor pertambangan yang terdaftar di BEI periode 2015-2017),” vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2019.
- [31] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.*, Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [32] D. Cahyaningrum, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019),” Vol. 2, Pp. 151–169, 2021
- [33] Z. Machmuddah, D. W. Sari, And S. D. Utomo, “Corporate Social Responsibility , Profitability And Firm Value : Evidence From Indonesia,” Vol.7, No.9, Pp. 631–638, 2020, Doi: 10.13106/Jafeb.2020.Vol7.No9.631.
- [34] D. Cahyaningrum, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019),” Vol. 2, Pp. 151–169, 2021.
- [35] E. Sugiyanto And R. Trisnawati, “Corporate Social Responsibility And Firm Value With Profitability , Firm Size , Managerial Ownership , And Board Of Commissioners As Moderating Variables,” *Ris. Akunt. Dan Keuang. Indones.*, Vol. 6, 2021.
- [36] Z. Putri And Budiyanto, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Manaj.*, Vol.7, No. 3, Pp. 1–16, 2018.
- [37] N. Mubyarto, “The Influence Of Profitability On Firm Value With Capital Structure As The Mediator,” *J. Econ.*, Vol. 16, No. 2, Pp. 184–199, 2020, Doi: 10.21831/Economia.V16i2.30405.
- [38] B. Trisnadewi, Ayu Erna; Amlayasa, “Open Access Corporate Values : The Role Of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership And Profitability In Indonesia,” No. 7, Pp. 279–287, 2020.
- [39] R. Wijaya, “Analisis Perkembangan Return On Assets (Roa) Dan Return On Equity (Roe) Untuk Mengukur

- Kinerja Keuangan,” *J. Ilmu Manaj.*, Vol. 9, No. 1, P. 40, 2019, Doi: 10.32502/Jimn.V9i1.2115.
- [40] B. Trisnadewi, Ayu Erna; Amlayasa, “Open Access Corporate Values : The Role Of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership And Profitability In Indonesia,” No. 7, Pp. 279–287, 2020.
- [41] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.* , Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [42] M. S. D. Anggraeni N. R., “Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Trisakti Email : Novira.Rosita@gmail.Com Kata Kunci : Perencanaan Pajak , Kepemilikan Perusahaan , Profitabilitas , Nilai Perusahaan , Transparansi,” Vol. 1, No. 1, Pp. 1–10, 2020.
- [43] E. Sugiyanto And R. Trisnawati, “Corporate Social Responsibility And Firm Value With Profitability , Firm Size , Managerial Ownership , And Board Of Commissioners As Moderating Variables,” *Ris. Akunt. Dan Keuang. Indones.*, Vol. 6, 2021.
- [44] D. Cahyaningrum, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019),” Vol. 2, Pp. 151–169, 2021.
- [45] F. I. K. A. Wulandari, “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi,” 2016.
- [46] B. Trisnadewi, Ayu Erna; Amlayasa, “Open Access Corporate Values : The Role Of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership And Profitability In Indonesia,” No. 7, Pp. 279–287, 2020.
- [47] Z. Machmuddah, D. W. Sari, And S. D. Utomo, “Corporate Social Responsibility , Profitability And Firm Value : Evidence From Indonesia,” Vol.7, No. 9, Pp. 631–638, 2020, Doi: 10.13106/Jafeb.2020.Vol7.No9.631.
- [48] A. R. Ramadhani, I. G. A. Purnamawati, And E. Sujana, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas,” Vol. 7, No. 1, 2017.
- [49] D. Hapsoro And R. D. Sulistyarini, “The Effect Of Profitability And Liquidity On Csr Disclosure And Its Implication To Economic Consequences,” *Indones. Account. Rev.*, Vol. 9, No. 2, Pp. 143–154, 2019, Doi: 10.14414/Tiar.V9i2.1730.
- [50] Yulianto And Widayarsi, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan,” *J. Paradig. Akunt.*, Vol. 3, No. 3, P. 975, 2020, Doi: 10.24912/Jpa.V3i3.14879.
- [51] S. Ramadhiani, P. S. Akuntansi, And U. Muhammadiyah, “Pengaruh Tax Avoidance, Leverage, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2016-2018),” *Int. J. Hum. Comput. Stud.*, Vol. 03, No. 2 March-April 2021, 2018.
- [52] N. A. Rahmadhani And L. Ardini, “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Akunt.* , Vol. 7, No. 6, Pp. 1–18, 2018.
- [53] F. Wajdi, S. Mayangsari, M. Ownership, And F. Value, “The Role Of Csr To Influence The Relationship Between Institutional Ownership And Managerial Ownership On Firm Value,” Pp. 152–162, 2019.
- [54] I. D. A. Ratih And I. G. A. E. Damayanthi, “Kepemilikan Manajerial Dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Pemoderasi,” *E-Jurnal Akunt. Univ. Udayana*, Vol. 14, 2016.
- [55] B. Trisnadewi, Ayu Erna; Amlayasa, “Open Access Corporate Values : The Role Of Corporate Social Responsibility , Managerial Ownership And Profitability In Indonesia,” No. 7, Pp. 279–287, 2020.
- [56] Z. Putri And Budiyanto, “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating,” *J. Ilmu Dan Ris. Manaj.*, Vol. 7, No. 3, Pp. 1–16, 2018.
- [57] N. I. Amni And Y. Nustini, “Peran Variabel Moderasi Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan,” *Proceeding Natl. Conf. Account. Financ.*, Vol. 6, Pp. 149–160, 2024.

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.

Artikel Alfia Andriyani

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

12%

INTERNET SOURCES

13%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Universitas Muhammadiyah
Sidoarjo

Student Paper

12%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%