

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) dalam suatu perseroan adalah profitabilitas. Dalam konteks ini profitabilitas berarti hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atau dana yang diinvestasikan pemilik perusahaan. Tujuan jangka panjang dari dibentuknya suatu perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang saham (Wiagustini, 2013: 188).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri (Agus Sartono, 2012:122). Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016:382).

Perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa datang. Semakin tinggi angka profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan. Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai

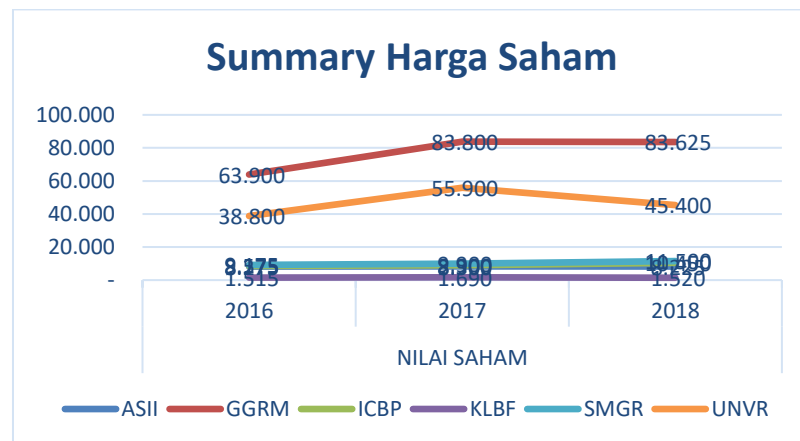
perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan.

Berbagai kebijakan yang diambil manajemen dalam upaya untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik dan para pemegang saham yang tercermin pada harga saham. Sehingga, dari konsisi tersebut investor akan berkepentingan dengan menganalisis nilai perusahaan, sebab analisis nilai perusahaan akan memberikan kebermanfaatan informasi kepada investor dalam menilai prospek perusahaan dimasa mendatang dalam meningkatkan laba.

Optimalisasi nilai perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana suatu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan (Fama dan Fench, 1998 dalam Wijaya, 2010:3). Manajer perusahaan memiliki tugas dan kewajiban untuk membuat suatu keputusan dan kebijakan dalam pencapaian tujuan perusahaan.

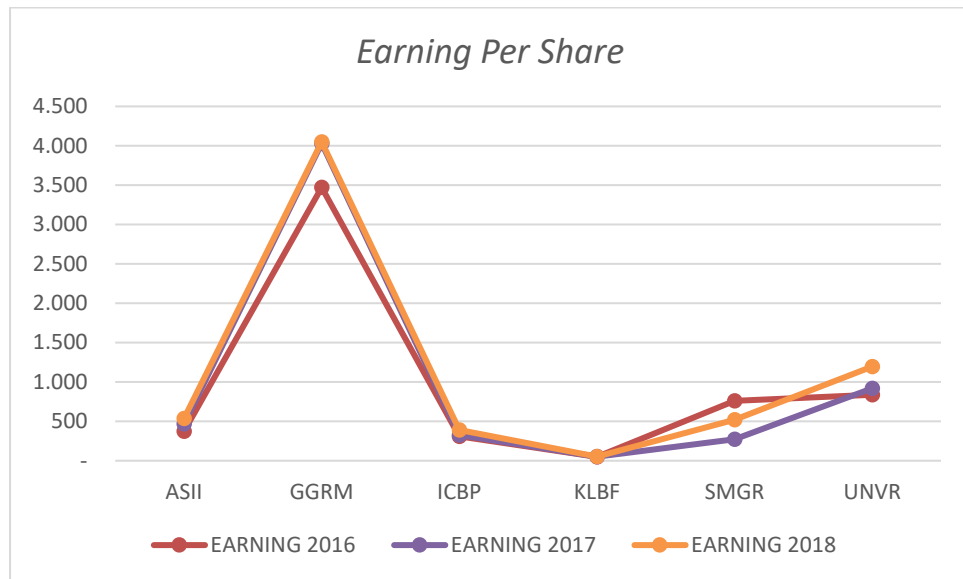
Nilai perusahaan adalah suatu keadaan tertentu yang telah diraih perusahaan dimana menggambarkan persepsi investor terhadap kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan melalui serangkaian proses pelaksanaan fungsi manajemen. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan prestasi kinerja yang baik sehingga menjadi keinginan para pemiliknya. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2013:188). Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan di pasar modal, maka menunjukkan semakin tingginya kekayaan pemilik perusahaan.

Grafik 1.1 menunjukkan grafik harga saham perusahaan manufaktur dari tahun 2016 hingga 2018. Sedangkan grafik 1.2 menunjukkan grafik *earning per share* (EPS) atau laba per saham perusahaan periode 2016-2018. Dari kedua grafik tersebut, dapat dilihat bahwa harga saham dan EPS perusahaan mengalami fluktuatif nilai. EPS yang dihasilkan ASII di tahun 2016 senilai 374 8.275 dengan harga saham penutupan senilai 8.275. Di tahun 2017 EPS ASII naik menjadi 466, diikuti dengan harga saham penutupan yang naik dari tahun sebelumnya menjadi 8.300. Begitupula dengan ICBP yang nilai EPS di tahun 2016 mencapai 309, dengan harga saham penutupan 8.575. Tahun 2017 mengalami peningkatan baik EPS maupun harga saham, yaitu 326 untuk EPS dengan harga saham penutupan meningkat menjadi 8.900. Serta tahun 2018, nilai EPS semakin naik menjadi 535 dengan harga saham yang juga naik menjadi 10.450. Nilai EPS yang semakin bagus mengindikasikan tingkat laba per saham juga meningkat.



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), Data Diolah (2021)

**Gambar 1.1**  
**Ringkasan Harga Saham**



Sumber: LKT Perusahaan, Data Diolah (2021)

**Gambar 1.2**

***Earning Per Share***

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Pada umumnya, nilai perusahaan dapat diukur menggunakan rasio keuangan, salah satunya menggunakan *price to book value* (PBV), sehingga didapatkan tingkat harga suatu perusahaan *overvalued* atau *undervalued* dari nilai bukunya. Nilai PBV yang rendah dicerminkan melalui nilai atau harga saham yang *undervalued*, yang mengindikasikan adanya penurunan kualitas dan kinerja perusahaan. Nilai PBV yang tinggi mencerminkan nilai saham tinggi dan dapat mencerminkan persepsi investor yang berlebihan terhadap perusahaan.

Selain dengan rasio PBV nilai perusahaan juga dapat diukur dengan rasio nilai Tobin's Q. Untuk melakukan penilaian Tobin's Q, maka nilai terendah Tobin's Q berkisar antara 0 dan 1. Nilai rendah tersebut mengindikasikan bahwa biaya penggantian asset perusahaan lebih besar dibandingkan nilai pasar perusahaan. Hal tersebut juga mengindikasikan pasar memberi penilaian kurang terhadap perusahaan atau dengan kata lain perusahaan kurang diminati oleh investor di pasar modal. Sebaliknya, nilai Tobin's Q dianggap tinggi jika nilainya  $> 1$ . Nilai tersebut mengindikasikan bahwa nilai perusahaan lebih besar dari nilai asset perusahaan yang tercatat. Hal ini juga mengindikasikan bahwa pasar memberikan penilaian lebih terhadap perusahaan.

Terdapat beberapa aspek yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan daya tarik utama bagi pemilik perusahaan (pemegang saham) karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh melalui usaha manajemen atas dana yang di investasikan oleh para pemegang saham dan profitabilitas juga mencerminkan pembagian laba yang menjadi haknya yaitu seberapa banyak dana yang di investasikan kembali dan seberapa banyak yang dibayarkan sebagai dividen tunai ataupun dividen saham kepada para pemilik saham. Sehingga profitabilitas adalah indikator penting dalam menilai prospek perusahaan (Tandelilin, 2001:204). Semakin tinggi angka profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan. Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat

meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan.

Perusahaan manufaktur dipilih dalam penelitian ini karena perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia didominasi oleh perusahaan manufaktur dengan berbagai sub sektornya. Kemudian perusahaan manufaktur dianggap memiliki karakteristik yang lebih lengkap, karena berawal dari proses pengolahan bahan baku hingga tercipta produk jadi.

Pada dasarnya terdapat beberapa aspek lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu salah satunya dari aspek kinerja sosial dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk pemahaman perusahaan akan pentingnya tanggung jawab perusahaan dalam meminimalisir efek negatif yang timbul dari segala kebijakan dan aktifitas operasional perusahaan. Konsep CSR adalah konsep yang berfokus pada pemenuhan kesejahteraan *triple bottom line* dengan tidak hanya berorientasi pada profit bagi *shareholder* semata (*single bottom line*), akan tetapi juga berfokus dalam membangun hubungan sosial terhadap *stakeholder* dan kelestarian lingkungan alam sekitar yang diharapkan dapat mendukung peningkatan kinerja dan nilai perusahaan.

Konsep *Corporate Social Responsibility* dijadikan indikator penting untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mempertahankan eksistensi dan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan peran *Corporate Social Responsibility* sangat penting terlebih bagi perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam dikarenakan perusahaan wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan sesuai dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 pasal 74 ayat (1). Keputusan Ketua Badan Pengawas Modal dan Lembaga Keuangan No. KEP-134/BL/2006 mewajibkan perusahaan publik untuk menyampaikan laporan tahunannya yang berisi penjelasan terkait aktivitas dan bisya yang digunakan dalam kegiatan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

*Corporate Social Responsibility* menjadi salah satu aspek yang dapat dipertimbangkan pengaruhnya dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab teori stakeholder menekankan bahwa perusahaan wajib mengungkapkan informasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk rasa tanggung jawab perusahaan terhadap pihak *stakeholder* yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Chairiri dan Ghazali, 2007:409). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang lebih luas dalam laporan tahunan merupakan sinyal positif yang diberikan perusahaan kepada *stakeholder* agar terjalin komunikasi yang baik diantara kedua pihak tersebut sehingga menimbulkan kepuasan dari *stakeholder*. Perusahaan yang dapat mempertahankan kepuasan para *stakeholder* maka akan memperoleh dukungan dari berbagai pihak termasuk masyarakat luas. Hal ini akan berdampak baik bagi nilai perusahaan itu sendiri.

Dengan demikian sebagai perbandingan, penulis mengambil beberapa referensi mengenai profitabilitas, nilai perusahaan dan *corporate social*

*responsibility*, merujuk pada penelitian sebelumnya untuk melihat letak perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan rencana penelitian ini.

Dea Putri Ayu, A.A. Gede Suarjaya (2017), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel mediasi pada perusahaan pertambangan tahun 2010-2014. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap CSR, pengaruh profitabilitas dan CSR terhadap nilai perusahaan, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas yang diukur dengan ROA terbukti berpengaruh signifikan terhadap CSR, profitabilitas dan CSR terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Gusti Ayu Made Ervina Rosiana (2013), meneliti mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2012). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, serta profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

Sisca Pradyamita Saridewi, Gede Putu Agus Jana Susila, Fridayana Yudiaatmaja (2016), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas dan *corporate*



*social responsibility* terhadap nilai (perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan Profitabilitas dan *corporate social responsibility* (CSR) secara simultan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas diukur dengan ROA dan ROE dan CSR secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Chumaidah, Maswar Patuh Priyadi (2018), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* (CSR) Sebagai variabel pemoderasi (perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016). Penelitian ini bertujuan untuk menguji profitabilitas, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan menguji *corporate social responsibility* (CSR) berdampak pada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan serta menguji *corporate social responsibility* (CSR) berdampak pada pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan tetapi ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Jessika Zarlina, Hasan Salim (2014), meneliti mengenai analisis pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun

2013). Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang *corporate social responsibility* dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara simultan dan parsial. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh positif *corporate social responsibility* dan profitabilitas yang diukur dengan (ROA) terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Ganang Radityo Primadi, Sugeng Wahyudi (2015), meneliti mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2013. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas diproksikan dengan (ROA) berpengaruh positif signifikan sedangkan (ROE) tidak mempengaruhi nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta manajerial sebagai variabel pemoderasi kepemilikan mampu mengurangi (ROA).

Yensi Febya Apriyani dan Dewi Sutjahyani (2018), meneliti mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas memoderasi pengaruh hubungan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap

nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini meunjukkan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas pada penelitian ini diproksikan dengan NPM, ROA, Dan ROE. Profitabilitas yang diproksikan dengan NPM mampu memoderasi pengaruh hubungan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yaitu memperlemah pengaruh hubungan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, Profitabilitas yang diproksikan dengan ROE tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Sigit Hermawan, Afiyah Nurul Maf'ulah (2014), meneliti mengenai Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel Pemoderasi pada Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2009-2010. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan dan menguji pengaruh alokasi biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial kinerja keuangan (ROA) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Rani Widiyarsi Eko Putri (2013), Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Tahun 2010-2012). Tujuan utama dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan ROA, ROE, dan NPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara profitabilitas melalui ROA, ROE, dan NPM terhadap pengungkapan CSR. ROA dan NPM berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, sementara ROE berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR.

Ni Kadek Raningsih dan Luh Gede Sri Artini (2018), meneliti mengenai Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur tahun 2013-2016. Penelitian ini bertujuan untuk menguji kembali pengaruh variabel profitabilitas yang diproksikan dengan ROA terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan PBV dengan CSR sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan CSR ekonomi dan sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Bayu Irfandi Wijaya, I.B Panji Sedana (2015), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan kebijakan deviden dan kesempatan investasi sebagai variabel mediasi pada perusahaan sektor *property, real estate* dan *building construction*. Penelitian ini berujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas

terhadap nilai perusahaan pada perusahaan dengan kebijakan deviden dan kesempatan investasi sebagai variabel mediasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan deviden memperkuat pengaruh profitabilitas yang diproksi dengan ROI terhadap nilai perusahaan dan kesempatan investasi memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Julia Susilowati (2016), meneliti mengenai pengaruh *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Wahyu Ardimas dan Waroyo (2014), meneliti mengenai pengaruh kinerja keuangan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada bank *go public* di BEI. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukan ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan OPM, NPM dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Igan Bayu Darma Putra dan Made Gede Wirakusuma (2015), meneliti mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai

perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR pada nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan CSR pada nilai perusahaan berpengaruh positif dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

Catur Fatchu Ukhriyawati, Rika Malia (2018), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas, keputusan investasi dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2016. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, keputusan investasi dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan hutang berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Bulan Oktrima (2017), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan (studi Empiris PT Mayora Indah, Tbk 2011-2015). Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara parsial maupun simultan antara profitabilitas, likuiditas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini variabel profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda (2016), meneliti mengenai pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan partisipan Indonesia *Sustainability*

*Reporting Award* yang terdaftar di BEI 2010-2013. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, serta mengetahui peran CSR dalam memoderasi pengaruh hubungan kausal tersebut pada profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif.

Ghifarin Luthfan Pratama, Dini Wahjo Hapsari, dan Muhammad Muslih (2016), meneliti mengenai pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi (studi empiris pada sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014). Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan, karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan akan berpengaruh pada tingginya beban CSR perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Ni Luh Asri Suryaputri dan I Putu Sudana (2017), meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR profil perusahaan sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR dengan profil perusahaan sebagai variabel

pemoderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan profil perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR, sedangkan profil perusahaan memperlemah pengaruh *leverage* pada pengungkapan CSR.

I Gusti Ngurah Gede Rudamgga dan Gede Merta Sudiarta (2016), meneliti mengenai pengukuran ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui signifikan pengaruh dari ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 1.1**

**Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis**

No	Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
1	Dea Putri Ayu, A.A. Gede Suarjaya	Variabel Y: Nilai Perusahaan  Variabel X: Profitabilitas  Variabel Z: CSR	-Proksi Profitabilitas menggunakan ROA  -Proksi Perusahaan menggunakan PBV (Price Book Value)	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan. CSR dapat memediasi hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan.	e-Jurnal Manajemen Unud Vol.6 No.2 2017: 1112-1138 ISSN: 2302- 8912
2	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana,	Indikator variabel Y : Nilai Perusahaan	Variabel X: CSR	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan,	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana



	Gede Juliarsa, Maria M. Ratna Sari (2013)	(Tobin's Q ratio)	Q	Variabel Z: Profitabilitas	serta profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap perusahaan	Vol. 5 No.3 2013. Hal. 723-738 ISSN: 2302-8556
				Tahun Penelitian: 2013		
3	Sisca Pradyamita Saridewi, Gede Putu Agus Susila, Fridayana Yudiatmaja (2016)	Variabel X: Profitabilitas, CSR	Indikator variabel Y lainnya : ROA	Variabel Y : Nilai Perusahaan	Profitabilitas yang diukur dengan ROA dan ROE dan CSR secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan	E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Vol. 4 2016
4	Chumaidah, Maswar Patuh Priyadi (2018)	Variabel Y : Nilai Perusahaan	Variabel X lainnya: Ukuran Perusahaan (X2)	Variabel X: Profitabilitas	CSR dapat memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun CSR tidak mampu memoderasi hubungan Ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Vol. 7 No. 3 2018 eISSN: 2460-0585
5	Jessika Zarlina, Hasan Salim (2014)	Variabel X: CSR, Profitabilitas	Proksi profitabilitas: ROA	Variabel Y: Nilai Perusahaan (Tobin's Q)	CSR dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Manajemen Vol. 11 No.2 November 2014. Hal. 38-55
6	Ganang Radityo Primadi,	Variabel Y : Nilai Perusahaan	Variabel X: CSR, Profitabilitas (ROA & ROE)		ROA berpengaruh positif signifikan	Diponegoro Journal of Management

	Sugeng Wahyudi			Variabel Z: Kepemilikan Manajerial	terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan Manajerial tidak mampu memoderasi hubungan ROA, ROE, dan CSR terhadap nilai perusahaan.	. Vol.4 No.3 Tahun 2015. Hal. 1-15. ISSN: 2337-3792
7	Yensi Febya Apriyani, Dewi Sutjahyani (2018)	Variabel Y : Nilai Perusahaan	Variabel X: CSR Perusahaan Manufaktur Sektor Property dan Real Estate listed BEI 2011 – 2015	Variabel Z: Profitabilitas (NPM, ROA, ROE)	CSR berpengaruh negative dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diprosikan dengan NPM terbukti memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.	JEA17. Jurnal Ekonomi Akuntansi. Hal. 69-78. Vol. 3 No.1 April 2018
8	Sigit Hermawan, Afiyah Nurul Maf'ulah (2014)	Variabel Y : Nilai Perusahaan	Variabel X: kinerja keuangan (ROA)	Variabel Z: Proksi Perusahaan: Tobin's Q	Kinerja keuangan (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR mampu memoderasi hubungan Kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Dinamika Akuntansi Vol.6 No.2 2014. 103-118. <a href="https://journal.unnes.ac.id/index.php/jda/article/view/3250">https://journal.unnes.ac.id/index.php/jda/article/view/3250</a>
		Variabel Y : CSR	Sampel: Perusahaan Makanan & Minuman yg terdaftar di BEI 2009-2010			

<b>9</b>	Rani Widyasari Eko Putri (2013)	Variabel Dependen : CSR	Proksi Profitabilitas : menggunakan ROA, ROE, ROS, EPS	Profitabilitas yang diproksi ROE, ROA, ROS tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR namun proksi EPS berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.	Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 2 No. 2. 2013.
<b>10</b>	Ni Kadek Raningsih dan Luh Gede Sri Artini (2018)	Variabel Independen: Profitabilitas	Indikator Variabel Independen: ROA	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan CSR ekonomi dan sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Vol.7 No.8 2017: 1997- 2026 ISSN:2337- 3067
<b>11</b>	Bayu Irfandi Wijaya, I.B Panji Sedana (2015)	Variabel Independen: Profitabilitas	Variabel Mediasi: Kebijakan Dividend dan Kesempatan Investasi	Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang labanya meningkat mencerminkan kinerja yang baik dan menimbulkan respon positif dari investor sehingga menaikkan saham perusahaan.	E-Jurnal UNUD Vol.4 No.12 2015. ISSN: 2302-8912
<b>12</b>	Julia Susilowati (2016)	Variabel Dependen :	Variabel independen:	Hasil pengujian ini menunjukkan	Jurnal Ilmu dan Riset

			Nilai Perusahaan	CSR	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh signifikan terhadap perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap perusahaan	Manajemen Vol. 5 No.11, Tahun 2016,ISSN: 2461-0593
<b>13</b>	Wahyu dan (2014)	Ardimas Waroyo	Indikator Variabel Independen :  ROE  Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Variabel Independen lainnya:  CSR	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa ROA dan ROE memiliki pengaruh signifikan terhadap perusahaan, sedangkan OPM,NPM, dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Manajemen dan Bisnis,Vol1 8 No.1, Tahun 2014,ISSN : 1410-4571
<b>14</b>	Igan Bayu Putra Gede Wirakusuma (2015)	Darma Made	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Variabel Independen:  CSR  Variabel Moderasi:  Profitabilitas (ROE)	Hasil penelitian ini menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat hubungan CSR pada nilai perusahaan.	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.13 No.2 Tahun 2015,ISSN : 2302-8556
<b>15</b>	Catur Ukhriyawati, Rika Malia (2018)	Fatchu	Variabel Independen: Profitabilitas  Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Variabel Independen lainnya :  -Keputusan Investasi  -Kebijakan Hutang  Perusahaan	Profitabilitas, keputusan investasi parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Bening Vol.5 No.1 2018 ISSN: 2252-52672

16	Bulan Oktrima (2017)	Variabel Independen: Profitabilitas  Variabel Dependen Nilai Perusahaan	Variabel Independen lainnya :  -Likuiditas  -Struktur Modal	Secara parsial profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun secara serempak profitabilitas, likuiditas, struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan	Jurnal Sekuritas Manajemen Keuangan. Vol.1 No.1 ISSN: 2581- 2696
17	I Gusti Ngurah Agung Dwi Pramana dan I Ketut Mustanda (2016)	Variabel Independen: Profitabilitas  Variabel Dependen Nilai Perusahaan	Variabel Independen lainnya :  <i>Size</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5, No.1, 2016 : 561-594 ISSN: 23028912
18	Ghifarin Luthfan Pratama, Dini Wahjo Hapsari, dan Muhammad Muslih (2016)	Variabel Dependen Nilai Perusahaan	Variabel Independen:  CSR  Variabel Moferasi: Profitabilitas	Hasil penelitian ini menunjukkan naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan, karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan akan berpengaruh pada tingginya beban CSR perusahaan sehingga akan	E- <i>Proceeding of Management</i> : Vol.3, No.3 <i>December</i> 2016 ISSN : 2355-9357

						menurunkan laba perusahaan	
19	Ni Luh Asri Putu Sudana (2017)	Meneliti mengenai CSR	Profil Perusahaan sebagai variabel moderasi			Hasil penelitian ini menunjukkan profil perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR, sedangkan profil perusahaan memperlambat pengaruh <i>leverage</i> pada pengungkapan CSR	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.19.3. Juni (2017):2468 -2495 ISSN: 2302-8556
20	I Gusti Ngurah Gede Rudamgga dan Gede Merta Sudiarta (2016)	Variabel Independen: Profitabilitas  Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Variabel Independen lainnya: -Ukuran Perusahaan  - <i>leverage</i>			Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	E-Jurnal Manajemen Unud, Vol.5, No.7, 2016: 4394-4422 ISSN : 2302-8912
	<b>Yuli Septiani (2021)</b>					<b>: Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Pemoderasi (Survey pada Emiten Manufaktur yang di Bursa Efek Indonesia tahun 2019)</b>	

Adanya *gap research* dari penelitian sebelumnya, maka penulis ingin melakukan penelitian sejenis untuk menghasilkan bukti empiris mengenai pengaruh antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Sehingga penulis akan penelitian dengan

judul “**Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi (Survey pada Emiten Manufaktur yang di Bursa Efek Indonesia tahun 2019)**”. Pemilihan perusahaan manufaktur yang digunakan dalam penelitian ini karena perusahaan manufaktur diharapkan penulis dapat mewakili perusahaan-perusahaan *go public* secara garis besar, dengan jumlah yang besar dibandingkan dengan perusahaan *property* maupun lainnya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang telah diuraikan, maka penulis mengidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Profitabilitas, Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* pada emiten Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019.
2. Bagaimana Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada emiten manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019.
3. Bagaimana *corporate social responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada emiten manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah didefinisikan oleh penulis, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini untuk mengetahui:

1. Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan Nilai Perusahaan pada Emiten Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019.
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019.
3. *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019.

#### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Sebagai pengetahuan dimana penelitian tersebut dapat dipahami dan dibandingkan dari teori yang telah didapatkan selama belajar di bangku perkuliahan dengan praktek langsung diperusahaan.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau bahan masukan yang berguna dalam pengambilan keputusan.

3. Bagi investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sudut pandang baru dalam menilai perusahaan dalam hubungannya dengan keputusan untuk menanamkan sebagian investasinya terhadap perusahaan.

4. Bagi pihak lain



Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan serta bisa dijadikan bahan pertimbangan dan informasi perbandingan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

## **1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi yang digunakan dalam Penelitian ini adalah Emiten Manufaktur tahun 2019 yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan menggunakan data sekunder pada *website* resmi Bursa Efek Indonesia yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Untuk memperoleh dan mengolah data yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, penulis telah melaksanakan penelitian ini dari bulan Februari hingga bulan Agustus 2021