

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Didirikannya sebuah perusahaan memiliki tujuan yang jelas, pada umumnya tujuan perusahaan adalah melakukan kegiatan bisnis yaitu untuk kelanjutan hidup perusahaan (*Going Concern*), mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya (*Profit*), memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik saham, pengembangan atau perluasan usaha (*Expansion*), dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Nilai perusahaan dikatakan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Namun para investor tidak hanya melihat seberapa tinggi nilai perusahaannya, mereka juga melihat apakah perusahaan tersebut memperhatikan lingkungan disekitar perusahaan (Agustina, 2013). Semua perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang usaha yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial.

Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, perusahaan dituntut untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan para pemegang saham (pemilik perusahaan) yang biasa disebut dengan *agency problem*. Beberapa potensi mengenai

pelanggaran etika bisnis perusahaan, lingkungan dan sosial, potensi kerawanan dalam hubungan antara perusahaan dan masyarakat setempat, antara perusahaan dengan mitra-mitranya (konsumen dan pemasok), dan sebagainya.

Sebagai contoh, berbagai skandal yang menimpa perusahaan-perusahaan besar di Inggris maupun Amerika Serikat sekitar pada tahun 1980an yang dimana berkembangnya budaya serakah dan pengambilalihan suatu perusahaan secara agresif yang hal ini memberikan kesadaran bahwa diperlukannya sistem tata kelola yang baru.

Selalu saja akan terjadi pertarungan antara kebebasan pribadi dan tanggung jawab kolektif, akan selalu ada potensi terjadinya konflik antara para pemilik saham dengan para pengelola perusahaan, antara pemilik saham mayoritas dengan minoritas, antara para pekerja dengan pimpinan perusahaan.

Disamping berbagai praktik tata kelola organisasi yang buruk, salah satu dampak signifikan yang terjadi adalah krisis ekonomi disuatu Negara, dan timbulnya praktik-praktik Korupsi, Kolusi, dan Nepotisme (KKN). Kondisi itu terjadi karena banyaknya perusahaan dan kalangan pelaku bisnis tidak memiliki strategi yang tepat dan perangkat pengendalian yang lengkap, handal serta terpadu untuk menghadapi ketidakpastian lingkungan yang tinggi dan dinamis. Sebagai akibat adanya tata kelola perusahaan yang buruk oleh perusahaan-perusahaan besar berpotensi mengakibatkan terjadinya krisis ekonomi dan krisis kepercayaan dari para investor serta menurunnya nilai perusahaan.

Salah satu masalah yang berkaitan dengan penerapan *Good Corporate Governance* di Indonesia adalah kasus yang pernah menjerat beberapa perusahaan di Indonesia yang dikutip dari (<https://analisis.kontan.co.id/news/>) dimana PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) mengalami konflik diantara manajemen kunci sehingga terancam pailit, PT Citra Maharlika Nusantara Corpora Tbk (CPGT) dan PT Dwi Aneka Jaya Kemasindo Tbk (DAJK) belakangan ini dikabarkan terlilit kasus dan dinyatakan pailit. Kabar terbaru terkait PT Nusa Konstruksi Enjiniring Tbk (DGIK), emiten konstruksi ini terpapar korupsi proyek rumah sakit Universitas Udayana di Bali dan Wisma Atlet di Sumatera Selatan. Karena pada dasarnya ketika suatu perusahaan terjerat konflik akan mempengaruhi citra perusahaan dikalangan masyarakat dan dapat mengakibatkan turunnya nilai dari perusahaan tersebut.

Good Corporate Governance (GCG) menjadi sorotan publik, isu mengenai tata kelola yang baik dari emiten di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena menyangkut kepentingan pemegang saham, terutama investor publik. Satu problem mendasar dalam beberapa fenomena diatas yaitu mengenai penerapan tata kelola perusahaan yang baik atau *Good Corporate Governance*.

Bagaikan lonceng bagi semua pihak, baik itu otoritas pasar modal, manajemen emiten serta kalangan investor, tentang betapa pentingnya penerapan GCG untuk menjaga kelangsungan usaha. Para pakar investasi sering mengingatkan, ibarat manusia, tata kelola adalah hati korporasi. Sederhananya, jika memiliki tata kelola yang baik, kecil kemungkinan emiten mencurangi pemegang saham minoritas. Tata kelola yang baik dan transparansi sungguh krusial, terutama untuk menumbuhkan

basis investor di pasar modal. Muara dari penerapan GCG adalah perlindungan investor. Dengan kata lain, GCG menjadi dasar kepercayaan dan kredibilitas. Bukan saja bagi emiten, melainkan juga kredibilitas pasar modal secara umum.

Untuk meminimalisasikan konflik-konflik seperti dalam konteks diatas maka dibutuhkan pengelolaan perusahaan yang baik dan profesional, kebutuhan perusahaan akan pengendalian internal adalah suatu hal yang wajar karena dengan adanya pengendalian internal yang baik maka merefleksikan adanya praktik manajemen yang baik. Berkaca pada kondisi tersebut maka pelaksanaan *Good Corporate Governance* bukan lagi suatu pilihan tetapi sudah menjadi suatu kewajiban untuk dapat meningkatkan kinerja dan dapat bersaing dengan perusahaan lain.

Konsep dari *Good Corporate Governance* dilatar belakangi oleh masalah pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan didalam perusahaan, yang selanjutnya dimodelkan dengan *agency theory*. Dalam mekanisme *Good Corporate Governance*, pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan merupakan upaya yang sangat penting untuk mewujudkan tata kelola perusahaan yang baik.

Teori agensi menekankan pentingnya pemilik perusahaan (pemegang saham) menyerahkan pengelolaan perusahaan kepada tenaga-tenaga ahli (*agent*) yang lebih konsen dan mengerti dalam menjalankan pengelolaan perusahaan. Dalam penelitian ini penulis memproksikan *Good Corporate Governance* sebagai Kepemilikan Institusional, dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitoring perusahaan.

Perusahaan dengan kepemilikan institusional yang besar (lebih besar dari 5%) mengindikasikan kemampuannya untuk memonitor manajemen. Semakin besar kepemilikan institusional maka semakin efisien pemanfaatan aktiva perusahaan dan diharapkan juga dapat bertindak sebagai upaya pencegahan terhadap tindak keborosan ataupun pemborosan yang bisa saja dilakukan oleh pihak manajemen.

Salah satu masalah yang berkaitan dengan penerapan *Corporate Social Responsibility* di Indonesia adalah kasus yang pernah terjadi pada tahun 2006 yaitu PT Lapindo Brantas yang menimbulkan kebocoran gas hidrogen sulfida (H₂S) disertai semburan lumpur panas akibat aktivitas pengeboran yang mengakibatkan kerugian yang sangat besar bagi masyarakat Sidoarjo (<https://nasional.kompas.com/>, 2012) hal ini mencerminkan bahwa di Indonesia khususnya perusahaan-perusahaan sendiri belum seutuhnya menerapkan pengelolaan lingkungan yang baik.

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep bahwa organisasi maupun perusahaan khususnya untuk memilik berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya (bukan hanya para pemegang saham dan jajaran manajemen perusahaan) tapi juga kepada para konsumen, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Oleh karena itu *Corporate Social Responsibility* berhubungan erat dengan suatu organisasi terutama perusahaan dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak semata-mata atas dasar kepentingan ekonomi saja namun juga harus memperhatikan dampak sosial dan

lingkungan yang timbul akibat dari dikeluarkannya keputusan itu baik untuk jangka pendek, menengah, ataupun dalam jangka panjang.

Penerapan *Corporate Social Responsibility* tidak lagi dianggap sebagai biaya, namun sudah dianggap sebagai suatu investasi dari suatu perusahaan. Tanggung jawab perusahaan tidak selalu tentang mencari keuntungan atau laba semata, akan tetapi suatu perusahaan juga bertanggung jawab pada konsep *triple bottom line*, yaitu pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Komitmen dari perusahaan-perusahaan untuk ikut andil dan berkontribusi dalam pembangunan bangsa dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan itulah yang menjadi dasar dari konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Corporate Social Responsibility pada saat ini sudah menjadi suatu keharusan ataupun menjadi hal yang wajib bagi beberapa perusahaan untuk memberlakukan dan melakukan penerapannya. Hal ini telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang telah disahkan pada tanggal 20 Juli 2007 Pasal 74. Mewujudkan *Corporate Social Responsibility* merupakan gagasan utama dari penerapan *Good Corporate Governance*, hal ini sejalan dengan kesimpulan yang terangkum dari hasil suatu konferensi CSR yang diselenggarakan oleh Indonesia Business Link (IBL) dalam Muwarningsih (2009).

Begitupun dengan penerapan CSR, dengan dilaksanakannya tanggung jawab sosial lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan memberikan efek positif terhadap perusahaan diantaranya adalah citra perusahaan yang baik dikalangan masyarakat karena telah memperhatikan lingkungan sosial sekitar, dan secara

bersamaan akan menjaga stabilitas dari nilai perusahaan itu sendiri karena ketika timbul konflik antara perusahaan dan masyarakat umum terutama yang diakibatkan oleh dampak lingkungan sosial secara drastis akan dapat menimbulkan menurunnya nilai suatu perusahaan.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan juga merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui serangkaian proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak awal perusahaan itu berdiri ataupun didirikan sampai pada saat ini. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka kesejahteraan para pemiliknya pun akan mengalami peningkatan dan meningkatnya nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan.

Meningkatnya nilai perusahaan diantaranya disebabkan oleh faktor profitabilitas, karena profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu menurut Husnan pada (Rahayu, Sari, 2018). Sehingga profitabilitas ini dapat mencerminkan sedikit dari kinerja perusahaan dan ketika suatu perusahaan memiliki

profitabilitas yang baik kecenderungan akan memiliki citra kinerja yang cukup baik pula dan hal ini akan bermuara pada nilai dari perusahaan tersebut.

Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Tanpa adanya keuntungan, maka akan sangat sulit bagi perusahaan untuk menarik modal dari luar.

Munawir mengemukakan pada (Rahayu, Sari, 2018) bahwa “Profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan menggunakan aktivasnya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan memperbandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut”.

Subjek yang penulis gunakan adalah pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Rudianto menyatakan pada (Nugraha, 2015) bahwa perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang dalam kegiatan operasionalnya membeli bahan mentah, mengolahnya hingga menjadi produk jadi.

Sejalan dengan uraian diatas, dalam penelitian ini penulis merujuk kepada penelitian sebelumnya antara lain:

1. Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, dan Maria M. Ratna Sari (2013) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi, hasil analisis menunjukkan bahwa

pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

2. Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013) dengan judul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
3. Wardoyo dan Theodora Martina Veronica (2013) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi, ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, jumlah anggota komite audit dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Amalia Ramdhaningsih dan I Made Karya Utama (2013) dengan judul Pengaruh Indikator *Good Corporate Governance* dan Profitabilitas pada Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR, sementara kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan profitabilitas berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR.

5. Made Yustiari Dewi dan I Ketut Sujana (2014) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas pada Praktik Perataan Laba dengan Jenis Industri sebagai Variabel Pemoderasi di Bursa Efek Indonesia, hasil analisis adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh pada praktik perataan laba, sedangkan jenis industri tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan dan profitabilitas pada praktik perataan laba.
6. Suklimah Ratih dan Yulia Setyarini (2014) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening, hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya GCG yang berpengaruh langsung terhadap ROA dan tidak ada pengaruh tidak langsung dari GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan.
7. Ganang Radityo Primady dan Sugeng Wahyudi (2015) dengan judul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Pemoderasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak mampu secara signifikan menguatkan pengaruh variabel ROA terhadap variabel dependen.
8. Ni Ketut Karlina Prastuti dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih (2015) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* pada Nilai Perusahaan dengan Moderasi *Corporate Social Responsibility*, hasil penelitian ini menemukan variabel kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial dan proporsi dewan

komisaris tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh GCG pada nilai perusahaan.

9. Agusta Amanda Wulandari, I Wayan Ramantha, dan Made Gede Wirakusuma (2016) dengan judul Dampak Moderasi Profitabilitas terhadap Pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan Manufaktur, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, profitabilitas sebagai variabel pemoderasi terbukti mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
10. I Gusti Ngurah Agung Dwi pramana dan I Ketut Mustanda (2016) dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Pemoderasi, hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif. Selain itu diperoleh hasil bahwa Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan serta CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

11. Ghifari Luthfan Pratama, Dini Wahjoe Hapsari dan Muhammad Muslih (2016) dengan judul *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi*, hasil penelitian menunjukkan bahwa naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan akan berpengaruh pada semakin tingginya beban CSR perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan, kemudian akan menurunkan minat investor untuk membeli saham perusahaan sehingga akan mengakibatkan pada turunnya nilai perusahaan.
12. I Gusti Bagus Angga Pratama dan I Gusti Bagus Wiksuana (2016) dengan judul *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi*, hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan serta Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
13. I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) dengan judul *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan*, hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

14. Ajeng Wijayanti, Anita Wijayanti, dan Yuli Chomsatu Samrotun (2016) dengan judul Pengaruh Karakteristik Perusahaan, GCG dan CSR terhadap Penghindaran Pajak, hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage*, komisaris independen, komite audit dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, hanya ukuran perusahaan dan intensitas modal yang berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
15. Elvina Lidya Embang (2016) dengan judul Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan, hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun untuk kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial dalam GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
16. Agus Santoso (2017) dengan judul Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* yang diwakili oleh *proxy* kepemilikan institusional memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* yang diwakili proksi kepemilikan institusional memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel intervening.
17. Ni Luh Asri Suryaputri Sudjana dan I Putu Sudana (2017) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan CSR dengan Profil Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa profil perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, proporsi dewan

komisaris independen pada pengungkapan CSR sedangkan profil perusahaan memperlemah pengaruh *leverage* pada pengungkapan CSR. Tingkat intensitas pengungkapan CSR ditentukan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, proporsi dewan komisaris independen, dan profil perusahaan.

18. Muhammad Hafiz Siddik dan Mochammad Chabachib (2017) dengan judul Pengaruh ROE, CR, *Size*, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening, hasil penelitian ditemukan bahwa DER, dan CR memiliki pengaruh terhadap PBV, ROE dan *Size* memiliki pengaruh terhadap DER, dan ROE dapat mempengaruhi PBV melalui DER. Ini memberikan salah satu penemuan penting yaitu DER dan CR yang merupakan komposisi dari aset, ekuitas, dan hutang, merupakan sesuatu yang vital bagi nilai perusahaan. Profitabilitas pun dapat mempengaruhi melalui struktur modal.
19. Rida Ariani, Riana Sitawati, dan Sam'ani (2018) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa *CSR Disclosure* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, GCG memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, dengan menambahkan profitabilitas sebagai variabel moderasi, pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

20. Yessi Yunelia Rahmi, Indrayeni, Riani Sukma Wijaya (2019), dengan judul Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening, hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, baik secara langsung maupun melalui kinerja keuangan. Penelitian ini memberikan implikasi berupa pentingnya bagi perusahaan untuk membuat laporan keberlanjutan secara berkala, sehingga dapat diketahui seberapa besar tanggung jawab perusahaan terhadap ekonomi, sosial dan lingkungan.

Untuk lebih jelasnya penulis sajikan Tabel 1.1 mengenai perbandingan penelitian yang sudah dilakukan terlebih dahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan.

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Penulis

No (1)	Peneliti, Judul dan Tempat Penelitian (2)	Persamaan (3)	Perbedaan (4)	Kesimpulan (5)	Sumber (6)
1.	Gusti Ayu Made Ervina Rosiana, Gede Juliarsa, dan Maria M. Ratna Sari (2013) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Variabel X <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan Menggunakan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.		Hasil analisis menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 5.3 (2013):723-738 ISSN: 2302-8556

	periode tahunan 2008-2012.				
2.	Ayu Sri Mahatma Dewi dan Ary Wirajaya (2013) dengan judul Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI periode tahun 2009-2011.	Variabel Y Nilai Perusahaan.	Variabel X Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 4.2 (2013): 358-372 ISSN: 2302-8556
3.	Wardoyo dan Theodora Martina Veronica (2013) dengan judul Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di BEI periode tahun 2008-2010.	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.	Variabel X Kinerja.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi, ROA dan ROE memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran dewan komisaris, independensi dewan komisaris, jumlah anggota komite audit dan CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.	JDM Vol. 4, No. 2, 2013, pp: 132-149 ISSN 2086-0668
4.	Amalia Ramdhaningsih dan I Made Karya Utama (2013) dengan judul Pengaruh Indikator <i>Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas pada Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i> yang terdaftar di BEI	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> Meneliti mengenai Profitabilitas dan <i>Corporate Social Responsibility</i> .		Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris dan komisaris independen tidak berpengaruh signifikan pada pengungkapan CSR, sementara kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan profitabilitas berpengaruh signifikan pada	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 3.2 (2013): 368-386 ISSN: 2302-8556

	periode tahun 2009-2011.			pengungkapan CSR.	
5.	Made Yustiari Dewi dan I Ketut Sujana (2014) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas pada Praktik Perataan Laba dengan Jenis Industri sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan yang terdaftar di BEI.	Variabel X Profitabilitas.	Variabel X Ukuran Perusahaan Variabel Y Praktik Perataan Laba Menggunakan Jenis Industri sebagai variabel moderasi.	Hasil analisis adalah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh pada praktik perataan laba, sedangkan jenis industri tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan dan profitabilitas pada praktik perataan laba.	E-Journal Akuntansi Universitas Udayana 8.2 (2014): 170 – 184 ISSN: 2302 – 8556
6.	Suklimah Ratih dan Yulia Setyarini (2014) dengan judul Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang <i>Go Public</i> Di BEI.	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.	Kinerja Keuangan sebagai variabel intervening.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya GCG yang berpengaruh langsung terhadap ROA dan tidak ada pengaruh tidak langsung dari GCG dan CSR terhadap Nilai Perusahaan.	AKRUAL 5 (2) (2014): 115-132 e-ISSN: 2502-6380
7.	Ganang Radityo Primady dan Sugeng Wahyudi (2015) dengan judul Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan	Variabel X <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.	Variabel X Profitabilitas Menggunakan Kepemiliks Manajerial sebagai variabel moderasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan manajerial tidak mampu secara signifikan menguatkan pengaruh variabel <i>return on assets</i> terhadap variabel dependen.	Volume 4, Nomor 3, Tahun 2015, Halaman 1-15 ISSN (Online): 2337-3792

	Manufaktur yang terdaftar pada BEI periode tahun 2011-2013.				
8.	Ni Ketut Karlina Prastuti dan I Gusti Ayu Nyoman Budiasih (2015) dengan judul Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> pada Nilai Perusahaan dengan Moderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2009-2013.	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.	<i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel moderasi.	Hasil penelitian ini menemukan variabel kepemilikan institusional dan komite audit berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial dan proporsi dewan komisaris tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh GCG pada nilai perusahaan.	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 13.1 (2015): 114-129 ISSN: 2303-1018
9.	Agusta Amanda Wulandari, I Wayan Ramantha, dan Made Gede Wirakusuma (2016) dengan judul Dampak Moderasi Profitabilitas terhadap Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI	Variabel X <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.		Menunjukkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif pada nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, profitabilitas sebagai variabel pemoderasi terbukti mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.7 (2016): 1889-1918 ISSN : 2337-3067
10.	I Gusti Ngurah Agung Dwi	Variabel Y Nilai	Variabel X Profitabilitas	Hasil pengujian hipotesis	E-Jurnal Manajemen

	<p>pramana dan I Ketut Mustanda (2016) dengan judul Pengaruh Profitabilitas dan <i>Size</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Pemoderasi pada perusahaan partisipan <i>Indonesia Sustainability Reporting Award</i> yang terdaftar di BEL.</p>	Perusahaan.	<p><i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai variabel moderasi.</p>	<p>menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif. Selain itu diperoleh hasil bahwa Profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan secara signifikan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) secara signifikan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan serta CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p>	<p>Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 561 - 594 ISSN: 2302-8912</p>
11.	<p>Ghifari Luthfan Pratama, Dini Wahjoe Hapsari, dan Muhammad Muslih (2016) dengan judul Pengaruh <i>Corporate Social</i></p>	<p>Variabel X <i>Corporate Social Responsibility</i></p> <p>Variabel Y Nilai Perusahaan</p>		<p>Naiknya pengungkapan CSR akan berpengaruh pada nilai perusahaan karena semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan</p>	<p><i>e-Proceeding of Management</i> : Vol.3, No.3 <i>December</i> 2016 ISSN : 2355-9357</p>

	<p><i>Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Studi Empiris pada Sub Sektor Telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2014.</p>	<p>Profitabilitas sebagai variabel moderasi.</p>		<p>akan berpengaruh pada semakin tingginya beban CSR perusahaan sehingga akan menurunkan laba perusahaan, kemudian akan menurunkan minat investor untuk membeli saham perusahaan sehingga akan mengakibatkan pada turunnya nilai perusahaan.</p>	
12.	<p>I Gusti Bagus Angga Pratama dan I Gusti Bagus Wiksuana (2016) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI.</p>	<p>Variabel Y Nilai Perusahaan Meneliti tentang Profitabilitas.</p>	<p>Variabel X Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Menggunakan variabel mediasi.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif signifikan terhadap Profitabilitas. Namun profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan serta Profitabilitas tidak mampu memediasi pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p>	<p>E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 2, 2016: 1338-1367 ISSN : 2302-8912</p>
13.	<p>I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, dan Profitabilitas terhadap Nilai</p>	<p>Variabel Y Nilai Perusahaan Meneliti mengenai Profitabilitas.</p>	<p>Variabel X Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Profitabilitas.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan</p>	<p>E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7, 2016: 4394 - 4422 ISSN : 2302-8912</p>

	Perusahaan pada perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011-2014.			profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	
14.	Ajeng Wijayanti, Anita Wijayanti, dan Yuli Chomsatu Samrotun (2016) dengan judul Pengaruh Karakteristik Perusahaan, GCG dan CSR terhadap Penghindaran Pajak pada perusahaan perbankan yang <i>listing</i> di BEI periode tahun 2012- 2014.	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> .	Variabel Y Penghindaran Pajak.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>leverage</i> , komisaris independen, komite audit dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, hanya ukuran perusahaan dan intensitas modal yang berpengaruh terhadap penghindaran pajak.	Seminar Nasional IENACO – 2016 ISSN: 2337 – 4349
15.	Elvina Lidya Embang (2016) dengan judul Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2010-2014.	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.		Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun untuk kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial dalam GCG berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.	Parsimonia Vol. 2 No. 3 Januari 2016 ISSN 2355-5483
16.	Agus Santoso (2017) dengan judul Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur Sektor logam, kimia, dan	Variabel X <i>Good Corporate Governance</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.	Menggunakan variabel intervening.	<i>Good Corporate Governance</i> yang diwakili oleh <i>proxy</i> kepemilikan institusional memiliki pengaruh langsung yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> yang diwakili proksi kepemilikan institusional	Prosiding Seminar Nasional dan <i>Call For Paper</i> Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017) – Jember, 27-28 Oktober 2017 (hal 67-77) ISBN : 978-602-

	kemasan plastik yang <i>listed</i> di BEI selama periode tahun 2011-2015.			memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan kinerja keuangan sebagai variabel <i>intervening</i> .	5617-01 -0
17.	Ni Luh Asri Suryaputri Sudjana dan I Putu Sudana (2017) dengan judul Faktor-faktor yang mempengaruhi Pengungkapan CSR dengan Profil Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2013-2015.	Meneliti mengenai CSR.	Profil Perusahaan sebagai variabel moderasi.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profil perusahaan mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, proporsi dewan komisaris independen pada pengungkapan CSR sedangkan profil perusahaan memperlemah pengaruh <i>leverage</i> pada pengungkapan CSR. Tingkat intensitas pengungkapan CSR ditentukan oleh ukuran perusahaan, profitabilitas, <i>leverage</i> , proporsi dewan komisaris independen, dan profil perusahaan.	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.19.3. Juni (2017): 2468-2495 ISSN: 2302-8556
18.	Muhammad Hafiz Siddik dan Mochammad Chabachib (2017) dengan judul Pengaruh ROE, CR, <i>Size</i> , dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel <i>Intervening</i> pada	Menggunakan Kepemilikan Institusional Variabel Y Nilai Perusahaan.	Variabel X ROE, CR, <i>Size</i> Menggunakan variabel <i>intervening</i> .	Hasil penelitian ditemukan bahwa DER, dan CR memiliki pengaruh terhadap PBV, ROE dan <i>Size</i> memiliki pengaruh terhadap DER, dan ROE dapat mempengaruhi PBV melalui DER. Ini memberikan salah satu penemuan penting yaitu DER dan CR	Volume 6, Nomor 4, Tahun 2017, Halaman 1-15 ISSN (Online): 2337-3792

	perusahaan yang <i>listing</i> di BEI pada periode tahun 2011-2015.			yang merupakan komposisi dari aset, ekuitas, dan hutang, merupakan sesuatu yang vital bagi nilai perusahaan. Profitabilitas pun dapat mempengaruhi melalui struktur modal.	
19.	Rida Ariani, Riana Sitawati, dan Sam'ani (2018) dengan judul Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI periode tahun 2012-2015.	Variabel X <i>Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.		CSR Disclosure memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, GCG memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Demikian pula, dengan menambahkan profitabilitas sebagai variabel moderasi, pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara GCG tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Prima Ekonomika-Vol.9, No. 1, Maret 2018 ISSN : 2087-0817
20.	Yessi Yunelia Rahmi, Indrayeni, Riani Sukma Wijaya (2019), dengan judul Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek	Variabel X <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y Nilai Perusahaan.		Hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, baik secara langsung maupun melalui kinerja keuangan. Penelitian ini memberikan implikasi berupa pentingnya bagi perusahaan untuk membuat laporan keberlanjutan	Menara Ilmu Vol. XIII No.3 Januari 2019 ISSN 1693-2617 E-ISSN 2528-7613

Indonesia (BEI) periode tahun 2013-2017.			secara berkala, sehingga dapat diketahui seberapa besar tanggung jawab perusahaan terhadap ekonomi, social dan lingkungan.	
Rezki Maulana Aji (2019) dengan Judul Pengaruh Penerapan <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi (Sensus Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia).				

Berdasarkan uraian yang dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh Penerapan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi (Sensus Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia).**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang akan dibahas dalam penelitian yang akan dilakukan.

Masalah-masalah yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur di BEI yang *listing* tahun 2018.
2. Bagaimana pengaruh secara parsial *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* tahun 2018.

3. Bagaimana pengaruh secara simultan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI yang *listing* tahun 2018.
4. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI yang *listing* tahun 2018.
5. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI yang *listing* tahun 2018.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah-masalah yang diidentifikasi di atas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis :

1. *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan, dan Profitabilitas pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* tahun 2018.
2. Pengaruh secara parsial *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* di BEI tahun 2018.
3. Pengaruh secara simultan *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* di BEI tahun 2018.

4. Pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan *Good Corporate Governance* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* di BEI tahun 2018.
5. Pengaruh Profitabilitas terhadap hubungan *Corporate Social Responsibility* dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang *listing* tahun 2018.

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat.

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sarana untuk menambah pengetahuan dengan menerapkan disiplin ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan. Sedangkan dalam aplikasinya diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*, dan Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi.

2. Terapan Ilmu

a) Bagi ilmu dan penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai ilmu yang telah penulis dapatkan di bangku kuliah serta dalam proses penelitian dan pembahasan masalah yang dibahas.

b) Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Siliwangi

Sebagai bahan referensi dan bacaan untuk pengembangan penelitian selanjutnya serta memperluas jaringan dan tambahan informasi. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi alat pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang akuntansi serta dapat dijadikan sebagai salah satu dasar bagi penelitian selanjutnya.

c) Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi bagi pihak yang berkepentingan khususnya untuk mengkaji topik yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Yang dimana datanya diperoleh dari *Indonesia Exchange Stock (IDX)*.

1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan waktu penelitian selama 5 bulan, dimulai dari bulan Februari 2019 sampai dengan bulan Juli 2019.