

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI PERIODE 2019-2022

Marsela Anggi Yani^{1*}, Yetty Murni², Eka Sudarmaji³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pancasila, Jakarta, Indonesia

*E-mail koresponden : 1220210114@univpancasila.ac.id

Diterima 13 Maret 2024, Disetujui 26 September 2024

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dampak dari profitabilitas, struktur modal, dan *corporate social responsibility* perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dalam sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian dilakukan selama empat tahun, mulai dari tahun 2019 hingga 2022. Sebanyak 17 perusahaan dipilih sebagai sampel penelitian yang memenuhi kriteria melalui metode *purposive sampling*. Hipotesis diuji menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan perangkat lunak Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, struktur modal, dan ukuran perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Namun, tanggung jawab sosial perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Profitabilitas, Struktur Modal, *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan.

Abstract

The aim of this research is to examine the impact of profitability, capital structure and corporate social responsibility on company value, with company size as a moderating variable in the industrial sector listed on the Indonesia Stock Exchange. The research was conducted for four years, starting from 2019 to 2022. A total of 17 companies were selected as research samples that met the criteria using a purposive sampling method. The hypothesis was tested using multiple linear regression analysis using Eviews 12 software. The research results show that profitability, capital structure and company size have a significant impact on company value. Company size is able to moderate the influence of capital structure and corporate social responsibility on company value. However, corporate social responsibility does not have a significant influence on company value, and company size does not moderate the effect of profitability on company value.

Keywords : Profitability, Capital Structure, Corporate Social Responsibility, Company Size, Company Value.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya tujuan setiap perusahaan adalah memperoleh keuntungan. Selain itu, perusahaan juga harus dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Salah satu cara investor menilai keberhasilan suatu perusahaan adalah dengan melihat nilainya, yang biasanya ditentukan oleh harga sahamnya. Kinerja yang baik adalah tanda bahwa suatu perusahaan dikatakan baik. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan dapat menurun atau meningkat tergantung kinerja perusahaan melalui pengelolaan yang baik, efektif, dan efisien. Besarnya laba (profit) yang dihasilkan oleh suatu perusahaan juga dapat memengaruhi nilai perusahaan. Peningkatan profitabilitas menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola sumber pembiayaan operasional dengan lebih baik, yaitu menghasilkan laba bersih yang tinggi. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa ketika investor mengelola investasi perusahaan, mereka kinerja manajemen dalam mengelola dana dengan cara yang efektif untuk mencapai laba bersih yang optimal. Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal suatu perusahaan merupakan kombinasi atau rasio utang jangka panjang dan ekuitas untuk membiayai investasinya. Dari sudut pandang investor, perusahaan besar dianggap memiliki manajemen yang lebih baik daripada perusahaan kecil, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Dengan memiliki kepercayaan yang lebih besar dalam memperoleh sumber pembiayaan sehingga memudahkannya memperoleh kredit atau pinjaman dari pihak luar.

Saat ini, perusahaan tidak lagi menghadapi tanggung jawab berdasarkan *Single Buttom Line* yaitu nilai perusahaan hanya tercermin pada posisi keuangan perusahaan, tetapi tanggung jawab perusahaan harus didasarkan pada *Triple Buttom Line*, yaitu tidak hanya keuntungan (*profit*), namun juga kemampuan memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) dan berpartisipasi aktif dalam menjaga lingkungan (*planet*). Faktanya, kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin peningkatan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, perusahaan harus memenuhi tanggung jawab sosialnya dengan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan lingkungan dan bertindak sesuai dengan harapan sosial.

Faktor lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Brigham & Houston (2019) menyatakan bahwa struktur modal adalah jumlah pembiayaan perusahaan yang berasal dari utang, ekuitas, atau penerbitan saham yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai sumber daya perusahaan. Dari sudut pandang investor, perusahaan besar dianggap memiliki manajemen yang lebih baik daripada perusahaan kecil, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Dengan memiliki kepercayaan yang lebih besar dalam memperoleh sumber pembiayaan sehingga memudahkannya memperoleh kredit atau pinjaman dari pihak luar.

Selain itu, faktor lain yang dianggap berkaitan dengan nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan menunjukkan kekuatan keuangan perusahaan. Semakin besar aset suatu

perusahaan maka semakin besar pula minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sehingga berdampak pada meningkatnya harga saham dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Karena ukuran perusahaan membuatnya lebih mudah mendapatkan dana internal dan eksternal, sehingga dianggap bahwa ukuran perusahaan dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

1. Agar harga saham naik dan mempengaruhi nilai perusahaan bagi investor, manajemen harus mempertimbangkan struktur modal, ukuran, dan profitabilitas perusahaan (Sukirni, 2015).
2. Adanya struktur modal yang tinggi menunjukkan tingkat utang yang tinggi sehingga tingkat resiko perusahaan meningkat dan menyebabkan nilai perusahaan menurun (Margini & Kusumawati, 2023).
3. Pelaksanaan CSR seharusnya tidak lagi dipandang sebagai beban bagi perusahaan, melainkan sebagai investasi dan mendapat tanggapan positif dari pelaku pasar sehingga menjadi nilai tambah bagi perusahaan (Sulbahri, 2021).

Rumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan ?

KAJIAN TEORI

Teori Agensi (Agency Theory)

Menurut Jensen & Meckling (1976) teori keagenan menjelaskan hubungan kerjasama antara pemegang saham (prinsipal) dan manajemen (agen). Pemegang saham mengharapkan manajemen mengelola perusahaan untuk kepentingan pemegang saham. Mereka berharap manajemen dapat melakukan pekerjaan mereka dengan baik, yang berarti meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya. Pada saat yang sama, manajemen diberi insentif untuk mengelola bisnis sesuai dengan kinerjanya dalam menghasilkan keuntungan. Jika kinerja bisnis

meningkat dan kesejahteraan pemegang saham meningkat, investor akan lebih tertarik untuk berinvestasi sehingga harga saham perusahaan meningkat dan nilainya meningkat.

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori ini dikemukakan oleh Spence (1973), yang menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk berbagi informasi pelaporan keuangan dengan pihak eksternal. Alasan perusahaan terdorong untuk memberikan informasi adalah adanya asimetri informasi (konflik keagenan) antara agen dan prinsipal. Hal ini dikarenakan agen mempunyai lebih banyak informasi mengenai perusahaan. Mengirimkan sinyal kepada pihak ketiga berupa informasi keuangan yang andal dapat mengurangi mengurangi informasi asimetri dan akan mengurangi ketidakpastian mengenai prospek masa depan perusahaan. Informasi perusahaan terangkum dalam laporan tahunan perusahaan yang biasanya diumumkan ke publik, sehingga laporan tahunan penting bagi semua pihak di luar perusahaan.

Nilai Perusahaan

Dalam Santoso & Susilowati (2020) menjelaskan bahwa nilai perusahaan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan dimana terdapat suatu bentuk nilai yang dapat menentukan kesehatan dan kesejahteraan perusahaan perusahaan dalam jangka panjang. Setiap perusahaan yang melakukan publikasi (*go public*) berharap harga saham yang dijualnya akan naik tinggi untuk menarik investor untuk membeli. Pasalnya, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula return bagi investor dan artinya semakin tinggi juga nilai perusahaan, hal ini berkaitan dengan tujuan perusahaan untuk memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah perbandingan yang didasarkan pada pengukuran tertentu yang bertujuan untuk mengetahui seberapa baik suatu perusahaan dapat menghasilkan laba melalui penanaman modal. Peningkatan profitabilitas menunjukkan bahwa manajemen telah mengelola sumber pembiayaan operasional dengan lebih baik, yaitu menghasilkan laba bersih yang tinggi. Tingginya profitabilitas suatu perusahaan dapat mencerminkan kesehatan perusahaan yang baik sehingga menarik investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Sedangkan profitabilitas dapat menurunkan nilai perusahaan apabila pendapatannya tidak stabil dan rawan fluktuasi selama bertahun-tahun membuat investor menjadi tidak yakin akan hasil yang akan dicapai perusahaan di masa depan (Aji & Atun, 2019).

Struktur Modal

Menurut Brigham & Houston (2019) struktur modal adalah gambaran rasio keuangan suatu perusahaan, yaitu antara modal yang dimilikinya yang berasal dari kewajiban jangka panjang dan ekuitas pemegang saham yang menjadi sumber pembiayaan perusahaan. Dalam Putri & Hastuti (2022), struktur modal merupakan suatu permasalahan yang penting bagi setiap perusahaan karena besar atau buruknya struktur modal akan berdampak pada posisi keuangan perusahaan. Struktur modal

yang tidak optimal menyebabkan biaya liabilitas yang tinggi sehingga berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Sulbahri (2021) menyatakan bahwa setiap perusahaan akan melakukan sejumlah kegiatan yang direncanakan untuk tumbuh dan berkembang menjadi bisnis yang baik. Salah satu kegiatan tersebut adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. CSR mengacu pada komitmen perusahaan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial sebagai bagian dari tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Perusahaan yang berkinerja baik dalam kegiatan lingkungan dan sosial akan mendapat respon yang baik dari konsumen melalui minatnya untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dan dari investor dalam hal harga saham yang ditawarkan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan, yang dapat dilihat dari modal yang digunakan, aset yang dimiliki, atau penjualan. Sudarsono & Harahap (2021), ukuran suatu perusahaan menunjukkan seberapa banyak atau sedikit aset yang dimilikinya. Semakin banyak aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar minat investor untuk menambahkan modal, hal ini menyebabkan harga saham semakin meningkat sehingga akan mempengaruhi pula peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian Terdahulu

Berikut ini ringkasan beberapa hasil penelitian yang terkait dengan nilai perusahaan dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi :

Tabel. 1 Penelitian Terdahulu

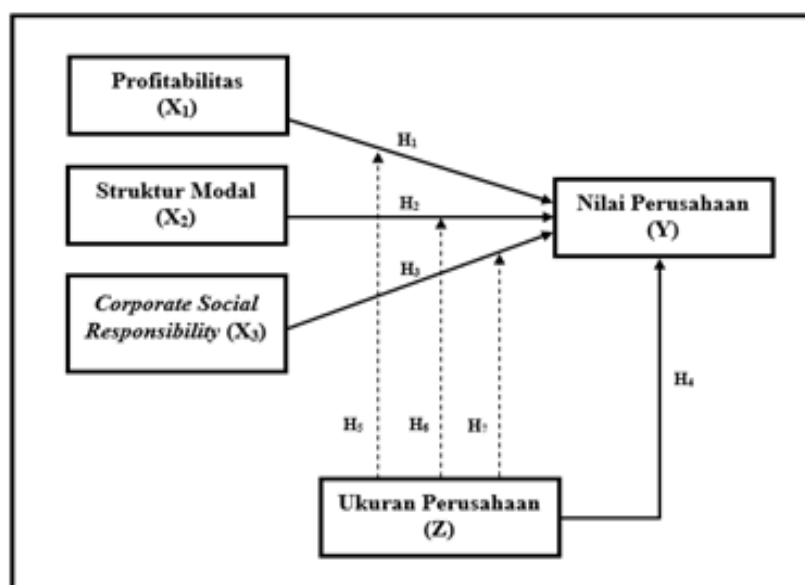
No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	
			Variabel Yang Berpengaruh	Variabel Yang Tidak Berpengaruh
1.	Samlatul Izzah (2017)	Pengaruh <i>Leverage</i> Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi.	1. <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan 2. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh <i>leverage</i> dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	
2.	Muhammad Rizal Panggabean (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan <i>Tax Avoidance</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	1. Ukuran perusahaan, Struktur modal, dan <i>Tax Avoidance</i>	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> .
3.	Annisa Octoriawan & Ellen Rusliati	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan manajerial 2. Ukuran perusahaan	

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	
			Variabel Yang Berpengaruh	Variabel Yang Tidak Berpengaruh
	(2019)	Perusahaan Dengan Moderasi Ukuran Perusahaan	mampu memoderasi pengaruh CSR dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.	
4.	Andri Waskita Aji & Fitri Fahmi Atun (2019)	Pengaruh <i>Tax Planning</i> , Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.	1. Profitabilitas 2. Likuiditas 3. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh terhadap perusahaan.	1. <i>Tax Planning</i> 2. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh <i>tax planning</i> dan likuiditas terhadap nilai perusahaan.
5.	Sudarsono & Harahap (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Kepemilikan manajerial 3. Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memoderasi pengaruh CSR dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.	1. Profitabilitas sebagai variabel moderasi tidak dapat memoderasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan.
6.	Pingkan & Pertiwi (2021)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.	1. Profitabilitas 2. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh terhadap nilai perusahaan.	
7.	Fahri, Sumarlin, & Jannah (2022)	Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Utang, dan Umur Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai variabel Moderasi.	1. Struktur modal 2. Kebijakan utang 3. Umur perusahaan 4. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal dan kebijakan utang terhadap nilai perusahaan.	1. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh umur perusahaan terhadap nilai perusahaan.
8.	Pebisitona Mesajaya Purba (2023)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi.	1. Profitabilitas 2. Ukuran perusahaan 3. Ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	
9.	Margini & Eny Kusumawati	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Struktur	1. <i>Corporate Social Responsibility</i> 2. Struktur modal	1. Ukuran perusahaan tidak mampu

No.	Nama (Tahun)	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	
			Variabel Yang Berpengaruh	Variabel Yang Tidak Berpengaruh
	(2023)	Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.		memoderasi pengaruh CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan.
10.	Herlinawati (2023)	Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.	1. Profitabilitas 2. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap perusahaan.	1. Struktur modal

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut dapat ditarik rumusan atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipotesis berikut :

- H₁ : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₂ : Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₃ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₄ : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- H₅ : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- H₆ : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
- H₇ : Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

METODE

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan fokus penelitian pada analisis profitabilitas, struktur modal, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan filosofi positivisme, yaitu studi terhadap populasi atau sampel tertentu, pengumpulan informasi dengan menggunakan alat penelitian, pelaksanaan analisis data kuantitatif atau statistik, dan bertujuan untuk mendeskripsikan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono, 2020:16).

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh dari pihak lain berupa laporan keuangan dan tahunan perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode waktu 2019-2022.

Operasionalisasi Variabel

a. Variabel Dependen

Nilai perusahaan adalah variabel terikat dalam penelitian ini, yang diproksikan menggunakan *Tobin's Q* yang dapat menunjukkan nilai pasar perusahaan.

$$Tobin's Q = \frac{MVE + Debt}{Total Assets}$$

b. Variabel Independen

Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diproksi dengan menggunakan *return on assets* (ROA). ROA merupakan ukuran yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan total aset (kekayaan) yang dimilikinya.

$$ROA = \frac{Earnings After Tax}{Total Assets}$$

Dalam penelitian ini struktur modal diproksikan menggunakan rasio utang terhadap ekuitas *Debt to equity ratio* (DER). DER merupakan rasio penilaian utang dan ekuitas. Rasio ini membandingkan seluruh utang termasuk utang jangka pendek terhadap total ekuitas.

$$DER = \frac{Total Debt}{Total Equity}$$

Pengukuran CSR dalam penelitian ini mengacu pada standar *Global Reporting Initiatives* (GRI) karena berfokus pada standar pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, dan masyarakat untuk meningkatkan pemanfaatan pelaporan berkelanjutan.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

c. Variabel Moderasi

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan menjadi variabel moderasi. Beberapa factor yang dapat digunakan untuk mengukur seberapa besar ukuran suatu perusahaan yaitu dari jumlah

modal yang digunakan, total aset, dan total penjualan. Penelitian ini menggunakan besarnya total aset perusahaan untuk menilai ukuran perusahaan.

$$SIZE = LN (Total Assets)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemilihan sampel dalam penelitian ini sepenuhnya dilakukan berdasarkan pertimbangan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode pengamatan yaitu 2019-2022.
2. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan untuk periode yang berakhir pada tanggal 31 Desember mulai tahun 2019-2022.
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability reporting*) atau informasi sosial lainnya selama tahun 2019-2022.
4. Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam satuan Rupiah.
5. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2019-2022.

Berikut ini adalah uraian proses penentuan sampel perusahaan manufaktur sektor industri yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 2. Kriteria Pemilihan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2019 – 2022	48
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan dan tahunan secara lengkap mulai tahun 2019 – 2022.	(8)
3	Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dengan satuan selain Rupiah.	(3)
4	Perusahaan yang mengalami kerugian selama tahun 2019 – 2022.	(18)
5	Perusahaan sektor industri yang terkena <i>outlier</i> .	(2)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel		17
Jumlah tahun penelitian		4
Jumlah data selama tahun penelitian		68

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Adapun perusahaan yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3. Daftar Perusahaan yang Dijadikan Sampel

No.	Kode	Nama Perusahaan
1	APII	Arita Prima Indonesia Tbk.
2	ARNA	Arwana Citramulia Tbk.
3	ASGR	Astra Graphia Tbk.
4	ASII	Astra International Tbk.
5	BHIT	MNC Asia Holding Tbk.
6	BLUE	Berkah Prima Perkasa Tbk.
7	CAKK	Cahayaputra Asa Keramik Tbk.
8	CCSI	Communication Cable Systems Indonesia Tbk.
9	IMPC	Impack Pratama Industri Tbk.
10	KONI	Perdana Bangun Pusaka Tbk.

11	MARK	Mark Dynamics Indonesia Tbk.
12	MFMI	Multifiling Mitra Indonesia Tbk.
13	MLIA	Mulia Industrindo Tbk.
14	SCCO	Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk.
15	SKRN	Superkrane Mitra Utama Tbk.
16	SPTO	Surya Pertiwi Tbk.
17	UNTR	United Tractors Tbk.

Sumber : www.idx.co.id

Hasil penelitian

Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini alat statistik yang digunakan untuk menganalisis data adalah menggunakan program *Eviews* v.12. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji variabel moderasi dalam hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 4. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	TOBINS Q	ROA	DER	CSR	SIZE
Mean	1.942880	0.082727	0.728344	0.468972	27.67011
Median	1.107591	0.065361	0.577049	0.472527	28.10949
Maximum	7.852174	0.363620	1.989027	0.593407	33.65519
Minimum	0.424281	0.000407	0.065112	0.389670	19.92899
Std. Dev.	1.738333	0.072422	0.506759	0.054050	3.240942

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Tabel 4.** dapat diketahui bahwa jumlah observasi (N) dari penelitian ini 68 data. Sampel tersebut diambil dari data perusahaan yang telah memenuhi kriteria penelitian, maka dapat dijelaskan hasil analisis statistik deskriptif sebagai berikut :

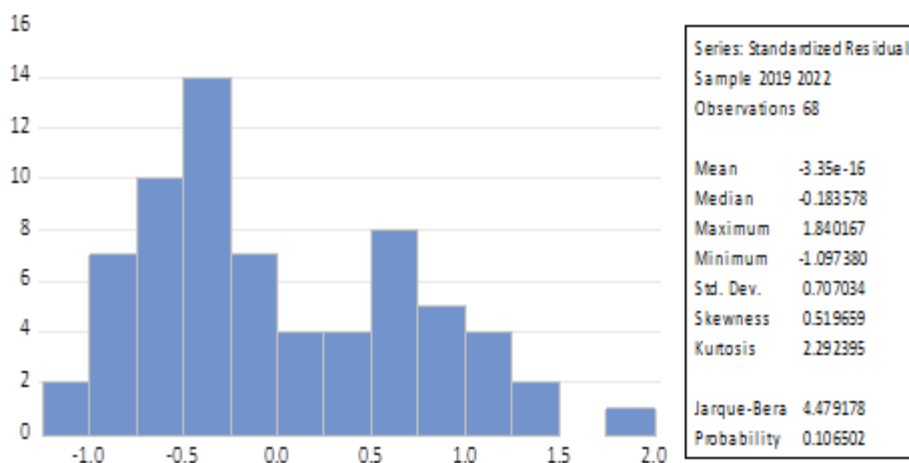
- Variabel nilai perusahaan yang diproksi menggunakan Tobins'Q memiliki nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 7,852174 terdapat pada tahun 2022. Nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,424281 terdapat pada tahun 2022. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 1,942880 dan standar deviasi sebesar 1,738333.
- Untuk variabel profitabilitas yang diproksi menggunakan ROA memiliki nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 0,363620 terdapat pada tahun 2021. Nilai terendah (*minimum*) sebesar 0,000407 terdapat pada tahun 2020. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,082727 dan nilai standar deviasi sebesar 0,072422.
- Pada variabel struktur modal yang diproksi menggunakan DER memiliki nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 1,989027 terdapat pada tahun 2020. Nilai terendah (*minimum*)

sebesar 0,065112 terdapat pada tahun 2021. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,728344 dan nilai standar deviasi sebesar 0,506759.

- d) Dalam variabel *corporate social responsibility* yang diproksi menggunakan CSRI memiliki nilai tertinggi (*maximum*) sebesar 0,593407 terdapat pada tahun 2022. Nilai terendah (*minimum*) 0,329670 terdapat pada tahun 2019. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,468972 dan nilai standar deviasi sebesar 0,054050.
- e) Pada variabel ukuran perusahaan yang diproksi menggunakan SIZE memiliki nilai tertinggi (*maximum*) 33,65519 terdapat pada tahun 2022. Nilai terendah (*minimum*) sebesar 19,92899 terdapat pada tahun 2019. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 27,67011 dan nilai standar deviasi sebesar 3,240942.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



Gambar 2. Hasil Uji Normalitas
Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Gambar 2.** dapat diketahui bahwa nilai probability sebesar 0,106502. Hal ini menunjukkan bahwa nilai probability $0,106502 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	1.238648	194.4823	NA
ROA	1.312912	2.476104	1.065311
DER	0.027839	3.424739	1.105986
CSR	2.328066	81.44581	1.052173
SIZE	0.000669	81.49060	1.086233

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Tabel 5.** di atas yang menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas dari ke empat variabel nilai *variance inflation factor* < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test Glejser

Null hypothes is : Homoskedasticity

F-statistic	1.067761	Prob. F (7,60)	0.3952
Obs *R-squared	7.532557	Prob. Chi-Square (7)	0.3756
Scaled explained SS	6.990617	Prob. Chi-Square (7)	0.4299

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Tabel 6.** di atas hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai probability dari variabel independen > 0,05 yang berarti variabel independen terbebas dari pelanggaran asumsi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi

F-statistic	9.548850	Durbin-Watson stat	1.961932
Prob (F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Tabel 7.** di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (dW) sebesar 1,961932 dengan jumlah variabel independen sebanyak (K) = 7 dan jumlah Observasi (n) = 68, sehingga pada tabel Durbin-Watson menghasilkan nilai dU sebesar 1.8395 dan dL 1,3893. Berdasarkan kriteria uji autokorelasi bahwa $dU < dW < 4 - dU$, karena dU sebesar $1,8395 < dW$ sebesar $1,9619 < 4 - dU$ sebesar 2,1605, maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi dalam model regresi.

2. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.161080	1.837520	-0.087662	0.9304
ROA	5.162547	1.528342	3.377875	0.0013
DER	-3.945592	1.523107	-2.590488	0.0120
CSR	-0.314885	0.177155	-1.777455	0.0806
SIZE	-0.198797	0.050499	-3.936652	0.0002
ROA_SIZE	0.047722	0.089130	0.535419	0.5943
DER_SIZE	0.180603	0.052472	3.441899	0.0011
CSR_SIZE	1.773315	0.632780	2.802418	0.0068

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Penelitian regresi berganda yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah :

$$\begin{aligned} \text{Tobins}'Q = & -0,161080 + 5,162547(\text{ROA}) - 3,945592(\text{DER}) - 0,314885(\text{CSR}) - \\ & 0,198797(\text{SIZE}) + 0,047722(\text{ROA}*\text{SIZE}) + 0,180603(\text{DER}*\text{SIZE}) + \\ & 1,773315(\text{CSR}*\text{SIZE}) + \varepsilon \end{aligned}$$

Berdasarkan persamaan koefisien regresi linier berganda diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Konstanta nilai perusahaan sebesar -0,161080, artinya bahwa jika variabel independen yang merupakan ROA, DER, CSR, dan SIZE diabaikan maka nilai perusahaan menurun sebesar 0,161080.
- b) Koefisien regresi profitabilitas (ROA) sebesar 5,162547, artinya apabila profitabilitas mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 5,162547.
- c) Koefisien regresi struktur modal (DER) sebesar -3,945592, artinya apabila struktur modal mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan menurun sebesar 3,945592.
- d) Koefisien regresi *corporate social responsibility* (CSR) sebesar -0,314885, artinya apabila *corporate social responsibility* mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan menurun sebesar 0,314885.
- e) Koefisien regresi ukuran perusahaan (SIZE) sebesar -0,198797, artinya apabila ukuran perusahaan mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan menurun sebesar 0,198797.
- f) Koefisien regresi profitabilitas (ROA) yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan sebesar 0,047722, artinya apabila profitabilitas mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan meningkat 0,047722.
- g) Koefisien regresi struktur modal (DER) yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan sebesar 0,180603, artinya apabila struktur modal mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 0,180603.
- h) Koefisien regresi *corporate social responsibility* (CSR) yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan sebesar 1,773315, apabila *corporate social responsibility* mengalami kenaikan satu satuan dengan nilai asumsi variabel lain sama dengan nol atau tetap, maka nilai perusahaan meningkat sebesar 1,773315.

b. Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 9. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Persamaan I

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.798699	1.112946	-2.514677	0.0145
ROA	6.004365	1.145824	5.240217	0.0000
DER	0.604970	0.166849	3.625848	0.0006
CSR	3.674725	1.525800	2.408392	0.0190
SIZE	0.016575	0.025862	0.640898	0.5239

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai koefisien profitabilitas (ROA) sebesar 6,004365, artinya setiap kenaikan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 6,004363.
- b) Nilai koefisien struktur modal (DER) sebesar 0,604970, artinya setiap kenaikan struktur modal akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,604970.
- c) Nilai koefisien *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 3,674725, artinya setiap kenaikan *corporate social responsibility* akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 3,674725.
- d) Nilai koefisien ukuran perusahaan (SIZE) sebesar 0,016575, artinya setiap kenaikan ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,016575.

Tabel 10. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Persamaan II

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.161080	1.837520	-0.087662	0.9304
ROA	5.162547	1.528342	3.377875	0.0013
DER	-3.945592	1.523107	-2.590488	0.0120
CSR	-0.314885	0.177155	-1.777455	0.0806
SIZE	-0.198797	0.050499	-3.936652	0.0002
ROA_SIZE	0.047722	0.089130	0.535419	0.5943
DER_SIZE	0.180603	0.052472	3.441899	0.0011
CSR_SIZE	1.773315	0.632780	2.802418	0.0068

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Nilai koefisien profitabilitas (ROA) sebesar 5,162547, artinya setiap kenaikan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 5,162547. Dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0013, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b) Nilai koefisien struktur modal (DER) sebesar -3,945592, artinya setiap kenaikan struktur modal akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 3,945592. Dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0120, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c) Nilai koefisien *corporate social responsibility* sebesar -0,314885, artinya setiap kenaikan *corporate social responsibility* akan menurunkan nilai perusahaan sebesar -0,314885. Dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0806, nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- d) Nilai koefisien ukuran perusahaan (SIZE) sebesar -0,198797, artinya setiap kenaikan ukuran perusahaan akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,198797. Dan memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0002, nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

- e) Nilai koefisien interaksi ROA*SIZE sebesar 0,047722 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,5943, yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
- f) Nilai koefisien interaksi DER*SIZE sebesar 0,180603 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0011, yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
- g) Nilai koefisien interaksi CSR*SIZE sebesar 1,773315 dan nilai probabilitas signifikansi 0,0068, yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

c. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Tabel 11. Hasil Uji Kelayakan Model

F-statistic	9.548850	Durbin-Wats on stat	1.961932
Prob (F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan hasil pengujian pada **Tabel 11.** di atas menunjukkan bahwa hasil F-test sebesar 9,548850 dengan probability sebesar $0,000000 < 0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini layak digunakan.

d. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Tabel 12. Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-0.161080	1.837520	-0.087662	0.9304
ROA	5.162547	1.528342	3.377875	0.0013
DER	-3.945592	1.523107	-2.590488	0.0120
CSR	-0.314885	0.177155	-1.777455	0.0806
SIZE	-0.198797	0.050499	-3.936652	0.0002
ROA_SIZE	0.047722	0.089130	0.535419	0.5943
DER_SIZE	0.180603	0.052472	3.441899	0.0011
CSR_SIZE	1.773315	0.632780	2.802418	0.0068

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Tabel 12.** di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) Variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0013 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Menunjukkan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang positif.
- b) Variabel struktur modal (DER) memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0120 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Menunjukkan bahwa struktur modal mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang negatif.

- c) Variabel *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0806 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_3 ditolak. Menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang negatif.
- d) Variabel ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,0002 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_4 diterima. Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang negatif.
- e) Variabel profitabilitas (ROA) yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai koefisien regresi 0,047722 dan *t-statistic* sebesar 0,535419 nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,5943 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_5 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang positif.
- f) Variabel struktur modal (DER) yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai koefisien regresi 0,180603 dan *t-statistic* sebesar 3,441899 dengan nilai probabilitas 0,0011 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_6 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang positif.
- g) Variabel *corporate social responsibility* (CSR) yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai koefisien regresi 1,773315 dan *t-statistic* sebesar 2,802418 dengan nilai probabilitas 0,0068 yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_7 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan koefisien variabel menunjukkan arah yang positif.

e. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

R-squared	0.801711
Adjusted R-squared	0.717332
S.E. of regression	0.924211

Sumber : Hasil pengolahan Data *Eviews*, 2023.

Berdasarkan **Tabel 13.** di atas, nilai Adjusted R-squared sebesar 0,717332. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dan moderasi sebesar 71,73%. Sedangkan sisanya 28,27% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

a. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi menunjukkan prospek perusahaan yang baik sehingga memicu permintaan saham oleh investor. Respon positif dari investor akan meningkatkan harga saham dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Pingkan & Pertiwi (2021) serta Purba (2023) bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang mengemukakan apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat begitu juga sebaliknya jika profitabilitas menurun maka nilai perusahaan juga akan menurun.

b. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Struktur Modal Berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai suatu perusahaan menurun jika penggunaan utang dalam perusahaan bertambah disebabkan oleh relatif kecilnya jumlah dana internal yang dimiliki perusahaan karena perusahaan memperoleh laba yang rendah.

Penelitian ini sejalan dengan Panggabean (2018) serta Fahri et al. (2022) bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan bahwa perusahaan dengan struktur modal yang rendah menunjukkan bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan modal sendiri untuk membiayai kegiatan operasionalnya dan lebih sedikit utang serta perusahaan tidak mempunyai beban untuk membayar bunga.

c. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Teori Sinyal menyatakan bahwa perusahaan terdorong untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal, namun demikian pengungkapan CSR belum tentu meningkatkan nilai perusahaannya dan perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR belum tentu mempunyai nilai perusahaan yang rendah.

Penelitian ini sejalan dengan Panggabean (2018) serta Mesrawati & Sagala (2023) bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Yang menyatakan karena faktor-faktor seperti pengungkapan CSR yang rendah dan variabel CSR yang tidak dapat diukur secara langsung, sehingga CSR tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

d. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan jumlah aset yang besar belum memberikan keyakinan kepada investor tentang kemampuan perusahaan untuk mengelola aset yang ada. Karena semakin besar perusahaan akan berdampak pada kegiatan operasionalnya, sehingga diperlukan peningkatan jumlah aset. Satu sumber dana untuk penambahan aset tersebut berasal dari hutang kepada kreditur.

Penelitian ini sejalan dengan Panggabean (2018) serta Purba (2023) ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, teori keagenan mengatakan bahwa perusahaan besar memiliki biaya keagenan yang lebih tinggi daripada perusahaan kecil. Berbagai biaya yang muncul akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan, yang berarti bahwa dividen yang diterima investor akan lebih sedikit dan akan menurunkan nilai perusahaan.

e. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan Tidak Mampu Memoderasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang diukur menggunakan jumlah aset tidak memperkuat penilaian investor terhadap tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan tidak memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Apriliyanti et al. (2019) serta Aisyah & Sartika (2022), ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan keputusan seorang investor untuk menanamkan modalnya atau keputusan seorang investor untuk membeli saham suatu perusahaan tidak didasarkan pada tingkat profitabilitas. Hal ini dikarenakan besar kecilnya rasio profitabilitas dapat dimanipulasi oleh manajemen perusahaan agar terlihat baik, sehingga investor tidak akan membeli saham suatu perusahaan karena rasio profitabilitasnya tinggi.

f. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan Mampu Memoderasi (Memperkuat) Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar suatu perusahaan, biasanya investor akan semakin mempercayai perusahaan tersebut. Perusahaan dinilai mampu mengelola dan mengendalikan struktur modal perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan yang diukur dari total aset maka akan semakin mudah memperoleh dana untuk mengembangkan usaha perusahaan yang jumlahnya besar dalam bentuk hutang, dengan kata lain besar kecilnya suatu perusahaan mempengaruhi struktur modal perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Fahri et al. (2022) serta Herlinawati (2023) ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan bahwa perusahaan besar lebih mampu menarik para investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Karena perusahaan yang berukuran besar memiliki kepercayaan yang besar pula dalam memperoleh sumber dana sehingga mudah memperoleh kredit atau pinjaman dari pihak luar.

g. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan CSR-nya. Pengungkapan CSR yang lebih luas akan memberikan dampak yang baik terhadap citra perusahaan, Citra perusahaan yang baik akan membuat investor tertarik untuk berinvestasi sehingga harga saham perusahaan akan naik, hal ini akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Octoriawan & Rusliati (2019) serta Sudarsono & Harahap (2021), ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, yang menyatakan perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi karena menghadapi risiko politik yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Serta perusahaan yang lebih besar akan memiliki pemegang saham yang peduli terhadap program sosial dalam laporan tahunannya, yang merupakan salah satu cara untuk menyebarkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, pada sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.
2. Struktur modal (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pada sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.
3. *Corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.
4. Ukuran perusahaan (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pada sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2022.
5. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
6. Ukuran perusahaan mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

7. Ukuran perusahaan mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Bagi penelitian selanjutnya, diharapkan dapat menambahkan variabel independen lain yang mungkin memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan seperti kebijakan dividen, reputasi perusahaan dan lainnya. Agar hasil penelitian dapat digunakan secara umum dan luas, maka dapat memperluas objek penelitian pada perusahaan yang bergerak dalam sektor lainnya. Selain itu dapat menambah data dengan memperpanjang periode penelitian.
- b) Bagi perusahaan, diharapkan agar mengungkapkan kegiatan CSR sesuai dengan standar yang diterima secara internasional, seperti standar pelaporan GRI yang terbaru yaitu standar G4. Ini dilakukan agar perusahaan dapat mengetahui apakah mereka melaporkan kegiatan CSR dengan benar atau tidak. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan lebih banyak CSR memiliki nilai yang lebih tinggi, karena investor tertarik berinvestasi dalam bisnis yang memiliki tingkat tanggung jawab sosial yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A. W., & Atun, F. F. (2019). Pengaruh *Tax Planning*, Profitabilitas, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 9(3), 222-234.
- Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Hidayatullah*, 1(2), 128-135.
- Apriliyanti, V., Hermi, & Herawaty, V. (2019). Pengaruh Kebijakan Hutang, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan, Dan Kesempatan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 6(2), 201-224.
- Apriyani, Y. F., & Sutjahyani, D. (2018). *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)*. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(1), 69-78.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dayanty, A., & Setyowati, W. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Perdagangan, Jasa, Dan Investasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 77-87.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Firda, Y., & Efriadi, A. R. (2020). Pengaruh *CSR Disclosure, Firm Size, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi Perusahaan Pertambangan Di BEI*. *Indonesian Journal Of Economics Application*, 2(1), 34-43.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariat Dan Ekonometrika Teori, Konsep, Dan Aplikasi Dengan Program EViews 10 (Edisi Sembilan)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanafi, M. M. (2018). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: PBF.
- Hanafi, M. M., & Halim, A. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Periode 2018-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1-8.

- Ilham, M. I., Sudarmaji, E., & Fujianti, L. (2020). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan : Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Conference: Konferensi Ilmiah Akuntansi 7*, 1-20.
- Iskandar. (2016). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada *Consumer Goods* Industri Di Indonesia. *Conference On Management And Behavioral Studies*, 259-267.
- Junardi. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2), 68-79.
- Kasmir. (2021). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Kusumawati, R., & Rosady, I. (2018). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(2), 147-160.
- Margini, & Kusumawati, E. (2023). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Non Keuangan Tercatat Di BEI Periode 2019-2021). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(6), 7261-7275.
- Mesrawati, & Sagala, D. A. (2023). *Analysis Of The Influence Of Profitability, Company Size, Social Responsibility, And Capital Structure On Firm Value In Manufacturing The Consumer And Goods Industry Sector. Management Studies And Enterpreneurhsip Journal*, 4(1), 315-329.
- Octoriawan, A., & Rusliati, E. (2019). *Corporate Social Responsibility*, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 11(2), 60-68.
- Panggabean, M. R. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan *Tax Advoince* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur Yang Masuk Dalam LQ45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2017). *Jurnal Kajian Bisnis*, 26(1), 82-94.
- Prasetya, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2020). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal EMBA*, 2(2), 879-889.
- Purba, P. M. (2023). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Farmasi Di Indonesia). *Jurnal Equilibrium*, 4(1), 17-27.
- Santoso, A., & Susilowati, T. (2020). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 156-167.
- Sari, D. N. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(1), 2-18.
- Siswanti, D. E., & Ngumar, S. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1-20.
- Sudarsono, & Harahap, A. S. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *9 Th Applied Business And Engineering Conference*, 4(1), 2053-2072.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sukirni, D. (2015). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai Perusahaan. *Accounting Analysts Journal, Vol.1* (2).
- Sulbahri, R. A. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, Universitas Tridianti Palembang*, 16(2), 215-226.
- Wardhani, K. W., Titisari, K. H., & Suhendro. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Dan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Journal Of Economics And Business*, 5(1), 37-45.
- Widarjono, A. (2018). *Ekonometrika Pengantar Dan Aplikasi Panduan Eviews* (Edisi 5). Yogyakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.