



**PENGARUH PROFITABILITAS, *SIZE*, KEPEMILIKAN
MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2016-2018)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Oleh:

NAFA RISKY LESTARIWATI

NPM. 216.01.08.2198



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN AKUNTANSI**

2020



**PENGARUH PROFITABILITAS, *SIZE*, KEPEMILIKAN
MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL
PEMODERASI**

**(Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2016-2018)**

Oleh :

NAFA RISKY LESTARIWATI

NPM. 21601082198

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Profitabilitas, *Size* dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan untuk variabel moderating menggunakan metode *absolut residual*. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 63 perusahaan selama periode penelitian 2016-2018 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Profitabilitas, *Size* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, dan CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas, *Size*, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Profitabilitas, *Size*, Kepemilikan Manajerial, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan



**PROFITABILITY, SIZE, MANAGERIAL OWNERSHIP OF CORPORATE
VALUES WITH COMPANY'S SOCIAL RESPONSIBILITY AS A
MODERATING VARIABLE**

*(Case Study of Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock
Exchange in 2016-2018)*

By :

NAFA RISKY LESTARIWATI

NPM. 21601082198

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of profitability, company size and managerial ownership on firm value, and determine the role of CSR in moderating the influence of the causal relationship on profitability, company size and managerial ownership on the value of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). This study took a sample of 63 companies during the study period 2016-2018 by using purposive sampling method. Technical analysis using regression analysis methods. Hypothesis testing results show that profitability, size has a significant negative effect on firm value, managerial ownership does not have a significant negative effect on firm value, CSR has a significant positive effect on firm value, and CSR is unable to moderate the relationship between profitability, size, and managerial ownership of firm value.

Keywords : Profitabilitas, Size, Managerial Ownership , Corporate Social Responsibility, Company Values and Profitability.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perkembangan ekonomi dan bisnis yang ada di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Ditandai dengan adanya banyak perusahaan – perusahaan baru yang muncul membuat persaingan semakin ketat. Untuk meningkatkan kinerja suatu perusahaan tersebut berlomba – lomba supaya menjadi yang terbaik dalam bidangnya masing – masing. Tujuan dari didirikannya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan atau mendapatkan laba secara semaksimal mungkin supaya bisa meningkatkan nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan merupakan sebuah cerminan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan dapat dilihat atau dinilai dari harga saham suatu perusahaan stabil atau terus meningkat dalam jangka panjang. Jika nilai saham meningkat berarti perusahaan bisa meningkatkan inovasi kinerja perusahaan secara maksimal, artinya dana yang dibutuhkan perusahaan lebih besar untuk mewujudkannya. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka akan banyak investor yang mempercayakan modalnya terhadap perusahaan tersebut. Hal tersebut bisa menguntungkan bagi perusahaan. Oleh karena itu dalam meningkatkan kinerja perusahaan maka perusahaan melakukan *go public* untuk memberikan sinyal positif kepada para investor.

Dalam perkembangan industri, banyak perusahaan – perusahaan manufaktur di Indonesia yang berkembang dengan pesat pada saat ini. Menurut data kementerian perindustrian bahwa terdapat beberapa sektor unggulan dari perusahaan manufaktur yang bisa meningkatkan produktivitas di bidang tersebut sehingga bisa bersaing secara nasional maupun internasional serta mendapatkan investasi yang besar bagi perusahaan tersebut. Persaingan yang ketat dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan bersaing dalam peningkatan kinerja perusahaan agar bisa mencapai tujuan dari perusahaan tersebut. Setiap perusahaan manufaktur mempunyai keunggulan dalam mempertahankan bisnisnya disetiap periode dan mendapatkan keuntungan yang maksimal, karena dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi bisa memberikan dampak kepada para pemegang saham untuk mempertahankan investasinya dan bisa menarik perhatian para calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Menurut Rudangga dan Sudiarta (2016), harga saham merupakan salah satu unggulan penilaian dalam nilai perusahaan. Apabila harga saham mengalami ketidakstabilan maka calon investor akan ragu untuk mempercayakan investasinya terhadap perusahaan tersebut, sebaliknya jika harga saham stabil atau terus mengalami peningkatan maka calon investor akan mempercayakan modalnya untuk berinvestasi terhadap perusahaan tersebut. Nilai perusahaan bisa memperlihatkan keuntungan perusahaan dari nilai asset, hutang, dan modal yang dimiliki oleh perusahaan (Mustofa, 2018).

Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi yang telah dicapai oleh perusahaan sebagai bentuk dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan operasional perusahaan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini (Noerirawan, 2012). Nilai perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dalam hal ini, karena nilai perusahaan bisa diartikan sebagai nilai pasar (*market value*) yang dibutuhkan para investor agar tetap melakukan investasi pada perusahaan dan bisa mensejahterakan para pemegang saham secara maksimal. Kekayaan dari para pemegang saham dan perusahaan dapat diketahui dengan adanya harga pasar saham yang merupakan gambaran dari pengambilan keputusan investasi, manajemen asset dan juga pendanaan (*Financing*). Adapun beberapa faktor yang bisa mempengaruhi meningkatnya nilai perusahaan, yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial dan *Corporate Social Responsibility*.

Profitabilitas merupakan kemampuan dimana sebuah perusahaan bisa menghasilkan profit atau laba perusahaan. Menurut Lukviarman (2006:33) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba yang berhubungan dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Semakin tinggi nilai rasio profitabilitas suatu perusahaan maka perusahaan semakin efisien dalam meningkatkan laba (Kasmir, 2012:114). Pada rasio profitabilitas ini juga bisa sebagai tolak ukur perusahaan dalam mendapatkan laba. Para investor melihat laba sebagai indikator kinerja perusahaan dalam mengembangkan atau mengelola perusahaannya. Dengan demikian, perusahaan harus terus

memperbaiki kinerja perusahaan supaya mendapatkan profit yang tinggi. Sehingga bisa menyebabkan para investor untuk mempercayakan investasinya kepada perusahaan yang bisa membuat laba perusahaan meningkat. Dengan cara menarik minat investor inilah yang dapat meningkatkan laba perusahaan sehingga nilai suatu perusahaan juga meningkat.

Menurut Pratama dan Wiksuana (2016), profitabilitas yang semakin tinggi dimiliki oleh suatu perusahaan maka bisa mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi juga sehingga bisa meningkatkan kinerja perusahaan yang baik pula. Bagi para karyawan, dengan adanya tingkat profitabilitas yang tinggi maka akan berdampak dengan adanya peluang peningkatan gaji mereka. Tingkat efisiensi dan efektifitas yang tinggi sangat dibutuhkan oleh perusahaan karena bisa menciptakan laba yang tinggi. Nilai perusahaan dianggap baik apabila mampu mensejahterakan para pemegang saham karena meningkatnya profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, jika perusahaan tidak mempunyai tingkat profitabilitas yang baik maka investor akan menarik investasinya dan menganggap kinerja perusahaan menurun.

Selain dari faktor profitabilitas yang mempengaruhi nilai perusahaan, *size* atau ukuran perusahaan juga mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya ukuran aset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Riyanto (2013:313), Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Perusahaan sendiri

dikategorikan dalam dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Ukuran perusahaan bisa mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar nilai perusahaan maka semakin besar pula perusahaan dalam mendapatkan dana secara internal maupun eksternal. Perusahaan yang berskala besar cenderung memiliki kondisi yang stabil dari tahun ke tahun. Peningkatan permintaan saham akan berujung pada naiknya harga saham perusahaan di pasar modal yang mengakibatkan nilai perusahaan naik.

Dana yang diperoleh tersebut bisa digunakan untuk mengembangkan perusahaan apabila perusahaan mempunyai ukuran atau skala yang besar. Perusahaan yang mempunyai skala ukuran besar mencerminkan kesejahteraan pemegang saham dan nilai perusahaan akan meningkat dibarengi dengan harga saham yang meningkat. Ini yang bisa menyebabkan calon investor mempercayakan investasinya kepada perusahaan. Dana inilah yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja maupun menambah kreasi dengan berinovasi produk dan pelayanan yang baru, sehingga membuat perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih dan mensejahterakan para pemegang saham.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan yang secara aktif bisa terlibat dalam pengambilan keputusan. Menurut Sulistiono (2010), kepemilikan manajerial merupakan keadaan dimana seorang manajer dan direksi menjadi bagian di dalam pemegang saham perusahaan itu sendiri. Pemilik

perusahaan sebagai pemegang saham memberikan tugas kepada manajer untuk mengelola perusahaan yang dimiliki dengan semaksimal mungkin dalam menaikkan nilai perusahaan. Sebagai seorang manajer yang sudah diberi tugas harus bisa mengelola perusahaan dengan mengoptimalkan kinerja perusahaan untuk membuat keputusan yang terbaik bagi pemegang saham.

Kepemilikan manajerial mempunyai keterkaitan dengan teori agensi, dimana teori agensi merupakan pemisahan antara manajer dengan pemegang saham sehingga memunculkan biaya keagenan akibat tidak adanya keselarasan tujuan kepentingan. Konflik agen bisa terjadi dalam sebuah perusahaan dengan adanya perbedaan yang tidak sesuai dengan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Biasanya manajer lebih mementingkan kepentingan pribadinya daripada kepentingan pemegang saham. Hal ini bisa terjadi biasanya karena diri sendiri termotivasi untuk lebih mengutamakan kepentingan masing – masing pribadi. Terjadinya konflik keagenan bisa menyebabkan pengaruh terhadap nilai perusahaan karena akan berdampak pada penilaian investor. Terdapat alternatif yang digunakan untuk meminimalisir biaya keagenan dengan cara kepemilikan saham oleh manajemen dan kepemilikan saham dengan institusional. Penelitian ini lebih terfokus pada kepemilikan saham oleh manajemen.

Manajer diharapkan mampu bertindak sesuai dengan keinginan para pemegang saham. Menurut Christiawan dan Tarigan (2007), keputusan dan aktivitas manajer yang tidak mempunyai saham di dalam

perusahaan itu atau murni sebagai seorang manajer berbeda dengan keputusan manajer jika mempunyai saham di dalam perusahaan itu. Kepemilikan saham oleh manajer yang ada di dalam perusahaan itu, bisa membuat manajer termotivasi dalam melakukan kinerja di perusahaan tersebut. Sehingga tidak ada lagi konflik yang terjadi antara manajer dengan pemegang saham karena sudah menyelaraskan tujuan kepentingan yang sama dengan adanya kepemilikan manajerial ini. Tujuan perusahaan akan tercapai dengan baik apabila dikelola secara baik dan lebih efektif secara bersama – sama antara manajer dan direktur yang akan membuat nilai perusahaan tersebut meningkat pula. Hal ini bisa menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut jika perusahaan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi maka perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan sehingga bisa mensejahterakan para pemegang saham.

Selain itu, *Corporate Social Responsibility* juga mempengaruhi nilai perusahaan dalam menarik minat para investor untuk menamakan sahamnya di perusahaan tersebut. Investor sekarang lebih memilih perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial dalam laporan keuangan tahunannya. Dalam penelitian ini, *Corporate Social Responsibility* digunakan sebagai variabel pemoderasi dikarenakan perusahaan didirikan tidak hanya mempunyai tujuan ekonomi saja tetapi juga tujuan sosial. Tujuan sosial ini lebih menitikberatkan tanggung jawab sosial bukan laba yang sebagai prioritas. Tanggung jawab perusahaan semestinya harus memperhatikan pembangunan ekonomi, sosial serta

menjaga lingkungan untuk pembangunan berkelanjutan sehingga muncul untuk mengurangi dampak negatif akibat aktivitas perusahaan dengan cara pengembangan *Corporate Social Responsibility*. Persaingan perindustrian saat ini, hampir semua perusahaan yang terdaftar di BEI telah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunannya. Sesuai dengan pasal 74 Undang – Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, pemerintah mewajibkan perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan erat dengan sumber daya alam melakukan tanggung jawab sosial serta lingkungan. Kepedulian kepada masyarakat sekitar komunitas bisa diartikan dengan sangat luas, namun secara singkat dapat diartikan sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas (Daniri, 2008).

CSR juga bisa berkaitan dengan *stakholder*, kelangsungan hidup perusahaan dan juga kesejahteraan masyarakat. CSR juga berkaitan dengan teori legitimasi, yang bisa memberikan pandangan penting terhadap praktik pengungkapan sosial perusahaan. Perusahaan akan berusaha memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan melaksanakan program – program yang dibutuhkan oleh masyarakat. Dalam rangka efisiensi perusahaan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya harus mampu mempunyai prioritas utama, strategi dan juga laba jangka panjang yang bisa bermanfaat untuk *stakholder*. Perusahaan dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan

direspons oleh investor melalui peningkatan harga saham. Apabila perusahaan mempunyai kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari pihak investor kemudian akan direpon negatif dalam penurunan harga saham yang bisa berdampak pada penurunan nilai perusahaan (Almilia dan Wijayanto, dalam Thohiri 2011). *Corporate Social Responsibility* sebagai pemoderasi diharapkan mampu semakin memperkuat hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.

Pada penelitian terdahulu terdapat hasil yang berbeda – beda, yaitu Pramana dan Mustanda (2016) menemukan bahwa profitabilitas dan *size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan tidak mampu memoderasi *size* terhadap nilai perusahaan. Hargiansyah (2015) menemukan bahwa ukuran perusahaan, *leverage* dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Malino dan Wirawati (2017) menemukan bahwa profitabilitas, kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan CSR mampu memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan tidak mampu memoderasi kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH PROFITABILITAS, SIZE, DAN KEPEMILIKAN MANAJERIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI”**

**(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016 – 2018.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 - 2018 ?
2. Bagaimana Pengaruh *Size* Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 ?
3. Bagaimana Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 ?
4. Bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 ?
5. Bagaimana Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 ?
6. Bagaimana Pengaruh *Size* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada

perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 ?

7. Bagaimana Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018 ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.

5. Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Size* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.
7. Untuk mengetahui pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa berguna sebagai bahan masukan atau wawasan untuk ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan nilai perusahaan dan juga bisa sebagai referensi untuk mahasiswa ekonomi akuntansi dan manajemen dapat dijadikan sebagai pedoman pustaka untuk penelitian referensi selanjutnya yang

berkaitan dengan profitabilitas, *size*, kepemilikan manajerial dan *Corporate Social Responsibility*.

b. Bagi Bidang Ilmu Pasar Modal dan Teori Portofolio dan Investasi

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan informasi ataupun untuk menambah wawasan untuk dijadikan sebuah pertimbangan dalam pengambilan keputusan dalam melakukan investasi terutama pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi dan memberikan pemikiran ataupun informasi kepada perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk sebagai alat mengetahui pengaruh profitabilitas, *size*, dan kepemilikan manajerial dalam suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan serta mampu meningkatkan *Corporate Social Responsibility*.

b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi, informasi serta masukan untuk dijadikan sebuah bahan pertimbangan pengambilan keputusan para investor untuk



melakukan penanaman modalnya terhadap perusahaan terutama manufaktur yang terdaftar di BEI.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Size*, Kepemilikan Manajerial dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018, dan juga untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas, *Size* dan Kepemilikan Manajerial terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016 – 2018, dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. *Size* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Kepemilikan Manajerial tidak berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
5. *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
6. *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara *size* terhadap nilai perusahaan.

7. *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan antara kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini sama halnya dengan penelitian yang lain, penelitian ini juga mempunyai keterbatasan seperti halnya :

1. Subyek dalam penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Dalam penelitian ini juga hanya menggunakan 3 variabel bebas dan satu variabel pemoderasi, yaitu profitabilitas, *size*, kepemilikan manajerial dan *corporate social responsibility* sehingga variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan yang lain tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.
3. Terbatasnya periode yang digunakan dalam sampel penelitian ini, karena penelitian ini berfokus pada 3 periode saja, yaitu tahun 2016 – 2018.
4. Peneliti mempunyai keterbatasan dalam mengisi indikator CSR karena jawaban yang peneliti isikan terkadang mempunyai kesalahan dan juga setiap perusahaan mempunyai pengungkapan yang berbeda – beda.
5. Pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi tidak signifikan atau tidak mampu memperkuat hubungan antara variabel independen dengan nilai perusahaan.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibuat di atas maka diharapkan ada perbaikan – perbaikan yang dilakukan untuk penelitian –

penelitian berikutnya :

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan perusahaan – perusahaan selain manufaktur, seperti misalnya perusahaan pertambangan, *Food and Beverage*, ataupun seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel – variabel penelitian yang lain, seperti misalnya kepemilikan institusional, *leverage*, keputusan investasi ataupun yang lainnya.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode pengamatan yang lebih panjang daripada periode pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini.
4. Apabila *Corporate Social Responsibility* tetap digunakan maka indeks perhitungannya tidak hanya menggunakan *annual report* saja tetapi menggunakan media yang lainnya.
5. Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya pengungkapan CSR digunakan sebagai variabel *intervening* bukan sebagai variabel pemoderasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Sawir, (2005), *"Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan"*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Agus Sartono. (2010). *"Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi"*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE
- Amalia Dewi Rahmawati. (2015). *"Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan"*.
- Bambang Riyanto. (2013). *"Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan. Edisi Keempat"*. BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Barkemeyer, R. (2007). *"Legitimacy as a Key Driver and Determinant of CSR in Developing Countries"*. Paper for the 2007 Marie Curie Summer School on Earth System Governance, Amsterdam.
- Brigham, Eugene F. Dan J.F. Houston. (2010). *"Dasar-Dasar Manajemen Keuangan"*. Edisi 11. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene, and Joel F. Houston, (2006). *"Fundamental of financial Management, Tenth Edition, USA"* : Thomson South Westren College publishing.
- Christiawan, Yulius Jogi dan Josua Tarigan. (2007). *"Kepemilikan Manajerial, Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan"*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 9 No.1.
- Daniri, (2008), *"Standardisasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan"*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Effendi Nur Hasan, Mulyoto, Nunuk Suryani, (2013), *"Jurnal Teknologi Pendidikan"*, Volume 1, No 2,
- Erdanu, Yudho. (2010). *"Pengaruh Jenis Industri Terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial(CSR Disclosure) Pada Laporan Tahunan Perusahaan: Studi Empiris Pada Perusahaan Publik yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009."* Skripsi Program Studi Akuntansi Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2011), *“Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19”*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. (2013). *“Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS”*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gryglewicz, Sebastian. (2010). *“A Theory of Corporate Financial Decision With Liquidity And Solvency Concerns. Journal of Financial Economics”*. Erasmus University Rotterdam.
- Hanafi, Mamduh M., dan Halim, Abdul. (2009). *“Analisis Laporan Keuangan. Yogyakarta”*: UPP STIM YKPN
- Hargiansyah, R. F., (2015), *“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan”*, Artikel Ilmiah Mahasiswa, Desember 2015.
- Harmono, (2009). *“Manajemen Keuangan. PT Bumi Aksara”*. Jakarta
- Haruman, Tendi. (2008). *“Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan. Simposium Nasional Akuntansi XI, IAI, 2008”*.
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. (1976). *“Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure”*. Journal of Financial Economics 3.
- Kasmir. (2008). *“Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya”*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2012), *“Analisis Laporan Keuangan”*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. (2014). *“Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Edisi Revisi”*, Cetakan keempatbelas, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Kasmir. (2015), *“Analisis Laporan Keuangan”*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kotler, P. and Nancy, L. (2005). *“Corporate Social Responsibility : Doing The Most Good For Your Company and Your Cause. Best Practices From Hewlett Packard, Ben & Jerry’s, and Other Leading Companies”*. Jhon Wiley & Sons, Inc. United States of America.
- Lukviarman, Niki. 2006, *“Dasar Dasar Manajemen Keuangan”*. Andalas University Press, Padang

- Malino, M. R. Y. D., & Wirawati, N. G. P. (2017). *“Pengaruh Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial Pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi”*. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 21(3), 2052–2080.
- Mardani, Ronny Malavia. (2017). *“Praktikum Ekonometrika”*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Noerirawan, Moch Ronni dan Abdul Muid. (2012). *“Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”*. Diponegoro Journal Of Accounting Volume 1, Nomor 2, Tahun 2012, Halaman 1-12
- Noor. Juliansyah, (2011), *“Metodologi Penelitian”*, Prenada Media Group, Jakarta.
- Pohan, dkk. (2018). *“Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi”*. E-jurnal Akuntansi Trisakti.
- Pramana, I., and I. Ketut Mustanda. (2016). *“Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Pemoderasi.”* E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 5.1
- Prastowo, Joko dan Huda, Miftachul, (2011), *“Corporate Social Responsibility : Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis”*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Pratama dan Wiksuana (2016). *“Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi”*. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 2, 2016: 1338-1367 ISSN : 2302-8912.
- Rachman. (2011). *“Panduan Lengkap Perencanaan CSR. Jakarta”*: Penebar Swadaya.
- Rudangga Gede Ngurah Gusti I dan Sudiarta Merta Gede. (2016). *“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol 5 No7 2016: 4394-4422. ISSN : 2302-8912.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, (2006), *“Metode Penelitian Survei (Editor)”*, LP3ES, Jakarta
- Siregar, Sofyan. (2010). *“Statistika Deskriptif Untuk Penelitian”*. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.

- Sudana, Made. I. (2011). *“Manajemen Keuangan Perusahaan”*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2017). *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirni, Dwi. (2012). *“Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Hutang Analisis Terhadap Nilai Perusahaan (studi tentang perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010)”*. Accounting Analysis Journal. ISSN 2252- 6765
- Sulistiono. (2010). *“Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2006-2008”*. Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Suryana, (2006). *“Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses”*, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Syamsudin, Lukman, (2011), *“Manajemen Keuangan Perusahaan”*, Edisi Baru, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Thohiri, Roza. (2011). *“Pengaruh Pengungkapan CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderating Variabel Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di BEI Periode 2007- 2010”*. Tesis, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Tika, Moh. Pabundu (2012). *“Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan”*, Jakarta: Cetakan Pertama, PT Bumi Aksara.
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dan Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syari’ah.
- Utama, Pratignya., Muhammad Khafid. (2015). *“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Modal Intelektual Pada Perusahaan Perbankan Di BEI”*. Universitas Negeri Semarang.
- Widyaningsih, Dewi. (2018). *“Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Serta Komite Audit Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel*



Moderating dan Firm Size Sebagai Variabel Kontrol.” E-Jurnal Akuntansi dan Pajak.

Yulandani, F., & Hartanti, R. (2018). “*Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Pemoderasi*”. Seminar Nasional I Universitas Pamulang.

www.idx.com diakses pada tahun 2020

