

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE GOVERNANCE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN
KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-
2023)**

SKRIPSI

Oleh:

AMANDA SHADDAI ANANDINI

20210100025

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

KONSENTRASI AKUNTANSI KEUANGAN DAN PERPAJAKAN



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2025**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE GOVERNANCE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN
KIMIA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-
2023)**

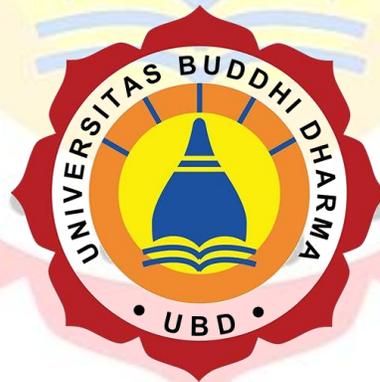
SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pada Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis
Universitas Buddhi Dharma Tangerang
Jenjang Pendidikan Strata 1**

Oleh:

AMANDA SHADDAI ANANDINI

20210100025



**FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TANGERANG
2025**

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Amanda Shaddai Anandini
NIM : 20210100025
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023).

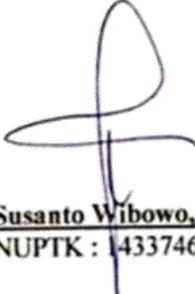
Usulan skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dalam pembuatan Skripsi.

Tangerang, 25 September 2024

Menyetujui,
Pembimbing,

Mengetahui,
Ketua Program Studi,


Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., CTC.
NUPTK : 5545745646230062


Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 1433746647130352

UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023).

Disusun oleh,

Nama Mahasiswa : Amanda Shaddai Anandini

NIM : 20210100025

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Skripsi ini kami setuju untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Universitas Buddhi Dharma sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak.).

Tangerang, 24 Januari 2025

Menyetujui,

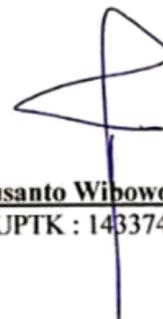
Pembimbing,

Mengetahui,

Ketua Program Studi,



Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., CTC.
NUPTK : 5545745646230062



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 1433746647130352



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., CTC.

Kedudukan : Pembimbing

Menyatakan bahwa,

Nama Mahasiswa : Amanda Shaddai Anandini

NIM : 20210100025

Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023).

Telah layak untuk mengikuti sidang skripsi.

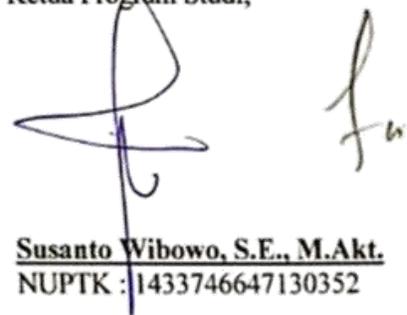
Menyetujui,
Pembimbing,



Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP., CTC.
NUPTK : 5545745646230062

Tangerang, 24 Januari 2025

Mengetahui,
Ketua Program Studi,



Susanto Wibowo, S.E., M.Akt.
NUPTK : 1433746647130352



UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA

TANGERANG

LEMBAR PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Amanda Shaddai Anandini
NIM : 20210100025
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023).

Telah dipertahankan dan dinyatakan **LULUS** pada Yudisium dalam Predikat “**DENGAN PUJIAN**” oleh Tim Penguji pada hari Selasa, tanggal 18 Februari 2025.

Nama Penguji

Tanda Tangan

Ketua Penguji : Sabam Simbolon, S.E., M.M.
NUP : 9990066602

Penguji I : Peng Wi, S.E., M.Akt.
NUPTK : 3938754655130212

Penguji II : Sugandha, S.E., M.M.
NUPTK : 4537754655131143

Dekan Fakultas Bisnis,

Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si.
NUPTK : 9759751652230072

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana di Universitas Buddhi Dharma ataupun Universitas lain
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan original. Penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis dengan jelas dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis, skripsi ini tidak terdapat (kebohongan) pemalsuan. Seperti: buku, artikel, jurnal, data sekunder, data responden, data kuesioner, pengolahan data dan pemalsuan tanda tangan dosen atau Ketua Program Studi atau Pembantu Ketua Bidang Akademik atau Rektor Universitas Buddhi Dharma yang dibuktikan dengan keasliannya.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Buddhi Dharma.

Tangerang, 5 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Amanda Shaddai Anandini

NIM : 20210100025

**UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG**

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Dibuat oleh,

NIM : 20210100025
Nama : Amanda Shaddai Anandini
Jenjang Studi : Strata I (S1)
Jurusan : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan dan Perpajakan

Dengan ini menyetujui untuk memberi ijin kepada pihak Universitas Buddhi Dharma, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023)" beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, pihak Universitas Buddhi Dharma berhak menyimpan, mengalih media atau formatkan, mengelola dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan Universitas Buddhi Dharma, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 25 Februari 2025

Penulis



(Amanda Shaddai Anandini)

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, PROFITABILITAS
DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI DASAR DAN KIMIA YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-2023)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel moderasi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan merupakan data sekunder yang berasal dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023.

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 24 perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia berdasarkan kriteria tertentu. Alat analisis data yang digunakan adalah *smartPLS* versi 4.1.0.9

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan profitabilitas dan *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan *corporate social responsibility* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian *corporate governance* mampu memoderasi hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dan hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun *corporate governance* tidak mampu memoderasi hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Dapat disimpulkan bahwa CG sebagai variabel moderasi telah mempengaruhi variabel CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan menjadi lebih berpengaruh secara signifikan dengan efek yang lemah. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Fsquare*nya yang $\geq 0,02$ dan $\leq 0,15$. Namun CG sebagai variabel moderasi tidak memiliki efek yang signifikan terhadap variabel *leverage* sehingga tidak ada perubahan setelah dilakukannya moderasi. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai *Fsquare*nya yang $\leq 0,02$ yang artinya tidak berpengaruh.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, *Corporate Governance* dan Nilai Perusahaan

**THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
PROFITABILITY AND LEVERAGE ON FIRM VALUE WITH CORPORATE
GOVERNANCE AS A MODERATION VARIABLE**
*(IN MANUFACTURING COMPANIES IN THE BASIC INDUSTRY AND CHEMICAL
SECTORS LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR THE 2021-2023 PERIOD)*

ABSTRACT

This study aims to find out and analyze the influence of corporate social responsibility, profitability and leverage on firm value with corporate governance as a moderation variable. This research method uses a quantitative approach. The data source used is secondary data derived from the financial statements of manufacturing companies in the basic and chemical industries listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2021-2023 period.

The determination of the sample of this study used the purposive sampling method and obtained a sample of 24 manufacturing companies in the basic and chemical industrial sectors based on certain criteria. The data analysis tool used is smartPLS version 4.1.0.9

Based on the results of the analysis carried out, profitability and leverage have a significant influence on the firm's value, while corporate social responsibility does not have a significant influence on the firm's value. Then corporate governance is able to moderate the relationship between corporate social responsibility and firm value and the relationship between profitability and firm value, but corporate governance is unable to moderate the relationship of leverage to firm value.

It can be concluded that CG as a moderating variable has influenced the relationship between CSR and profitability on firm value, making it more significantly impactful, although with a weak effect. This can be seen from the Fsquare value which is ≥ 0.02 and ≤ 0.15 . However, CG as a moderating variable does not have a significant effect on the leverage variable, so there is no change after moderation is applied. This can be seen from the Fsquare value which is ≤ 0.02 , meaning it has no effect.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Corporate Governance and Firm Value*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tujuan dari dibuatnya skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Akuntansi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023)”**.

Tidak sedikit rintangan yang dihadapi penulis selama menyusun skripsi ini. Namun berkat dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Limajatini, S.E., M.M., BKP. selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak bimbingan, nasihat, masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Rr. Dian Anggraeni, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma.
3. Bapak Susanto Wibowo, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Buddhi Dharma.

4. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan kepada penulis dari awal sampai selesainya penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Staff Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan pengetahuan dan bantuan selama penulis menempuh perkuliahan di Universitas Buddhi Dharma.
6. Teman-teman penulis Arnetha Harlianto, Vinelia Angelica, Wilsen, Limeida Giovani, Yolla Novita, Ken Zha Lonikha, Cindy Aprilia, Cristina Sekar, dan Raveni Kristiana yang telah memberikan bantuan, semangat dan gambaran tentang penulisan skripsi.
7. Seluruh Karyawan PT. Kingstar Trading Mandiri terutama untuk Kak Shinta, Kak Elsa, dan Kak Fitri yang telah memberikan nasihat dan semangat tentang penulisan skripsi.
8. Semua pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.

Tangerang, 5 Februari 2025



Amanda Shaddai Anandini

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL LUAR	
JUDUL DALAM	
LEMBAR PERSETUJUAN USULAN SKRIPSI	
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	
REKOMENDASI KELAYAKAN MENGIKUTI SIDANG SKRIPSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
SURAT PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan Penelitian.....	13
E. Manfaat Penelitian.....	13
F. Sistematika Penulisan Skripsi	15
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Gambaran Umum Teori.....	17
1. Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	17
2. Teori <i>Stakeholder</i>	18
3. <i>Corporate Social Responsibility</i>	20

4.	Profitabilitas.....	22
5.	<i>Leverage</i>	25
6.	Nilai Perusahaan.....	27
7.	<i>Corporate Governance</i>	29
B.	Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
C.	Kerangka Penelitian	37
D.	Perumusan Hipotesa.....	38
1.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	39
2.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	40
3.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	41
4.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh <i>Corporate Governance</i>	42
5.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh <i>Corporate Governance</i>	43
6.	Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh <i>Corporate Governance</i>	44
BAB III METODE PENELITIAN		45
A.	Jenis Penelitian.....	45
B.	Objek Penelitian.....	46
C.	Jenis dan Sumber Data	46
D.	Populasi dan Sampel	47
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	55
F.	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	55
1.	Variabel Independen	55
2.	Variabel Dependen	59
3.	Variabel Moderasi.....	59
G.	Teknik Analisis Data	61
1.	Statistik Deskriptif.....	61
2.	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	62
3.	Pengujian Hipotesis.....	66

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
A. Deskripsi Data Hasil Penelitian	68
1. <i>Corporate Social Responsibility</i>	70
2. Profitabilitas	72
3. <i>Leverage</i>	75
4. Nilai Perusahaan.....	77
5. <i>Corporate Governance</i>	80
B. Analisis Hasil Penelitian.....	82
1. Statistik Deskriptif.....	82
2. <i>Partial Least Square – Structural Equation Modeling</i>	85
C. Pengujian Hipotesis.....	91
D. Pembahasan	94
1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	94
2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	95
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	97
4. Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Sebagai Pemoderasi Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	98
5. Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Sebagai Pemoderasi Hubungan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	99
6. Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Sebagai Pemoderasi Hubungan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	100
BAB V PENUTUP	102
A. Kesimpulan	102
B. Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT KETERANGAN RISET	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

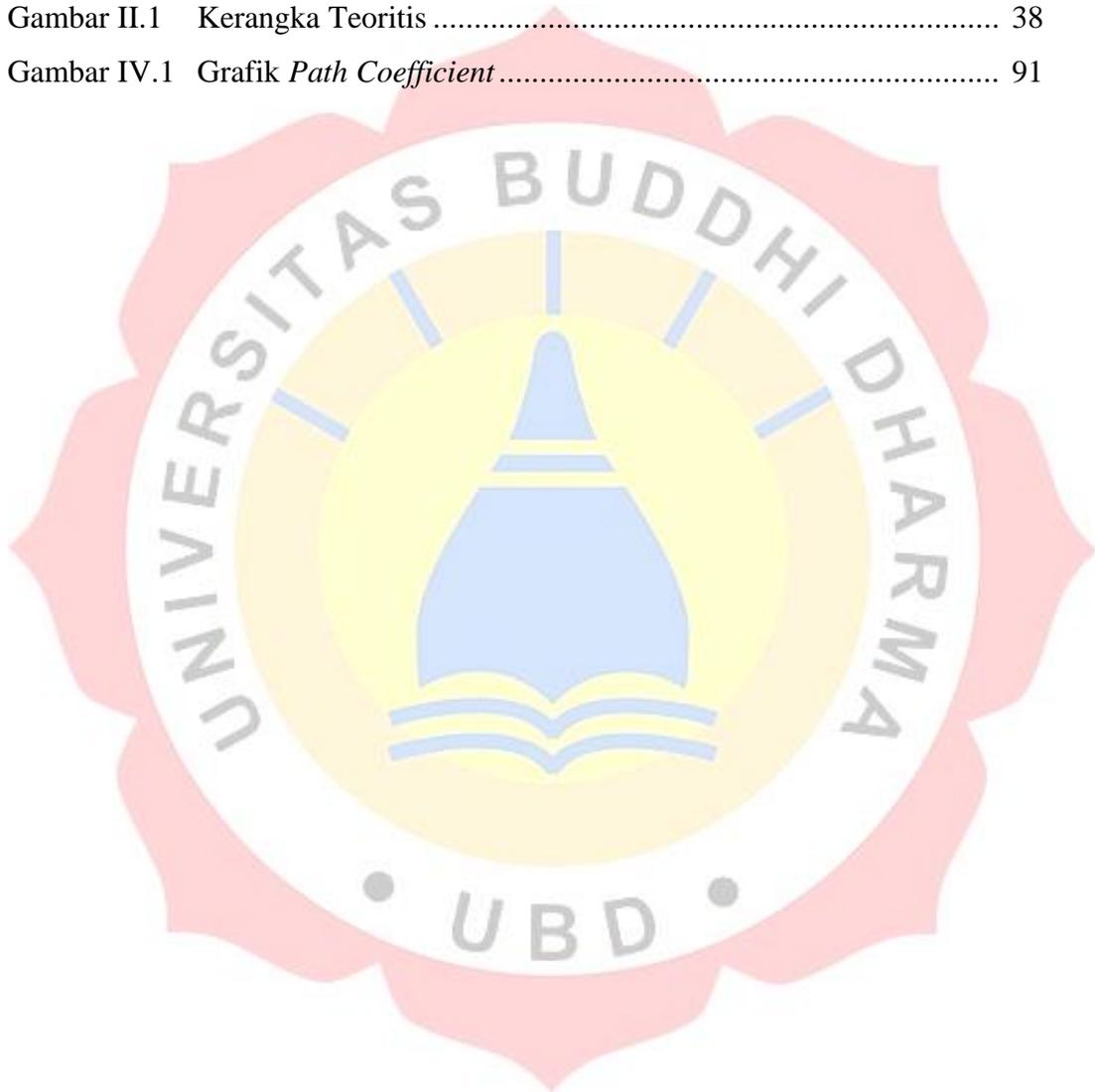
Halaman

Tabel II.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel III.1	Perusahaan Yang Terdaftar.....	48
Tabel III.2	Kriteria Pemilihan Sampel	54
Tabel III.3	Definisi Operasional Variabel	60
Tabel IV.1	Daftar Sampel Entitas	68
Tabel IV.2	Hasil Perhitungan CSR	71
Tabel IV.3	Hasil Perhitungan Profitabilitas	73
Tabel IV.4	Hasil Perhitungan DER	75
Tabel IV.5	Hasil Perhitungan PBV.....	78
Tabel IV.6	Hasil Perhitungan Dewan Komisaris Independen	80
Tabel IV.7	Statistik Deskriptif	83
Tabel IV.8	<i>Factor Loadings</i>	86
Tabel IV.9	<i>Variance Inflation Factor (VIF) Inner Value</i>	87
Tabel IV.10	<i>R-Square</i> dan <i>R-Squared adjusted</i>	88
Tabel IV.11	<i>f-Squared</i>	89
Tabel IV.12	Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	92

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar I.1	Grafik Nilai Perusahaan Manufaktur 2021-2023	4
Gambar II.1	Kerangka Teoritis	38
Gambar IV.1	Grafik <i>Path Coefficient</i>	91



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Daftar Perhitungan CSR
Lampiran II	Daftar Perhitungan ROA
Lampiran III	Daftar Perhitungan DER
Lampiran IV	Daftar Perhitungan CG
Lampiran V	Daftar Perhitungan PBV
Lampiran VI	Hasil Pengolahan Data <i>Smari</i> PLS 4.1.0.9
Lampiran VII	Laporan Keuangan



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang sama, yaitu memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Di era globalisasi yang semakin kompetitif, persaingan bisnis meningkat pesat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang bergerak pada bidang usaha yang sama serta munculnya pesaing-pesaing tangguh dari berbagai penjuru dunia. Pesaing-pesaing ini secara bebas memasuki pasar Indonesia maupun negara lain yang akan menciptakan tekanan yang lebih besar bagi perusahaan lokal. Akibatnya, pengusaha yang gagal beradaptasi dan mengembangkan usahanya berisiko mengalami kerugian besar, bahkan menghadapi ancaman kebangkrutan.

Para pemilik perusahaan perlu memikirkan berbagai strategi untuk meningkatkan keuntungan, salah satunya dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan telah terbukti menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan investor dan menjadi salah satu pertimbangan utama dalam keputusan berinvestasi. Nilai perusahaan mencerminkan tingkat kemakmuran yang dinikmati oleh para pemegang saham, yang dapat diukur melalui pergerakan harga sahamnya. Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi akan memperkuat kepercayaan pasar, tidak

hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan yang tinggi dapat memberikan berbagai manfaat signifikan, seperti mengurangi biaya modal dan menarik minat investor untuk berinvestasi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah dengan menjaga konsistensi dalam menghasilkan laba yang tinggi, membangun citra positif di mata masyarakat, serta menawarkan produk-produk berkualitas tinggi yang diminati oleh konsumen. Dengan langkah-langkah ini, perusahaan dapat menciptakan persepsi nilai yang baik di mata para investor.

Nilai perusahaan adalah persepsi pasar terhadap keberhasilan suatu perusahaan dalam menciptakan kesejahteraan bagi para pemegang saham. Nilai ini mencerminkan kinerja perusahaan secara keseluruhan, baik dari segi keuangan maupun non-keuangan, yang terlihat melalui indikator seperti harga saham, tingkat laba, serta reputasi di mata investor dan masyarakat. Sedangkan menurut Indrarini (2019:2) pengertian nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

“Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham.”

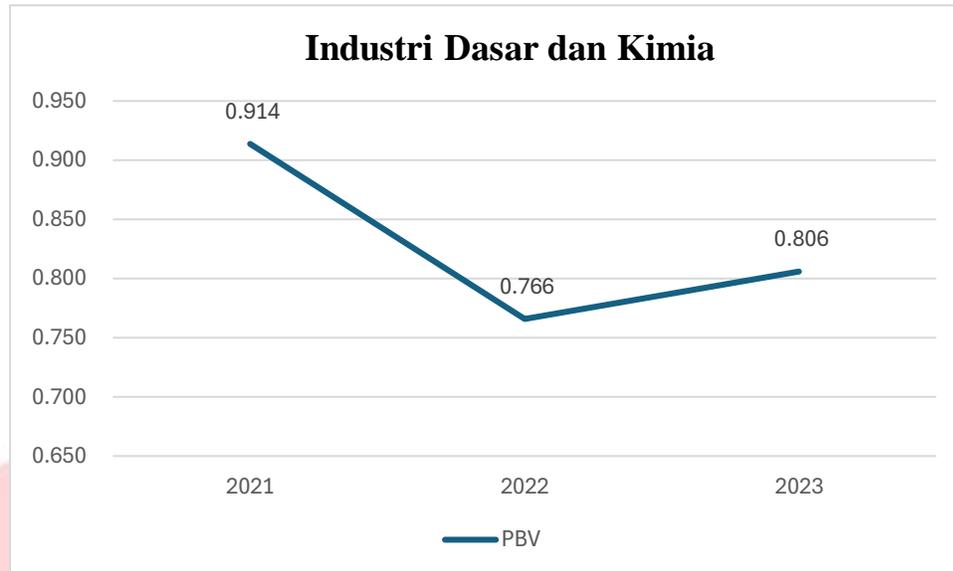
Nilai perusahaan juga mencerminkan bagaimana investor menilai kemampuan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang. Perusahaan yang berhasil mengelola sumber daya dengan efektif akan

menghasilkan kinerja yang baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan harga saham dan menarik minat investor. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek keuangan, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan dan manajernya dipersepsikan oleh pasar dalam hal efisiensi operasional dan strategi pertumbuhannya.

Industri manufaktur adalah salah satu sektor utama yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan tetap menunjukkan kinerja yang positif di beberapa bagiannya meskipun dalam situasi tekanan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan Kementerian Perindustrian (2022), perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang berfokus pada pengolahan bahan baku menjadi produk setengah jadi atau barang jadi yang siap diproses lebih lanjut atau digunakan langsung oleh konsumen. Industri bidang ini sangat penting bagi banyak kalangan masyarakat dan diperkirakan akan memberikan keuntungan besar baik di masa sekarang maupun di masa depan. Industri dasar dan kimia menjadi sektor yang paling banyak diminati, karena produk-produk dari industri ini, seperti keramik, kayu, porselen, semen, kaca, plastik, pulp, kertas, dan logam sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan dalam sektor industri dasar dan kimia juga memiliki pemanfaatan yang luas di berbagai sektor lainnya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti sektor tersebut.

Gambar I.1

Grafik Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur 2021-2023



Sumber : BEI, Data diolah, 2025

Berdasarkan Gambar I.1, dapat dilihat bahwa perusahaan manufaktur mengalami fluktuasi yang signifikan. Dalam periode 3 tahun, nilai perusahaan manufaktur khususnya di sektor industri dasar dan kimia menunjukkan perubahan yang fluktuatif setiap tahunnya. Pada tahun 2022, rata-rata PBV sektor industri dasar dan kimia mengalami penurunan yang signifikan yaitu sebesar 0,148 yaitu rata rata PBV menjadi 0,766 dari 0,914. Penurunan ini disebabkan oleh turunnya aktivitas industri, yang terlihat dari penurunan *Purchasing Managers Index* (PMI) manufaktur Indonesia hingga 6,68% dibandingkan sebelumnya. Penurunan ini juga terkait dengan menurunnya tingkat utilitas industri yang mencapai 50%. Menurut laporan *Purchasing Managers Index* (PMI), penurunan angka PMI manufaktur

Indonesia disebabkan oleh tertundanya permintaan dan produksi dari perusahaan, yang berimbas pada menurunnya aktivitas pembelian. Berdasarkan fenomena yang terjadi antara tahun 2021 hingga 2023, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat mengalami fluktuasi, baik kenaikan maupun penurunan. Perubahan nilai perusahaan tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal maupun eksternal yang berasal dari perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, peneliti ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

Saat ini, tantangan yang dihadapi perusahaan tidak hanya berkaitan dengan upaya untuk meraih laba sebesar-besarnya. Isu sosial dan lingkungan juga menjadi tantangan penting yang harus dihadapi perusahaan agar dapat terus menjalankan operasionalnya secara berkelanjutan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan serangkaian tindakan sebagai bentuk kepedulian atas dampak dari semua kegiatan perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya. Dalam konteks ini, CSR meliputi berbagai inisiatif yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif dan meningkatkan manfaat positif dari operasional Perusahaan. Pelaksanaan CSR telah diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yang mengharuskan perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari operasional mereka. (Meiyana dan Aisyah, 2019) mengemukakan dengan perusahaan memperhatikan CSR maka citra perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas

serta daya tarik konsumen juga akan semakin tinggi sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan yang mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* di dalam laporan keuangan maupun laporan tahunan menunjukkan bahwa perusahaan telah berkontribusi dalam melestarikan lingkungan hidup dan menjaga hubungan sosial.

Namun, pada kenyataannya sejumlah perusahaan tidak mempedulikan peraturan ini yang menyebabkan terjadinya sejumlah permasalahan sosial serta lingkungan yang diakibatkan sejumlah kegiatan yang diselenggarakan oleh perusahaan, termasuk perusahaan manufaktur. Perusahaan manufaktur ialah perusahaan dengan memakai mesin, peralatan, beserta tenaga kerja dalam proses transformasi bahan baku dibuat barang jadi untuk memperoleh nilai jual (Makmur et al. 2022, dalam Abubakar, 2023). Di Indonesia, banyak terjadi kerusakan lingkungan oleh perusahaan dan kasus terkait pelanggaran pertanggung jawaban sosial perusahaan manufaktur khususnya sektor industri dasar dan kimia di Indonesia. Kerusakan lingkungan semakin terlihat dengan fenomena pencemaran air yang terjadi di Sungai Citarum akibat limbah pabrik tekstil di Bandung dan Cimahi. Negara-negara maju sudah menerapkan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dan negara berkembang seperti Indonesia sudah mengalami peningkatan.

Dengan demikian, CSR bukan hanya menjadi kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan

yang mengelola CSR dengan baik tidak hanya memiliki kinerja keuangan yang lebih baik, tetapi juga dapat memperkuat posisinya di pasar, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Labibah (2022) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mardana dan Ratnawati (2024) yang mengatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka dari itu perlu diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Fahmi (2020:68) rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengevaluasi perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas, semakin baik menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi merupakan perusahaan yang banyak diminati oleh investor karena dilihat dari segi yang sangat menguntungkan juga disisi lain investor tidak sembarangan mau menginvestasikan dananya kesembarangan perusahaan. Rasio ini sebagai ukuran apakah pemilik atau pemegang saham dapat memperoleh tingkat pengembalian yang pantas atas investasinya.

Rasio profitabilitas yang tinggi tidak hanya mencerminkan kinerja keuangan yang baik, tetapi juga berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan, yang sering diukur melalui harga saham dan persepsi pasar, dapat meningkat seiring dengan peningkatan profitabilitas. Hal ini terjadi karena perusahaan yang menunjukkan kemampuan menghasilkan laba secara konsisten cenderung memiliki prospek yang lebih baik di mata investor. Sebagai hasilnya, perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi, karena dianggap memiliki potensi pertumbuhan yang lebih besar dan mampu memberikan pengembalian yang lebih baik bagi para pemegang saham. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati dan Ludmilla (2024) bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Alida, dan Sulastiningsih (2024) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut Wahyuniasanti dan Mertha (2022), *leverage* merujuk pada dana yang diperoleh melalui utang dan digunakan oleh perusahaan untuk menjalankan operasionalnya, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset atau dana dengan biaya tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk meningkatkan tingkat penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Selain itu, *leverage* juga berfungsi untuk mengukur sejauh

mana perusahaan mampu memenuhi seluruh kewajibannya, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang (Kasmir, 2017:151).

Leverage juga menggambarkan struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat menunjukkan tingkat risiko terkait dengan kewajiban utang yang harus dibayar. *Leverage* yang digunakan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, karena penggunaan utang dapat meningkatkan potensi keuntungan jika dikelola dengan baik. Dengan kata lain, jika perusahaan mampu menghasilkan pengembalian yang lebih besar dari biaya utang, maka penggunaan *leverage* dapat meningkatkan laba dan, pada gilirannya, meningkatkan nilai perusahaan. Namun, penggunaan utang yang berlebihan dapat meningkatkan risiko kebangkrutan, terutama jika perusahaan gagal memenuhi kewajiban utangnya, yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mempertimbangkan dengan hati-hati struktur modal yang optimal di mana kombinasi antara ekuitas dan utang dapat memaksimalkan nilai perusahaan tanpa meningkatkan risiko yang terlalu tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitri, Haryati (2022) bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dina, Aristi dan Rodiah (2020) menjelaskan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Menurut *The Organization for Economic Corporation and Development* (OECD) *Corporate Governance* adalah sistem yang dipergunakan untuk mengarahkan dan mengendalikan kegiatan perusahaan, mengatur pembagian tugas

hak dan kewajiban mereka para pemegang saham, dewan pengurus, para manager, dan yang berkepentingan terhadap kehidupan perusahaan. Mengacu kepada definisi di atas, GCG diartikan sebagai suatu sistem, proses, dan seperangkat peraturan yang digunakan untuk mengatur hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan sehingga dapat mendorong kinerja perusahaan bekerja secara efisien, menghasilkan nilai ekonomi jangka panjang yang berkesinambungan bagi para pemegang saham maupun masyarakat sekitar secara keseluruhan. Manajemen yang dikelola dengan baik melalui penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Hangga et al. 2020). Dengan prinsip-prinsip GCG seperti transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan keadilan, perusahaan mampu menciptakan lingkungan kerja yang efisien dan terpercaya. Sebagai hasilnya, penerapan GCG yang efektif mendorong stabilitas keuangan, mengurangi risiko operasional, dan pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, *Good Corporate Governance* (GCG) berperan sebagai variabel yang memperkuat atau melemahkan pengaruh profitabilitas, CSR, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. GCG membantu memastikan bahwa hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan berjalan lebih baik dengan mengelola keuntungan secara transparan dan bertanggung jawab. Selain itu, penerapan GCG dapat meningkatkan efektivitas CSR, sehingga program tanggung jawab sosial yang dijalankan perusahaan memberikan dampak yang lebih besar terhadap

kepercayaan dan minat investor. Dengan ini, GCG menjadi faktor penting yang mendukung pengaruh setiap variabel terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan dari penjelasan yang dikemukakan oleh beberapa penelitian diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan memilih judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi”** sebagai topik bahasan penelitian. Peneliti menggunakan data Studi Kasus pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023 sebagai objek penelitiannya.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut :

- 1) Ada beberapa perusahaan yang belum melaksanakan kegiatan CSR sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.
- 2) Terdapat beberapa perusahaan tidak terlalu sigap dalam menangani permasalahan sosial disekitarnya yang sebenarnya ditimbulkan oleh perusahaan tersebut.

- 3) Terdapat perbedaan hasil penelitian - penelitian sebelumnya sehingga kebenaran informasi yang diperoleh kurang konsisten dan relevan untuk diterapkan di berbagai konteks perusahaan.
- 4) Belum terdapat standar mengenai seberapa besar CSR yang harus diungkapkan sehingga perusahaan dapat memiliki pendekatan yang berbeda-beda dalam pelaksanaan dan pengungkapannya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, maka masalah penelitian ini selanjutnya dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- 2) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- 3) Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- 4) Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai variabel moderasi?
- 5) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai variabel moderasi?
- 6) Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Governance* sebagai variabel moderasi?

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini sebagai jawaban mengenai penelitian yang dilakukan yaitu :

- 1) Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.
- 4) Untuk menganalisis apakah *Corporate Governance* memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
- 5) Untuk menganalisis apakah *Corporate Governance* memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.
- 6) Untuk menganalisis apakah *Corporate Governance* memoderasi *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

E. Manfaat Penelitian

- 1) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman, informasi, serta ilmu pengetahuan yang berkaitan tentang pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate governance* sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2021-2023, serta menjadi

referensi dan literatur pendukung yang baik sebagai upaya untuk mendukung pengembangan ilmu akuntansi yang khususnya berkaitan dengan nilai perusahaan.

2) Manfaat Teoritis

a) Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru yang luas baik dari segi teoritis maupun konseptual dalam mewujudkan peningkatan kinerja dengan faktor pendukung yang di ambil dan digunakan dalam penelitian.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan di sektor manufaktur yang ingin meningkatkan nilai perusahaan mereka dengan memperhatikan berbagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat di gunakan untuk menambah pengetahuan dan menjadi referensi yang baik sehingga dapat di gunakan sebagai literatur pendukung dalam penelitian selanjutnya.

d) Bagi Investor dan Calon Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam garis besar karya ilmiah ini terdiri dari 5 bab dengan beberapa sub bab sebagai arah dan gambaran yang jelas mengenai hal yang tertulis sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi gambaran umum teori terkait variabel independen dan dependen, hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

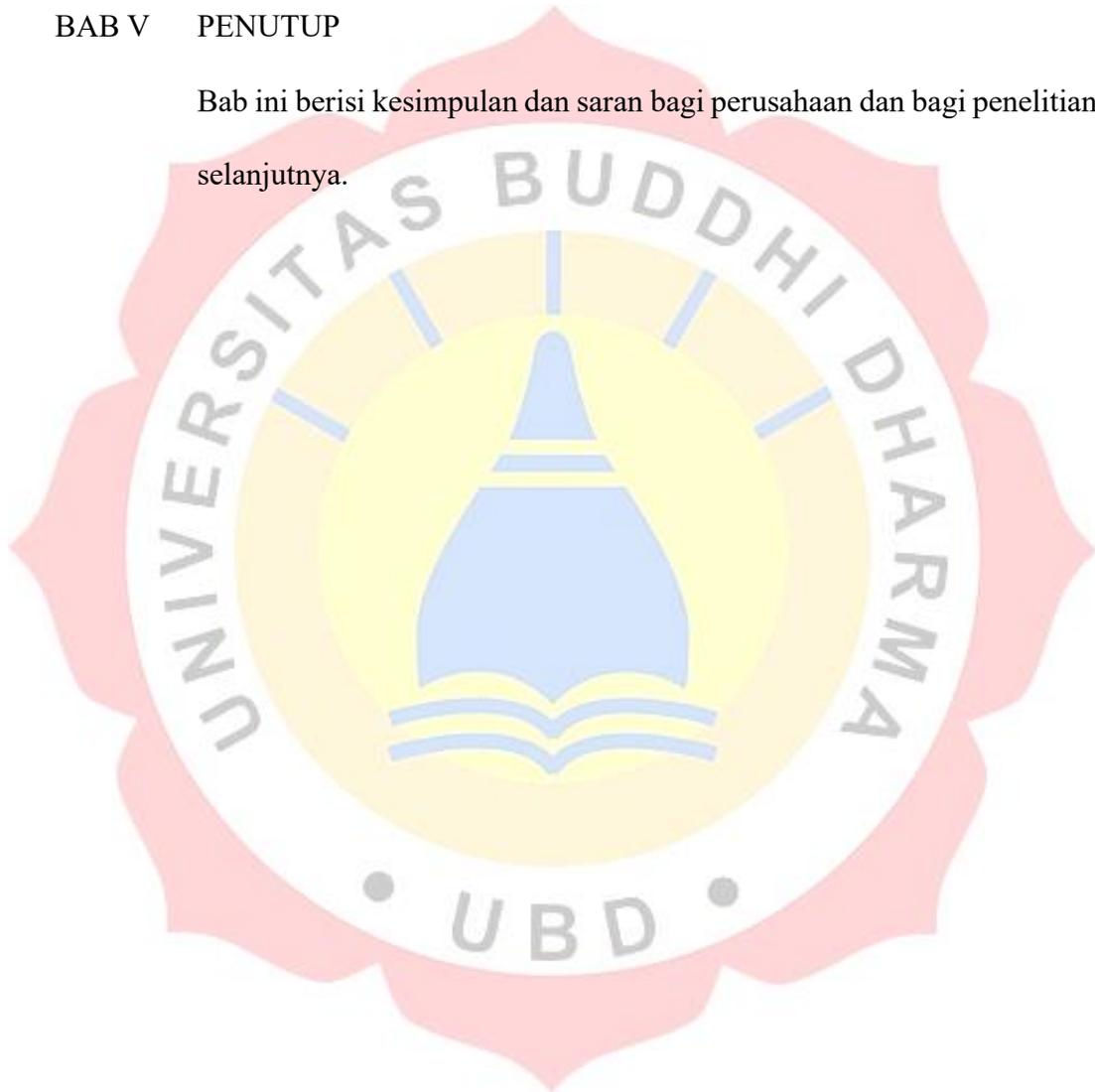
Bab ini berisi jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi deskripsi data hasil penelitian variabel independen dan dependen, analisis hasil penelitian, pengujian hipotesis, dan pembahasan atas hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran bagi perusahaan dan bagi penelitian selanjutnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Gambaran Umum Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan adalah teori yang menjelaskan hubungan antara *principals* (pemilik modal) serta *agent* (manajemen). Menurut R.A. Supriyono (2018:63), teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual antara prinsipal dan agen. Dalam hubungan ini, prinsipal memberikan wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan terbaik demi kepentingan prinsipal. Tujuannya adalah mengutamakan optimalisasi keuntungan perusahaan sekaligus mengurangi beban. Dalam *agency theory* pemegang saham dianggap sebagai prinsipal dan manajemen perusahaan disebut sebagai agen.

Agency theory berfokus pada penyelesaian masalah yang muncul dalam hubungan keagenan antara pemilik dan agen yang mewakili pemilik. Masalah ini biasanya terjadi akibat adanya perbedaan kepentingan atau asimetri informasi antara kedua pihak, di mana agen cenderung memprioritaskan kepentingannya sendiri dibandingkan kepentingan pemilik. Untuk mengatasi hal ini, diperlukan sistem pengawasan dan pemberian insentif agar agen tetap menjalankan tugasnya sesuai dengan tujuan dan kesepakatan yang tertuang

dalam kontrak. Sehingga dibangunlah *corporate governance* sebagai efektivitas mekanisme yang bertujuan meminimalisasi *agency theory*.

Berdasarkan teori keagenan, konsep tata kelola perusahaan (*corporate governance*) berkembang dengan mengacu pada kepatuhan terhadap berbagai aturan dan regulasi yang berlaku. *Corporate governance* bertujuan untuk memastikan bahwa pengelolaan perusahaan dilakukan secara transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab, sehingga kepentingan antara pemilik (prinsipal) dan agen dapat diseimbangkan. Dengan demikian, tata kelola perusahaan yang baik dapat meminimalkan risiko konflik kepentingan, meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. GCG diharapkan dapat memperbaiki pengelolaan CSR, profitabilitas, dan *leverage* sehingga berdampak pada nilai perusahaan yang lebih tinggi.

2. Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* atau teori pemangku kepentingan mengungkapkan posisi para pemangku kepentingan yang dianggap penting dan berkuasa dalam suatu perusahaan. Teori pemangku kepentingan (*stakeholders*) merupakan suatu teori yang menjelaskan bahwa pemangku kepentingan yang ada dalam suatu perusahaan itu sangatlah luas dan tidak hanya para pemegang saham (Rankin et al., 2018). Perusahaan tidak dapat berdiri tanpa para pemangku

kepentingannya. Para pemangku kepentingan tersebut termasuk adalah pemerintah, investor, pemasok, pelanggan, karyawan, dsb. Menurut teori *stakeholder*, suatu perusahaan dalam melakukan operasi bisnisnya tidak hanya dalam rangka memenuhi dan mencapai kepentingan perusahaan itu sendiri serta untuk memenuhi harapan dan keinginan pemangku kepentingan.

Teori *stakeholder* percaya bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para pemangku kepentingan. Dengan melakukan aktivitas dan memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan berharap dapat terus hidup dan mempertahankan eksistensinya. *Stakeholder* juga merupakan bagian perusahaan yang mampu memberikan arah dan kesuksesan dalam suatu bisnis. Dengan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dapat menyampaikan informasi tentang bagaimana perusahaan memperhatikan faktor ekonomi, lingkungan, dan sosial. Ini dapat menjadi strategi untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan *stakeholder* dan perusahaan, maka kemungkinan besar bisnis yang di jalankan juga akan berjalan baik dan sukses. Tentu saja, dengan bisnis yang berjalan dengan baik perusahaan juga dihimbau untuk wajib memberikan manfaat bagi pemegang kepentingan atau *stakeholdernya* seperti kreditor, pemegang saham, supplier, konsumen, masyarakat, pemerintah dan pihak lainnya.

Teori *stakeholder* dalam penelitian ini memungkinkan manajemen perusahaan untuk membuat kebijakan dan tindakan yang sesuai dengan

kepentingan para pemangku kepentingan untuk menjaga stabilitas dan meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, manajemen perusahaan dapat menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan di mata para pemangku kepentingan, yang dapat berdampak pada kinerja perusahaan secara keseluruhan selama periode waktu tertentu.

3. *Corporate Social Responsibility*

CSR merupakan istilah yang mencerminkan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemangku kepentingan dan secara sukarela menangani isu-isu sosial serta lingkungan sebagai bagian dari aktivitas bisnis mereka (Yovana & Kadir, 2020). Pengungkapan informasi mengenai CSR yang tinggi juga memerlukan persetujuan dari pemangku kepentingan. Oleh karena itu, perusahaan harus menyadari pentingnya pelaksanaan kegiatan CSR (Putri & Yuliandhari, 2020). Perusahaan yang peka terhadap isu sosial akan lebih dihargai oleh masyarakat karena dapat memberikan keyakinan dari segi finansial. Dengan demikian, CSR dapat dianggap sebagai aktivitas yang krusial untuk mencapai hasil optimal dalam aspek ekonomi dan juga dapat memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan.

Selain itu, kegiatan CSR yang efektif dapat meningkatkan reputasi perusahaan, menciptakan loyalitas pelanggan, serta menarik minat investor yang semakin memperhatikan aspek keberlanjutan. Dengan menjalin hubungan

yang baik dengan berbagai pihak terkait, perusahaan tidak hanya memenuhi tanggung jawab sosialnya, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang yang berkontribusi pada keberlanjutan usaha secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi CSR dalam strategi bisnis bukan hanya sekadar kewajiban moral, tetapi juga merupakan langkah strategis yang menguntungkan bagi perusahaan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Pemahaman mengenai CSR selanjutnya berakar pada pandangan bahwa tidak hanya pemerintah yang memiliki tanggung jawab melalui pembuatan kebijakan public (*public policy*), tetapi juga perusahaan yang harus berperan dalam menyelesaikan berbagai isu sosial. Perusahaan diharapkan untuk mengambil langkah-langkah proaktif dalam mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Dalam hal ini, CSR menjadi suatu keharusan bagi perusahaan untuk berkontribusi dalam menciptakan dampak positif di masyarakat, sekaligus meningkatkan nilai tambah bagi bisnis itu sendiri. Pendekatan ini tidak hanya mendukung peningkatan nilai perusahaan, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan lingkungan, yang pada gilirannya akan memperkuat legitimasi dan daya saing perusahaan di pasar.

Keberhasilan inisiatif CSR dapat diukur melalui berbagai indikator, mulai dari umpan balik masyarakat hingga peningkatan kinerja bisnis. Dengan demikian, CSR bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga merupakan peluang strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan jangka panjang. Dalam jangka

panjang, perusahaan yang berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial akan mampu beradaptasi lebih baik dengan perubahan sosial dan lingkungan, menjadikannya lebih *resilient* di tengah tantangan global yang terus berkembang.

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menentukan seberapa besar atau kecil tingkat keuntungan yang diperolehnya selama periode waktu tertentu. Ini juga menunjukkan seberapa efektif manajemen menjalankan operasinya. Profitabilitas dapat memberikan keleluasaan dan fleksibilitas bagi manajemen dalam melaksanakan tanggung jawab sosial kepada pemangku kepentingan (Puspita et al., 2021). Profitabilitas juga menjadi salah satu indikator utama dalam menilai kesehatan finansial sebuah perusahaan. Selain sebagai ukuran kinerja, profitabilitas juga berfungsi sebagai alat untuk menarik investor, mempertahankan hubungan baik dengan kreditor, serta mendukung keberlanjutan usaha.

Dalam konteks yang lebih luas, profitabilitas tidak hanya berdampak pada pencapaian tujuan bisnis, tetapi juga pada nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang stabil dan berkelanjutan, yang pada gilirannya meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini dapat mendorong peningkatan harga saham dan menarik lebih banyak investasi. Selain itu, profitabilitas yang baik menunjukkan bahwa

perusahaan mampu mengelola biaya dan sumber daya dengan efisien, yang menjadi indikator positif bagi stakeholder mengenai kinerja perusahaan di masa depan.

Untuk menentukan tingkat profitabilitas, ada beberapa jenis rasio profitabilitas, yang meliputi:

- 1) *Gross profit margin* (GPM) merefleksikan kinerja bisnis yang dihitung berdasarkan pendapatan dari penjualan bersih, yaitu total pendapatan kotor dikurangi dengan pengembalian, potongan, dan diskon (Ciptawan, 2022). Rumus yang digunakan untuk menghitung GPM adalah laba kotor dibagi dengan total penjualan, kemudian dikalikan dengan 100%. Semakin tinggi nilai presentasi yang diperoleh, semakin baik perusahaan dalam mengelola keuntungan yang dihasilkan. *Gross profit margin* dapat menggunakan rumus:

$$GPM = \frac{(\text{Penjualan} - \text{HPP})}{\text{Penjualan}}$$

- 2) *Net Profit Margin*, menurut Dianitha et al. (2020) dalam Prasongko & Hirawati (2022), adalah rasio yang menunjukkan tingkat laba bersih perusahaan atas penjualan produk yang telah dikurangi

dengan semua biaya selama periode waktu tertentu. *Net Profit*

Margin dapat menggunakan rumus berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Penjualan bersih}}$$

- 3) *Return on investment* (ROI) menurut Pandey & Kumar, (2022) dalam Sumarso, et al (2024) merupakan sebuah indikator kinerja yang digunakan untuk menilai tingkat pengembalian dari pengeluaran sumber daya bersih dalam kelayakan suatu investasi. ROI juga dapat dipahami sebagai nilai aset yang dialokasikan dalam bentuk investasi tertentu, yang pada gilirannya dapat menghasilkan keuntungan. *Return on investment* dapat menggunakan rumus berikut:

$$ROI = \frac{(\text{Total Penjualan} - \text{Investasi})}{\text{Investasi}} \times 100\%$$

- 4) *Return on Assets* (ROA) adalah rasio yang digunakan untuk menilai tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Nilai ROA yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan berhasil mencetak keuntungan yang lebih besar, yang mencerminkan pengelolaan aset yang

optimal dan mampu menarik minat investor untuk berinvestasi.

ROA dapat menggunakan rumus:

$$\text{Return on Asset (ROA)} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

5. *Leverage*

Leverage menurut Nurlinda & Luck, (2019) dalam Wulandari & Tan (2023) adalah sejauh mana bisnis dapat memanfaatkan sumber daya baik dari sumber internal maupun eksternal untuk meningkatkan pendapatan Rasio *leverage*, yang juga dikenal sebagai rasio solvabilitas merupakan rasio yang mengukur sejauh mana aset perusahaan didanai oleh utang. Dengan kata lain, rasio ini menunjukkan besarnya beban utang yang harus ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan nilai aset yang di milikinya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi sangat bergantung pada pinjaman dari luar untuk mendanai asetnya. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah cenderung membiayai aset mereka terutama dengan modal sendiri.

Tingkat *leverage* juga mencerminkan risiko keuangan yang dihadapi perusahaan. Perusahaan dengan *leverage* tinggi mungkin memiliki potensi keuntungan yang besar, tetapi juga menghadapi risiko yang lebih tinggi jika tidak mampu memenuhi kewajiban utangnya. Sebaliknya, perusahaan dengan *leverage* rendah lebih konservatif dalam pendekatan keuangan mereka dan

mungkin memiliki risiko yang lebih kecil. Selain itu, rasio *leverage* yang tepat dapat mempengaruhi keputusan investasi dan persepsi pemangku kepentingan terhadap stabilitas keuangan perusahaan. Mengelola *leverage* dengan bijak adalah bagian penting dari strategi keuangan yang efektif.

Menurut (Kasmir 2016, 155) terdapat dua jenis rasio *leverage*, yaitu *debt to equity ratio* (DER) dan *debt to asset ratio* (DAR), berikut penjelasannya:

1. *Debt to Asset Ratio* (DAR) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur proporsi aset perusahaan yang didanai oleh utang. Rasio ini memberikan gambaran tentang sejauh mana perusahaan bergantung pada utang untuk mendanai aset-asetnya. *Debt to asset ratio* (DAR) menurut (Kasmir 2016, 156) menyatakan bahwa :

“*Debt to asset ratio* merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva”.

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER) menurut Arhinful & Radmehr (2023) dalam Alma & Muchtar (2024) adalah rasio yang menggambarkan perbandingan antara pembiayaan melalui utang dan ekuitas dalam

struktur modal suatu perusahaan. Tingginya nilai DER menunjukkan bahwa perusahaan mampu memenuhi kewajiban keuangannya dengan baik (Azriana & Keristin, 2022). *Debt to equity ratio* dapat menggunakan rumus berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal}} \times 100\%$$

6. Nilai Perusahaan

Menurut penelitian Sari dan Sedana (2020), nilai perusahaan merupakan cerminan kinerja perusahaan yang dapat memengaruhi persepsi investor dalam menilai perusahaan tersebut. Menurut Dian dan Wahidahwati (2021), nilai perusahaan dapat diartikan sebagai harga yang bersedia dibayarkan oleh investor jika perusahaan tersebut akan dijual. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor utama yaitu kinerja keuangan, struktur modal, tata kelola perusahaan serta persepsi investor terhadap prospek masa depan perusahaan. Semua faktor ini berkontribusi dalam menciptakan persepsi yang positif atau negatif terhadap perusahaan, yang pada gilirannya akan memengaruhi harga pasar saham dan akhirnya nilai perusahaan itu sendiri. Dari berbagai pendapat yang telah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga pasar atau harga yang akan dibayar oleh calon investor sebagai indikasi keberhasilan manajer dalam mengelola kinerja perusahaan, yang sering kali diukur melalui harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin baik juga

penilaian masyarakat terhadap nilai perusahaan tersebut. Fluktuasi harga saham dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar modal.

Untuk menentukan nilai perusahaan, ada beberapa indikator yang digunakan yaitu :

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earnings Ratio (PER) adalah rasio yang digunakan untuk menilai valuasi harga saham perusahaan dengan membandingkan harga pasar saham terhadap laba bersih per saham (*Earning Per Share*/EPS). Kegunaannya adalah untuk melihat bagaimana pasar menilai kinerja perusahaan yang tercermin dari laba per saham (*earning per share*) yang dihasilkan. Rasio ini membantu investor dalam memutuskan apakah harga saham suatu perusahaan sesuai dengan kinerja dan potensi laba yang dapat diperoleh di masa depan. Rumus PER yaitu:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Per Saham}}$$

b. *Price to Book Value* (PBV)

PBV adalah rasio yang membandingkan harga saham perusahaan dengan nilai bukunya. Fahmi (2021) menyatakan bahwa rasio ini membantu investor dalam menentukan apakah saham diperdagangkan di atas atau di bawah nilai intrinsiknya, sehingga menjadi indikator

penting dalam pengambilan keputusan investasi. Semakin tinggi nilai PBV, semakin besar keyakinan pasar terhadap prospek perusahaan di masa depan. Rumus PBV yaitu:

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

c. Tobin's Q

Rumus Tobin's Q adalah alat untuk mengukur nilai pasar suatu perusahaan dibandingkan dengan biaya penggantian asetnya. Rumus ini digunakan untuk mengevaluasi apakah perusahaan dihargai lebih tinggi atau lebih rendah dibandingkan nilai aset yang dimilikinya. Rumus

Tobin's Q yaitu:

$$Tobin's Q = \frac{(\text{Harga saham} \times \text{saham yang beredar}) + \text{Total Liabilitas}}{\text{Total Aset}}$$

7. Corporate Governance

Corporate Governance (CG) adalah seperangkat prinsip, nilai, dan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Konsep ini bertujuan untuk memastikan bahwa perusahaan dijalankan dengan cara yang transparan, adil, dan bertanggung jawab, dengan memperhatikan kepentingan semua pemangku

kepentingan yang terlibat. CG mencakup banyak hal, seperti pengungkapan informasi, pemantauan kinerja, struktur organisasi, dan sistem pengambilan keputusan. *Corporate governance* yang baik dapat mendorong manajemen dan dewan direksi untuk mencapai tujuan perusahaan. Di sisi lain, pemegang saham harus melakukan pengawasan yang efektif untuk mendorong penggunaan sumber daya yang lebih efisien.

Keberadaan *good corporate governance* diyakini menjadi sebuah kebutuhan yang dapat menjembatani pihak investor dengan pihak manajemen perusahaan. Dalam tata kelola perusahaan terdapat masalah yaitu terjadinya perbedaan kepentingan. Perbedaan ini sering kali muncul antara kepentingan pemegang saham yang menginginkan profit maksimal dan kepentingan manajemen yang mungkin lebih fokus pada keamanan posisi mereka. Situasi ini dapat menimbulkan konflik, sehingga diperlukan sistem pengawasan dan transparansi yang baik untuk memastikan bahwa keputusan yang diambil oleh manajemen sejalan dengan kepentingan investor. Menurut Limajatini et al (2022) komisaris independen suatu perusahaan sangat penting untuk mencegah terjadinya masalah keagenan antara pemegang saham (prinsipal) dan manajemen (agen). Perusahaan yang menghadapi masalah keagenan akan mengalami penurunan nilai saham, yang dapat menyebabkan berkurangnya jumlah anggota dewan independen.

Dengan adanya prinsip-prinsip *good corporate governance*, seperti akuntabilitas, transparansi, dan tanggung jawab, diharapkan kedua pihak dapat menemukan titik temu yang saling menguntungkan. Hal ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan investor, tetapi juga mendorong kinerja perusahaan yang lebih baik di masa depan. Dalam tata kelola perusahaan yang baik seluruh kegiatan pengelolaan perusahaan akan selalu dilandasi prinsip-prinsip sebagai berikut :

- 1) **Transparansi** : Perusahaan harus transparan dalam operasinya, terutama dalam hal pengungkapan informasi kepada pemangku kepentingan. Transparansi mencakup kewajiban untuk memberikan informasi dengan cara yang jelas, akurat, dan mudah diakses bagi pemegang saham, karyawan, pemerintah, dan masyarakat umum.
- 2) **Akuntabilitas** : Perusahaan harus memiliki tanggung jawab yang jelas dan dapat diukur atas keputusan dan tindakan yang diambil. Ini memastikan bahwa perusahaan dapat mempertanggungjawabkan tindakannya dan memiliki kemampuan untuk menghadapi konsekuensi dari pilihannya.
- 3) **Tanggung Jawab** : Perusahaan harus memiliki tanggung jawab yang jelas dan dapat diukur atas keputusan dan tindakannya. Ini memastikan bahwa perusahaan dapat mempertanggungjawabkan

tindakannya dan memiliki kemampuan untuk menghadapi konsekuensi dari pilihannya.

- 4) Independensi : Perusahaan yang independen dapat membuat keputusan secara mandiri dan tidak terpengaruh oleh kepentingan pihak lain.
- 5) Kewajaran dan kesetaraan : Kewajaran dan kesetaraan memastikan bahwa perusahaan dapat memberikan perlakuan yang adil dan tidak diskriminatif kepada semua pemangku kepentingannya.

Berdasarkan beberapa pandangan di atas, *Corporate Governance* dapat didefinisikan sebagai sistem atau struktur yang mengatur hubungan antara pihak-pihak yang terlibat dalam pengelolaan perusahaan, termasuk manajemen eksekutif, dewan direksi, pemegang saham, serta pihak lain yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Tujuan dari *Corporate Governance* adalah untuk menciptakan kerangka kerja yang memungkinkan dewan direksi dan manajemen perusahaan mencapai sasaran perusahaan secara efisien dan efektif, sambil bertanggung jawab terhadap kepentingan para pemangku kepentingan.

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah hasil dari penelitian terdahulu yang digunakan oleh peneliti sebagai acuan dalam penelitian ini.

Tabel II.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Mardana, Ratnawati (2024)	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	X1: Profitabilitas X2: Ukuran Perusahaan X3: CSR Y: Nilai Perusahaan	-H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H3: CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2	Widyaningsih, Susilowati, Andriana (2022)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , <i>Firm Size</i> , Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR dan GCG Sebagai Variabel Moderating	X1: Profitabilitas X2: <i>Leverage</i> X3: <i>Firm Size</i> Y: Nilai Perusahaan Z1: CSR Z2: GCG	-H1: Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H3: <i>Firm Size</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H4: CSR tidak memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. -H5: CSR memoderasi <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan. -H6: CSR memoderasi <i>Firm Size</i> terhadap Nilai Perusahaan. -H7: GCG tidak memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

				<p>-H8: GCG memoderasi <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H9: GCG memoderasi <i>Firm Size</i> terhadap Nilai Perusahaan.</p>
3	Meliza, Maharani, Mahmudah (2024)	Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<p>-X1: Profitabilitas</p> <p>-X2: Struktur Modal</p> <p>-X3: CSR</p> <p>-Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>-H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H2: Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H3: CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p>
4	Nurhayati, Ludmilla (2024)	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<p>-X1: Profitabilitas</p> <p>-X2: Likuiditas</p> <p>-X3: <i>Leverage</i></p> <p>-X4: Ukuran Perusahaan</p> <p>-X5: CSR</p> <p>-Y: Nilai Perusahaan</p>	<p>-H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H2: Likuiditas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H3: <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H4: Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p> <p>-H5: CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</p>
5	Labibah (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Mediasi	<p>-X1: CSR</p> <p>-Y: Nilai Perusahaan</p> <p>-Z: <i>Corporate Governance</i></p>	<p>-H1: CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>-H2: CG memediasi CSR terhadap Nilai Perusahaan.</p>

6	Magfiroh (2022)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi	-X1: Struktur Modal -X2: Profitabilitas -X3: Pertumbuhan Perusahaan -Y: Nilai Perusahaan -Z : GCG -Z : <i>Good Corporate Governance</i>	-H1: Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan -H2: Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan -H3: Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan -H4: GCG tidak mampu memoderasi pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan -H5: GCG mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan -H6: GCG tidak mampu memoderasi pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
7	Worontikan, Amanah (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	-X1: CSR -X2: Profitabilitas -X3: Ukuran Perusahaan -Y: Nilai Perusahaan	-H1: <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H3: Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
8	Hikmah, Sari, Irfan (2023)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Governance</i> Sebagai	-X1: CSR -X2: Ukuran Perusahaan -Y: Nilai Perusahaan	-H1: <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

		Variabel Moderating Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI	-Z: <i>Corporate Governance</i>	-H3: CG memoderasi <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan. -H4: CG memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
9	Latif, Jasman, Asriany (2023)	Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi	-X1: Kinerja Keuangan -X2: Ukuran Perusahaan -Y: Nilai Perusahaan -Z: <i>Corporate Governance</i>	-H1: Kinerja Keuangan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H3: CG tidak mampu memoderasi Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. -H4: CG memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
10	Fitri, Haryati (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan	-X1: Profitabilitas -X2: Ukuran Perusahaan -X3 : <i>Leverage</i> -X4 : CSR -Y: Nilai Perusahaan	-H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H3: <i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H4: CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
11	Dina, Aristi, Rodiah (2020)	Peran <i>Good Corporate Governance</i> dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , dan	-X1: Profitabilitas -X2: <i>Leverage</i> -X3 : CSR	-H1: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H2: <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

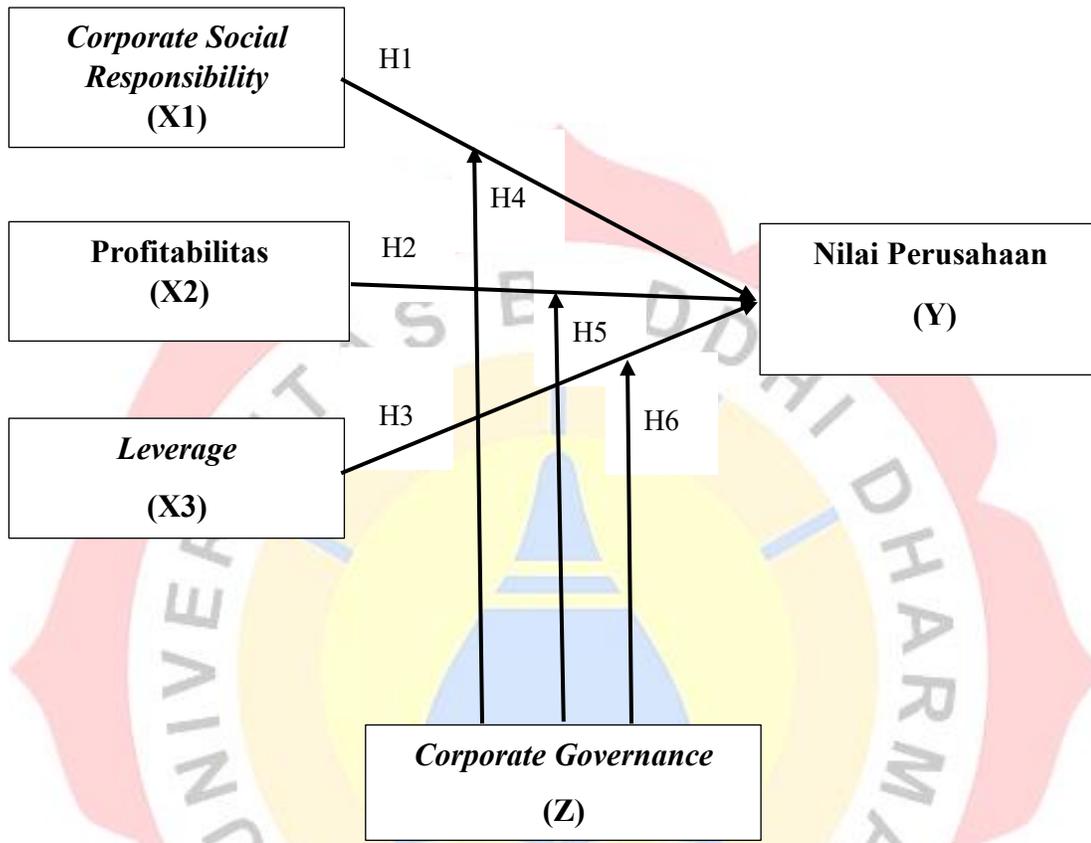
		<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> terhadap Nilai Perusahaan	-Y: Nilai Perusahaan -Z: GCG	-H3: CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. -H4: GCG tidak memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan -H5: GCG tidak memoderasi <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan -H6: GCG tidak memoderasi CSR terhadap Nilai Perusahaan.
--	--	--	---------------------------------	--

Sumber : Hasil penelitian sebelumnya

C. Kerangka Penelitian

Dalam kerangka pemikiran penelitian ini dan berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, penulis menyajikan kerangka pemikiran teoritis untuk mengembangkan hasil hipotesis dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang dapat berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, diantaranya yaitu variabel *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Governance*. Maka dari itu kerangka pemikiran yang terbentuk dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar II.1
Kerangka Teoritis



D. Perumusan Hipotesa

Hipotesis adalah dugaan sementara yang dibuat berdasarkan logika. Ini menyatakan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian dan merupakan pernyataan yang paling spesifik. Berdasarkan rumusan masalah, dapat dikembangkan hipotesis sementara sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau CSR adalah konsep di mana sebuah perusahaan mengambil peran aktif dalam memberikan dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan di luar kepentingan bisnisnya. CSR merupakan istilah yang mencerminkan bagaimana perusahaan berinteraksi dengan pemangku kepentingan dan secara sukarela menangani isu-isu sosial serta lingkungan sebagai bagian dari aktivitas bisnis mereka (Yovana & Kadir, 2020). Indikator pengungkapan CSR dalam penelitian ini diukur menggunakan standar Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.

Menurut Fitri, Haryati (2022) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, bahwa perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik membuat perusahaan lebih dipercaya oleh konsumen dan investor, yang pada akhirnya meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Oleh karena itu, dari penjelasan diatas dapat diambil sebuah hipotesis yaitu:

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merujuk pada kemampuan perusahaan untuk mengukur besar kecilnya keuntungan yang diperoleh dalam jangka waktu tertentu. Hal ini juga menggambarkan sejauh mana manajemen berhasil mengelola operasional perusahaan (Puspita et al., 2021). Rasio profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dari aktivitas bisnis yang dijalankan.

Perusahaan dianggap memiliki nilai yang baik jika mampu menghasilkan ROA yang tinggi dan menunjukkan peningkatan dari waktu ke waktu. Secara umum, investor menginginkan return yang tinggi dari investasinya, sehingga jika perusahaan menunjukkan kemampuan yang baik dalam menghasilkan laba, investor akan semakin tertarik untuk berinvestasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati, Ludmilla (2024) dan penelitian yang dilakukan oleh Mardana, Ratnawati (2024) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya bahwa profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa manajemen perusahaan mampu mengelola bisnis dengan efisien dan efektif yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Oleh karena itu, dari penjelasan diatas dapat diambil sebuah hipotesis yaitu:

H2 : Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan penggunaan sumber daya pendanaan dan aset oleh perusahaan dengan biaya tetap, yang bertujuan untuk meningkatkan potensi keuntungan bagi pemegang saham. *Leverage* merupakan indikator yang menggambarkan seberapa besar proporsi aset perusahaan yang dibiayai melalui utang.

Dalam penelitian ini, *Leverage* diproksikan dengan *Debt To Equity Ratio* (DER) yang merupakan rasio yang menggambarkan perbandingan antara pembiayaan melalui utang dan ekuitas dalam struktur modal suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat *leverage*, maka semakin besar proporsi perusahaan yang dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Widyaningsih, Susilowati, Andriana (2022) bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang artinya bahwa tingginya nilai *leverage* pada perusahaan memberikan sinyal positif, yang dapat dianggap sebagai strategi perusahaan di masa depan untuk menarik investasi dan memperoleh imbal hasil guna meningkatkan pendapatan.

Oleh karena itu, dari penjelasan diatas dapat diambil sebuah hipotesis yaitu:

H3 : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh *Corporate Governance*

CSR, yang mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap aspek sosial, lingkungan, dan etika, dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan menarik investor, yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan bisa lebih maksimal jika perusahaan memiliki tata kelola yang baik (CG). *Corporate governance* adalah sistem dan proses yang mengatur cara sebuah perusahaan yang memiliki tujuan untuk memastikan transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan perusahaan. Dengan CG yang baik, pengelolaan CSR dapat lebih terorganisir sehingga dampaknya terhadap nilai perusahaan dapat lebih efektif. Sebaliknya, jika tata kelola perusahaan buruk, efektivitasnya dalam meningkatkan nilai perusahaan bisa terbatas atau bahkan menurun. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hikmah, Sari, Irfan (2023) bahwa CG memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat diambil sebuah hipotesis yaitu :

H4 : *Corporate Governance* mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

5. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh *Corporate Governance*

Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik, yang biasanya berujung pada peningkatan nilai perusahaan karena menunjukkan potensi keuntungan yang lebih besar bagi pemegang saham dan investor. Namun, pengaruh profitabilitas ini dapat diperkuat jika perusahaan memiliki tata kelola yang baik. *Corporate Governance* yang baik memastikan bahwa perusahaan mengelola sumber daya dengan efisien, mengurangi risiko operasional, dan menjaga transparansi serta akuntabilitas dalam pengambilan keputusan sehingga perusahaan dapat memaksimalkan potensi profitabilitas dan mengelola laba secara lebih bijaksana, yang akan meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Magfiroh (2022) bahwa CG mampu memoderasi kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat diambil sebuah hipotesis yaitu :

H5 : *Corporate Governance* mampu memoderasi hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

6. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh *Corporate Governance*

Perusahaan dengan *leverage* tinggi cenderung memiliki risiko keuangan yang lebih besar, sehingga pihak kreditur, investor, dan regulator mengharapkan penerapan CG yang lebih ketat untuk memastikan keberlanjutan dan keamanan investasi. Dalam kondisi *leverage* tinggi, perusahaan perlu menunjukkan transparansi yang lebih baik dalam laporan keuangan dan pengelolaan risiko untuk meyakinkan pemangku kepentingan bahwa mereka mampu memenuhi kewajiban finansialnya. Oleh karena itu, dengan penerapan *corporate governance* yang efektif, *leverage* dapat memberikan dampak positif yang lebih besar terhadap nilai perusahaan, karena pengelolaan utang dilakukan dengan cara yang strategis dan hati-hati. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Widyarningsih, Susilowati, Andriana (2022) bahwa *corporate governance* mampu memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat diambil sebuah hipotesis yaitu:

H6 : *Corporate Governance* mampu memoderasi hubungan *Leverage* terhadap Nilai Perusaha

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menentukan jenis metode penelitian merupakan faktor yang sangat penting dalam pelaksanaan penelitian. Hal ini disebabkan oleh adanya berbagai jenis metode yang dapat dipilih untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Dalam penelitian ini, jenis metode yang akan digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan variabel *corporate social responsibility*, profitabilitas, *leverage*, nilai perusahaan dan *corporate governance*

Penelitian kuantitatif berfokus pada pengujian teori dengan cara mengukur variabel-variabel penelitian menggunakan angka, serta menganalisis data melalui prosedur statistik. Pendekatan kuantitatif biasanya digunakan untuk mempelajari suatu populasi atau sampel. Data dari sampel biasanya dikumpulkan dengan alat ukur tertentu, lalu dianalisis menggunakan statistik atau cara kuantitatif

Menurut (Sugiyono, 2017), metode penelitian kuantitatif adalah :

"Metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan."

B. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah target dari suatu penelitian yang memiliki tujuan dan manfaat tertentu. Objek ini menjelaskan tentang apa dan siapa yang akan diteliti, sehingga pada akhirnya dapat diperoleh data yang sesuai dengan tujuan dan manfaat yang telah ditentukan.

Objek penelitian ini berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar secara berturut-turut yang meliputi laporan posisi keuangan dan laporan laba rugi di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2021-2023. Data berupa laporan keuangan yang akan digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) www.idx.co.id.

C. Jenis dan Sumber Data

Ada dua jenis data yaitu data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian langsung kepada orang yang terlibat langsung atau yang menggunakan teknik pengumpulan data langsung. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak lain atau dari hasil penelitian dari pihak lain. Data sekunder tidak termasuk data yang diperoleh dari sumber lain atau dari hasil penelitian lain.

Selain itu, data sekunder ini juga dapat dikategorikan berdasarkan sumbernya, yaitu data sekunder dengan sumber data internal dan data sekunder dengan sumber

data eksternal. Data sekunder internal adalah segala data atau informasi yang berasal dari dalam organisasi, biasanya berupa data penjualan, data keuangan, dan data pemasaran yang dapat digunakan untuk penelitian. Sedangkan, data sekunder eksternal adalah semua data yang dihasilkan di luar perusahaan atau organisasi, seperti data yang ada di Bursa Efek Indonesia. Sementara itu, data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur dan memiliki bentuk berupa angka pasti sehingga bisa dihitung secara langsung sebagai variabel numerik atau bilangan.

Penelitian ini akan menggunakan data sekunder eksternal dan kuantitatif dari *annual report* dan *sustainability report* yaitu berupa laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, serta catatan atas laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023 yang tercatat dalam website www.idx.co.id yang merupakan situs resmi dari Bursa Efek Indonesia.

D. Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2017) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi tidak hanya mencakup jumlah subjek atau objek yang ada, tetapi juga keseluruhan karakteristik yang dimiliki subjek atau objek. Dengan kata lain, populasi mencerminkan tidak hanya kuantitas, tetapi juga kualitas atau sifat-sifat yang melekat pada setiap elemen dalam kelompok tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2021-2023. Jumlah populasi sesuai data di BEI pada website www.idx.co.id ada sebanyak 92 perusahaan yang dibuat pada tabel berikut :

Tabel III.1
Perusahaan Yang Terdaftar

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Sektor Industri
1	ADMG	Polychem Indonesia	Keramik Porselin & Kaca
2	AGII	Aneka Gas Industri	Kimia
3	AKPI	Argha Karya Prima Industry	Plastik & Kemasan
4	ALDO	Alkindo Naratama	Pulp & Kertas
5	ALKA	Alakasa Industrindo	Logam & Sejenisnya
6	ALMI	Alumindo Light Metal Industry	Logam & Sejenisnya
7	AVIA	Avia Avian	Kimia
8	AMFG	Asahimas Flat Glass	Keramik Porselin & Kaca
9	APLI	Asiaplast Industries	Plastik & Kemasan
10	ARNA	Arwana Citramulia	Keramik Porselin & Kaca
11	BAJA	Saranacentral Bajatama	Logam & Sejenisnya

12	BRNA	Berlina	Plastik & Kemasan
13	BRPT	Barito Pacific	Kimia
14	BTON	Betonjaya Manunggal	Logam & Sejenisnya
15	CAKK	Cahayaputra Asa Keramik	Keramik Porselin & Kaca
16	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia	Pakan Ternak
17	BUDI	Budi Starch And Sweetener	Kimia
18	CHEM	Chemstar Indonesia	Kimia
19	CPRO	Central Proteina Prima	Pakan Ternak
20	CTBN	Citra Tubindo	Logam & Sejenisnya
21	DPNS	Duta Pertiwi Nusantara	Kimia
22	EKAD	Ekadharna International	Kimia
23	EPAC	Megalestari Epack Sentosaraya	Plastik & Kemasan
24	ESIP	Sinergi Inti Plastindo	Plastik & Kemasan
25	ETWA	Eterindo Wahanatama	Kimia
26	FASW	Fajar Surya Wisesa	Pulp & Kertas
27	FPNI	Lotte Chemical Titan	Plastik & Kemasan
28	GDST	Gunawan Dianjaya Steel	Logam & Sejenisnya
29	GGRP	Gunung Raja Paksi	Logam & Sejenisnya
30	GTSI	GTS Internasional	Semen
31	IFII	Indonesia Fibreboard Industry	Kayu & Pengolahan
32	IGAR	Champion Pacific Indonesia	Plastik & Kemasan

33	IMPC	Impack Pratama Industri	Plastik & Kemasan
34	IKAI	Intikramik Alamasri Industry	Keramik Porselin & Kaca
35	INAI	Indal Aluminium Industry	Logam & Sejenisnya
36	DEWI	Dewi Shri Farmindo	Pakan Ternak
37	DEPO	Caturkarda Depo Bangunan	Lainnya
38	INCF	Indo Komoditi Korpora	Lainnya
39	INCI	Intanwijaya Internasional	Kimia
40	INKP	Indah Kiat Pulp & Paper	Pulp & Kertas
41	INOV	Inocycle Technology Group	Lainnya
42	INRU	Toba Pulp Lestari	Pulp & Kertas
43	INTP	Indocement Tunggal Prakarsa	Semen
44	IPOL	Indopoly Swakarsa Industry	Plastik & Kemasan
45	ISSP	Steel Pipe Industry of Indones	Logam & Sejenisnya
46	JKSW	Jakarta Kyoei Steel Works	Logam & Sejenisnya
47	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia	Pakan Ternak
48	KKES	Kusuma Kemindo Sentosa	Logam & Sejenisnya
49	KBRI	Kertas Basuki Rachmat Indonesi	Pulp & Kertas
50	KDSI	Kedawung Setia Industrial	Pulp & Kertas
51	KIAS	Keramika Indonesia Assosiasi	Keramik Porselin & Kaca
52	KUAS	Ace Oldfields	Kimia
53	KMTR	Kirana Megatara	Lainnya

54	KRAS	Krakatau Steel (Persero)	Logam & Sejenisnya
55	LION	Lion Metal Works	Logam & Sejenisnya
56	LMSH	Lionmesh Prima	Logam & Sejenisnya
57	MAIN	Malindo Feedmill	Pakan Ternak
58	MARK	Mark Dynamics Indonesia	Keramik Porselin & Kaca
59	LABA	Ladang Baja Murni	Kimia
60	MDKI	Emdeki Utama	Kimia
61	MLIA	Mulia Industrindo	Keramik Porselin & Kaca
62	MOLI	Madusari Murni Indah	Kimia
63	NIKL	Pelat Timah Nusantara	Logam & Sejenisnya
64	PBID	Panca Budi Idaman	Plastik & Kemasan
65	PICO	Pelangi Indah Canindo	Logam & Sejenisnya
66	PURE	Trinitan Metals and Minerals	Logam & Sejenisnya
67	NPGF	Nusa Palapa Gemilang	Kimia
68	OBMD	OBM Drilchem	Kimia
69	SAMF	Saraswanti Anugerah Makmur	Kimia
70	SINI	Singaraja Putra	Kayu & Pengelolaan
71	SIPD	Sierad Produce	Pakan Ternak
72	SMBR	Semen Baturaja (Persero)	Semen
73	SMCB	Solusi Bangun Indonesia	Semen
74	SMGR	Semen Indonesia (Persero)	Semen

75	SMKL	Satyamitra Kemas Lestari	Plastik & Kemasan
76	SPMA	Suparma	Pulp & Kertas
77	SRSN	Indo Acidatama	Kimia
78	SULI	SLJ Global	Kayu & Pengelolaan
79	SWAT	Sriwahana Adityakarta	Pulp & Kertas
80	TALF	Tunas Alfin	Plastik & Kemasan
81	TBMS	Tembaga Mulia Semanan	Logam & Sejenisnya
82	TDPM	Tridomain Performance Material	Kimia
83	TIRT	Tirta Mahakam Resources	Kayu & Pengelolaan
84	TKIM	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia	Pulp & Kertas
85	TOTO	Surya Toto Indonesia	Keramik Porselin & Kaca
86	TPIA	Chandra Asri Petrochemical	Kimia
87	TRST	Trias Sentosa	Plastik & Kemasan
88	UNIC	Unggul Indah Cahaya	Kimia
89	WSBP	Waskita Beton Precast	Semen
90	WSKT	Waskita Karya (Persero)	Semen
91	WTON	Wijaya Karya Beton	Semen
92	YPAS	Yanaprima Hastapersada	Plastik & Kemasan

Sumber : data di olah oleh penulis (2025)

Pengertian sampel menurut (Setiawan 2013, 20) adalah

“Sebagian dari populasi atau elemen-elemen yang ada dalam populasi, sehingga sampel merupakan himpunan bagian dari populasi, dengan demikian konsekuensinya adalah ciri-ciri tertentu yang dimiliki populasi seharusnya dimiliki pula pada sampel.”

Metode pengambilan sampel sangat penting dalam menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, sehingga berbagai metode yang berbeda dapat diterapkan. Metode penentuan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode *Purposive Sampling*, teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan tertentu. Dalam metode ini, peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang akan di gunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023.
- b. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan secara konsisten dan lengkap selama periode 2021-2023.
- c. Perusahaan tidak mengalami kerugian sepanjang tahun 2021-2023.
- d. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah periode 2021-2023.
- e. Perusahaan yang tidak terdapat *Outliers*

Tabel III.2

Kriteria Pemilihan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023	92
2	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan secara konsisten dan lengkap selama periode 2021-2023	(27)
3	Perusahaan yang mengalami kerugian sepanjang tahun 2021-2023	(30)
4	Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah periode 2021-2023.	(8)
5	Perusahaan yang memiliki <i>Outliers</i>	(3)
Jumlah Perusahaan yang dijadikan Sampel		24
Periode Penelitian		3
Jumlah Sampel		72

Sumber: data diolah peneliti (2025)

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui dua tahap. Tahap pertama melibatkan studi literatur, yang mencakup pembacaan jurnal penelitian dan buku-buku yang relevan dengan variabel *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, Nilai Perusahaan dan *Corporate Governance* yang diharapkan dapat mendukung penelitian ini.

Pada tahap kedua, data yang didapatkan merupakan data sekunder berupa data keuangan perusahaan-perusahaan di sektor industri dasar dan kimia yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada periode 2021-2023. Data yang dibutuhkan dalam penelitian adalah laporan keuangan yang telah diaudit oleh auditor independen. Data tersebut diakses dari situs Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id.

F. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Operasionalisasi variabel penelitian adalah proses mendefinisikan dan mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian agar dapat diukur secara objektif. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri dari tiga jenis variabel yaitu variabel independen (x), variabel dependen (y) dan variabel moderasi (z).

1. Variabel Independen

Menurut Sugiyono (2017), variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dengan kata lain, variabel ini adalah faktor yang dimanipulasi atau diubah dalam

penelitian untuk melihat bagaimana pengaruhnya terhadap variabel lain. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. *Corporate Social Responsibility (CSR).*

CSR diartikan sebagai bentuk komitmen perusahaan dalam berkontribusi untuk kemajuan ekonomi, meningkatkan transparansi perusahaan dan memberikan kontribusi yang terbaik untuk masyarakat sekitar. Penelitian ini mengukur pengungkapan sosial perusahaan secara kuantitatif menggunakan metode check list atau metode *dummy* jika perusahaan tidak mengungkapkan item dari daftar pertanyaan, maka nilainya 0 dan jika perusahaan mengungkapkan item dari daftar pertanyaan maka nilainya 1. Tahapan dalam pengukuran pengungkapan tanggung jawab sosial :

- a) Melakukan *checklist* terhadap item-item yang berhubungan dengan kategori pengungkapan sosial perusahaan yang tercantum dalam laporan keuangan tahunan perusahaan.
- b) Menjumlahkan item yang telah di *checklist*.
- c) Membagi total item yang telah di *checklist* dengan jumlah total item.

Rumus menghitung CSR adalah sebagai berikut :

$$CSRI = \frac{\sum X_{yi}}{n_i}$$

Keterangan :

- CSRI : Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan i
- $\sum X_{yi}$: Total nilai pengungkapan.
- Nilai 1 = Jika item y diungkapkan ; 0 = Jika item y tidak diungkapkan.
- n_i : Jumlah item pengungkapan i

Indikator pengungkapan CSR diukur menggunakan standar Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) No. 51/POJK.03/2017 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengenai Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik.

b. Profitabilitas

Profitabilitas adalah indikator yang menilai sejauh mana sebuah perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan seluruh sumber daya dan kemampuan yang dimilikinya untuk mencapai laba yang optimal. Profitabilitas perusahaan dapat dikatakan baik jika perusahaan mencapai target laba yang sudah ditetapkan sebelumnya. Laba

yang tinggi pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa aktivitas operasional yang dijalankan oleh perusahaan semakin intensif. Sejalan dengan hal itu, meningkat juga nilai perusahaan. Dalam hal ini penulis akan menggunakan ROA dengan rumus :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$$

c. *Leverage*

Variabel independen ketiga dalam penelitian ini adalah *leverage* yang merujuk pada penggunaan utang oleh perusahaan untuk membiayai kegiatan operasional dan investasinya. *Leverage* dapat dihitung dengan rasio utang terhadap ekuitas (*Debt to Equity Ratio*) atau utang terhadap total aset (*Debt to Assets Ratio*), yang menggambarkan sejauh mana perusahaan mengandalkan utang dibandingkan dengan ekuitas atau aset yang dimilikinya. Saat ini peneliti memilih untuk menggunakan rumus DER.

Rumus DER adalah :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$$

2. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan tingkat keberhasilan manajemen dalam mengelola aset dan sumber daya perusahaan secara efisien untuk menciptakan nilai tambah. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham perusahaan, yang mencerminkan kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rumus PBV (*Price to Book Value*) yang digunakan untuk membandingkan harga pasar saham perusahaan dengan nilai buku per sahamnya. Rasio ini memberikan gambaran tentang bagaimana pasar menilai nilai ekuitas suatu perusahaan dibandingkan dengan nilai yang tercatat dalam laporan keuangan perusahaan (nilai akuntansi). Rumus PBV :

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

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Corporate Governance*. Dalam penerapan tata kelola perusahaan, dewan komisaris memainkan peran inti dengan tugas untuk memastikan pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan, serta menjamin akuntabilitas. Dalam penelitian ini, tata kelola perusahaan diukur berdasarkan jumlah dewan komisaris yang berfungsi

sebagai pengawas dalam implementasi tata kelola di perusahaan. Jumlah dewan komisaris yang semakin besar akan mempengaruhi kemungkinan terjadinya kecurangan dalam laporan keuangan secara signifikan. Rumus dewan komisaris independen yaitu:

$$\text{Komisaris Independen} = \frac{\sum \text{Komisaris Independen}}{\sum \text{Komisaris Perusahaan}} \times 100$$

Tabel III. 3
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Rumus	Skala
1	<i>Corporate Social Responsibility</i>	$CSRI = \frac{\sum xy_i}{ni}$	Rasio
2	Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$	Rasio
3	<i>Leverage</i>	$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100 \%$	Rasio
4	Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$	Rasio
5	<i>Corporate Governance</i>	Komisaris Independen = $\frac{\sum \text{Komisaris Independen}}{\sum \text{Komisaris Perusahaan}} \times 100\%$	Rasio

Sumber: data diolah peneliti (2025)

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah metode atau teknik yang digunakan untuk mengolah, menginterpretasikan, dan menampilkan data untuk menghasilkan informasi berguna. Analisis data bertujuan untuk menggambarkan data sehingga mudah dipahami dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan tentang karakteristik populasi berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Selain itu, analisis ini juga dilakukan berdasarkan asumsi dan pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data statistik deskriptif dan analisis PLS dengan metode PLS-SEM yang dibantu dengan program aplikasi *SmartPLS* versi 4.1.0.9

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan menggambarkan atau mengilustrasikan data yang telah dikumpulkan, tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan umum atau generalisasi yang luas (Sugiyono, 2022). Statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan data sampel tanpa menarik kesimpulan yang berlaku untuk keseluruhan populasi dari mana sampel tersebut diambil. Dalam penelitian ini, statistik deskriptif yang digunakan meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Sedangkan untuk pendekatan analisis data, digunakan program *SmartPLS* versi 4.1.0.9.

2. *Partial Least Square (PLS)*

Pendekatan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik *Partial Least Square (PLS)* yang didukung oleh program *SmartPLS* versi 4.1.0.9. *Partial Least Square (PLS)* adalah teknik analisis data yang menggunakan software dengan berbagai versi terbaru. Metode PLS memiliki beberapa keunggulan, salah satunya meliputi kebutuhan sampel yang relatif kecil dan tidak memerlukan data yang didistribusikan secara normal. Ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis data meskipun data tersebut tidak memenuhi asumsi distribusi normal, yang sering menjadi kendala dalam penggunaan teknik analisis lain seperti SEM (*Structural Equation Modeling*) berbasis kovarian. Selain itu, PLS dapat digunakan untuk mengukur dan memprediksi hubungan kausalitas antara variabel independen dan dependen, serta untuk melihat efek mediasi atau moderasi dari variabel lain yang sangat berguna untuk menguji hipotesis dalam penelitian. Dalam metode *Partial Least Square (PLS)*, teknik analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

A. **Evaluasi Model Pengukuran atau *Outer Model***

Outer Model, juga dikenal sebagai *outer relation* atau *measurement model*, diartikan sebagai evaluasi pengukuran pada model yang telah dibangun untuk menggambarkan hubungan dan keterkaitan antara indikator dan konstruk yang mendasarinya. Fungsi dari model pengukuran ini adalah untuk memeriksa validitas dan reliabilitas suatu variabel dalam penelitian ini. Uji yang dilakukan dalam *outer model*, antara lain:

1) Uji Validitas

a. *Convergent Validity*

Convergent validity adalah salah satu aspek dari validitas konstruk yang digunakan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator dari sebuah konstruk yang seharusnya saling berkaitan, memang menunjukkan hubungan yang signifikan. Dengan kata lain, *convergent validity* mengukur seberapa baik indikator-indikator yang berbeda untuk mengukur konsep yang sama atau konstruk tertentu menghasilkan hasil yang konsisten dan mengarah ke kesimpulan yang sama.

Nilai *convergent validity* dapat dilihat dari nilai *loading factor/outer loading* pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai dianggap tinggi jika korelasinya lebih dari 0,70 (ditandai dengan warna hijau) dengan konstruk yang diukur, sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian lainnya. Selain itu, validitas dapat juga dilihat dari nilai AVE, dimana dikatakan *valid* jika nilai AVE ($>$) 0,50 (bewarna hijau) sehingga dapat dilanjutkan dengan pengujian lainnya (Hair et al., 2021 dalam Yamin Sofyan, 2023).

b. *Discriminant Validity*

Discriminant validity adalah salah satu jenis validitas konstruk yang digunakan untuk memastikan bahwa suatu konstruk berbeda atau tidak berkorelasi tinggi dengan konstruk lain yang berbeda. *Discriminant*

validity memastikan bahwa indikator-indikator dari suatu konstruk tidak memiliki korelasi yang kuat dengan indikator-indikator dari konstruk yang berbeda.

Cara lain untuk menilai *discriminant validity* adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE (*Average Variance Extracted*). Sebuah model dianggap memiliki *discriminant validity* yang memadai jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, yang dikenal dengan kriteria *Fornell-Larcker*.

2) Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, pengukuran model juga dilakukan untuk menilai reliabilitas suatu konstruk. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan alat ukur dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Uji reliabilitas dilakukan dengan mengukur *cronbach's alpha* dan *composite reliability* dari kumpulan indikator yang mengukur konstruk. Sebuah konstruk dianggap reliabel jika nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*-nya lebih dari 0,70 (Hair et al., 2017 dalam Yamin Sofyan, 2023).

3) Uji VIF

Uji *Variance Inflation Factor* (VIF) adalah uji yang digunakan untuk mengukur tingkat multikolinearitas antar variabel dalam model penelitian

berbasis *Partial Least Squares* (PLS). Nilai VIF yang dapat diterima adalah (<) 5 dan dinyatakan baik apabila nilai (<) 3.

B. Evaluasi Model Struktural atau *Inner Model*

Evaluasi model struktural adalah proses untuk menguji hubungan antar konstruk dalam sebuah model penelitian, setelah model pengukuran (*outer model*) telah dievaluasi. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat apakah hipotesis-hipotesis yang diajukan dalam penelitian didukung oleh data yang telah dianalisis. Uji yang dilakukan dalam *Inner Model* adalah:

1) *R-Square*

R-Square adalah statistik yang memberikan informasi tentang seberapa baik variabel independen dalam model menjelaskan variabilitas variabel dependen. Nilai *R-square* merupakan koefisien determinasi pada konstruk endogen. Biasanya, nilai *R-square* sebesar 0,75 dianggap tinggi, 0,50 dianggap moderat, dan 0,25 dianggap lemah. Koefisien determinasi (*R-square*) digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Variasi dalam nilai *R-square* dapat digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel laten independen tertentu memiliki pengaruh substantif terhadap variabel laten dependen (Hair, 2019 dalam Yamin Sofyan, 2023).

2) *F-Square*

F-Square adalah ukuran efek dalam model *Partial Least Squares* (PLS) yang digunakan untuk mengevaluasi pengaruh relatif antar variabel. Tolak ukur nilai *F-Square* pada *SmartPLS* adalah ($<$) 0,02 (diabaikan), (\geq) 0,02 (kecil), dan (\geq) 0,15 (signifikan).

3) *Path Coefficient*

Koefisien Jalur (*Path Coefficient*) adalah nilai yang menghubungkan jalur dalam model struktural, yang diperoleh melalui prosedur *bootstrapping* dan harus memiliki hasil yang signifikan. Nilai ini menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antar konstruk dalam model. Pengujian signifikansi dilakukan untuk memastikan bahwa hubungan yang diidentifikasi bukan terjadi secara kebetulan dan benar-benar mencerminkan hubungan yang ada dalam populasi. Jika nilai Koefisien Jalur ($>$) 0, maka variabel tersebut memiliki hubungan positif dengan variabel lainnya. Sebaliknya, jika nilai Koefisien Jalur ($<$) 0, maka variabel tersebut memiliki hubungan negatif dengan variabel lainnya.

3. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, peneliti menggunakan uji T-statistik dan *P-value* pengujian hipotesis ini menggunakan bantuan *smartPLS*.

A. T-value

Uji T-statistik (*T-value*) adalah salah satu metode statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran suatu hipotesis. Uji T-statistik digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel dalam suatu model. Nilai uji T-statistik yang dapat diterima adalah sama dengan atau lebih dari (\geq) 1,96.

B. P-value

Uji *P-Value* adalah metode statistik yang digunakan untuk menentukan signifikansi hubungan antara variabel atau perbedaan rata-rata dalam sebuah analisis. Uji *P-Value* menggambarkan tingkat signifikansi hubungan pada variabel penelitian yang digunakan untuk menguji hipotesis yang ada. Nilai *P-Value* yang dapat diterima adalah sama atau kurang dari (\leq) 0,05.

