PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2020

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan
Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

OLEH :

MUHAMMAD FARHAN
NPM: 1702110203

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
BANDA ACEH
2021

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
(TERAKREDITASI)
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 15 Februari 2022

TANDA PERSETUJUAN/PENGESAHAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

MUHAMMAD FARHAN
NPM : 1702110203

Dengan judul:

PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSOBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2020

Yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Menyetujui / Mengesahkan :

Ketua Program Studi Akuntansi	Pembimbing I	Pembimbing II
H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.	**H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.**	**Ermad MJ, SE, M.Si.**
NIK. 19711019 200405 1 001	**NIK. 19711019 200405 1 001**	**NIK. 19871606 201608 1 001**

Mengetahui,
Dekan,

Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS EKONOMI
(TERAKREDITASI)
JALAN MUHAMMADIYAH NO. 91 BATHOH LUENG BATA
TELEPON (0651) 21023 FAX. 21023 – 34092
BANDA ACEH 23245

Jurusan : Akuntansi
Program : Sarjana S-1

Banda Aceh, 15 Februari 2022

TANDA PERSETUJUAN KOMISI UJIAN SKRIPSI

Dengan ini, kami menyatakan telah menyetujui/mengesahkan skripsi saudara:

MUHAMMAD FARHAN
NPM : 1702110203

Dengan judul:

PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSOBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2020

Yang telah dipertahankan di depan komisi ujian, pada tanggal 07 Februari 2022

Menyetujui / Mengesahkan :
Komisi Ujian

Ketua

Drs. Tarmizi Gadeng, SE, M.Si, MM.
NIK. 19700408 199401 1 001

Sekretaris

H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
NIK. 19711019 200405 1 001

Anggota

Ermad MJ, SE, M.Si.
NIK. 19871606 201608 1 001

Anggota

Maya Agustina, SE, M.Si.
NIK. 19810818 200907 2 001

Mengetahui
Ketua Program Studi Akuntansi

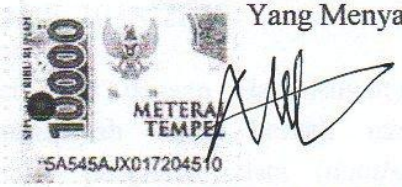
H. Zulkifli Umar, SE, M.Si, Ak, CA.
NIK. 19711019 200405 1 001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"SAYA YANG BERTANDA TANGAN DI BAWAH INI MENYATAKAN BAHWA SKRIPSI INI TELAH DITULIS DENGAN SESUNGGUH-SUNGGUHNYA DAN TIDAK ADA BAGIAN YANG MERUPAKAN PENJIPLAKAN KARYA ORANG LAIN DI PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH, APABILA DI KEMUDIAN HARI TERBUKTI BAHWA PERNYATAAN INI TIDAK BENAR MAKA SAYA SANGGUP MENERIMA HUKUMAN/SANKSI SESUAI PERATURAN YANG BERLAKU"

Banda Aceh, 15 Februari 2022

Yang Menyatakan



MUHAMMAD FARHAN

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama	**: Muhammad Farhan**
NPM	**: 1702110203**
Program Studi	**: Akuntansi**
Fakultas	**: Ekonomi**
Jenis Karya	**: Skripsi**

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh **Hak Bebas Royalty Non Eklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right)*** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

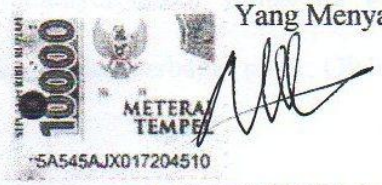
PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSOBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2020

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan) dengan Hak Royalty Non-Eksklusif ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 15 Februari 2022

Banda Aceh, 15 Februari 2022
Yang Menyatakan



MUHAMMAD FARHAN

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **"Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai variabel Moderasi Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020"**.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Aceh. Selanjutnya shalawat beserta salam disampaikan kepada junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW, sebagai utusan Allah yang senantiasa berusaha memperbaiki akhlaq umat manusia menjadi insan yang berpendidikan dan berilmu pengetahuan.

Meski tulisan ini telah dilakukan dengan maksimal, namun penulis menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu penulis mengaharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun untuk membantu menyempurnakan skripsi ini di masa yang akan datang.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, pengarahan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu,

dalam kesempatan ini dengan kemurahan dan kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Tarmizi Gadeng, SE,M.Si,MM. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
2. Ibu Syamsidar, SE,M.Si,Ak. Selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
3. Bapak Zulkifli Umar, SE,M.Si,Ak,CA. Selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh.
4. Ibu Cut Fitrika Syawalina, SE,M.Si. Selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh
5. Bapak, Zulkifli Umar, SE,M.Si,Ak,CA. Selaku Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan menyumbangkan pikiran serta tenaga dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ermad MJ, SE,MSi. Selaku Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan menyumbangkan pikiran serta tenaga dalam membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang selalu memberikan arahan, wawasan dan pengetahuan kepada penulis dengan tulus hati.
8. Staf Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Aceh yang selalu memberikan bantuan dan partisipasinya bagi penulis selama menjalankan kuliah hingga selesai.

9. Ayahanda Ishak , Ibunda Ratna dan abang dan kakak (M. haikal, M. Julian Abrar) yang selalu memberikan do'a, dorongan, semangat dan kasih sayangnya kepada penulis.
10. Sahabat-sahabat penulis Fadhil Akram, Effan Setiawan yang telah banyak membantu penulis.
11. Serta kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu, semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah SWT dengan kebaikan yang berlipat ganda.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan, wawasan yang berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan, bagi penulis khususnya dan umumnya bagi yang membaca skripsi ini.

Banda Aceh, 18 Desember 2021

Muhammad farhan

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
ABSTRAK ix

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.4.1 Manfaat Teoritis 9
1.4.2 Manfaat Praktis 9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 10

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN 11
2.1 Nilai Perusahaan 11
2.1.1 Indikator Nilai Perusahaan 13
2.2 Profitabilitas 14
2.2.1 Manfaat Profitabilitas 15
2.2.2 Indikator Profitabilitas 16
2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 16
2.3.1 Indikator *Corporate Social Responsibility* 18
2.4 Ukuran Perusahaan 18
2.4.1 Manfaat Ukuran Perusahaan 19
2.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan 20
2.5 Penelitian Sebelumnya 21
2.6 Kerangka Pemikiran 23
2.7 Hipotesis 24

BAB III METODE PENELITIAN 26
3.1 Desain Penelitian 26
3.1.1 Tujuan Penelitian 26
3.1.2 Jenis Penelitian 26
3.1.3 Horizon Waktu 27
3.1.3 Unit Analisis 27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 27
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data 29
3.4 Definisi dan Operasional Variabel 30
3.4.1 Variabel Dependen 30

3.4.2 Variabel Independen 31

3.4.2.1 Profitabilitas 31
3.4.2.2 Pengungungkapan *corporate Social* 32
Responsibility 32
3.4.3 Variabel Moderasi 32
3.5 Metode Analisis Dan Rancangan Pengujian Hipotesis 33
3.5.1 Metode Analisis 33
3.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis 35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Analisis Statistik Deskriptif 39
4.2 Hasi Pengujian Hipotesis 41
4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama 40
4.2.2 Hasil pengujian Hipotesis Kedua 41
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga 42
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis keempat 42
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis kelima 43
4.3 Pembahasan 44
4.3.1 Pengaruh Profitabilitas dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan 44
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 44
4.3.3 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan 45
4.3.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 46
4.3.5 CSR Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 47
5.1 Kesimpulan 47
5.2 Saran 48

DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 51

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Rata-Rata Nilai Perusahaan 3
Tabel 1.2 Rata-Rata Profitabilitas..... 4
Tabel 1.3 Rata-Rata *Corporate Social Responsibility*..... 5
Tabel 1.4 Rata-Rata Ukuran Perusahaan 6
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 22
Tabel 3.1 Penentuan Sampel..... 28
Tabel 3.1 Sampel Penelitian 29
Tabel 3.3 Definisi dan Operasional Variabel 33
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif..... 40
Tabel 4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis 40
Tabel 4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat..... 42
Tabel 4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis Kelima 43

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 24

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
ABSTRAK ix

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.4.1 Manfaat Teoritis 9
1.4.2 Manfaat Praktis 9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 10

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN 11
2.1 Nilai Perusahaan 11
2.1.1 Indikator Nilai Perusahaan 13
2.2 Profitabilitas 14
2.2.1 Manfaat Profitabilitas 15
2.2.2 Indikator Profitabilitas 16
2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 16
2.3.1 Indikator *Corporate Social Responsibility* 18
2.4 Ukuran Perusahaan 18
2.4.1 Manfaat Ukuran Perusahaan 19
2.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan 20
2.5 Penelitian Sebelumnya 21
2.6 Kerangka Pemikiran 23
2.7 Hipotesis 24

BAB III METODE PENELITIAN 26
3.1 Desain Penelitian 26
3.1.1 Tujuan Penelitian 26
3.1.2 Jenis Penelitian 26
3.1.3 Horizon Waktu 27
3.1.3 Unit Analisis 27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 27
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data 29
3.4 Definisi dan Operasional Variabel 30
3.4.1 Variabel Dependen 30

3.4.2 Variabel Independen 31

3.4.2.1 Profitabilitas 31
3.4.2.2 Pengungungkapan *corporate Social* 32
Responsibility 32
3.4.3 Variabel Moderasi 32
3.5 Metode Analisis Dan Rancangan Pengujian Hipotesis 33
3.5.1 Metode Analisis 33
3.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis 35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Analisis Statistik Deskriptif 39
4.2 Hasi Pengujian Hipotesis 41
4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama 40
4.2.2 Hasil pengujian Hipotesis Kedua 41
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga 42
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis keempat 42
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis kelima 43
4.3 Pembahasan 44
4.3.1 Pengaruh Profitabilitas dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan 44
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 44
4.3.3 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan 45
4.3.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 46
4.3.5 CSR Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 47
5.1 Kesimpulan 47
5.2 Saran 48

DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 51

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Rata-Rata Nilai Perusahaan 3
Tabel 1.2 Rata-Rata Profitabilitas..... 4
Tabel 1.3 Rata-Rata *Corporate Social Responsibility*..... 5
Tabel 1.4 Rata-Rata Ukuran Perusahaan 6
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 22
Tabel 3.1 Penentuan Sampel..... 28
Tabel 3.1 Sampel Penelitian 29
Tabel 3.3 Definisi dan Operasional Variabel 33
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif..... 40
Tabel 4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis 40
Tabel 4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat..... 42
Tabel 4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis Kelima 43

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 24

DAFTAR ISI

Halaman

JUDUL i
KATA PENGANTAR ii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR viii
ABSTRAK ix

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.4.1 Manfaat Teoritis 9
1.4.2 Manfaat Praktis 9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 10

BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN 11
2.1 Nilai Perusahaan 11
2.1.1 Indikator Nilai Perusahaan 13
2.2 Profitabilitas 14
2.2.1 Manfaat Profitabilitas 15
2.2.2 Indikator Profitabilitas 16
2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* 16
2.3.1 Indikator *Corporate Social Responsibility* 18
2.4 Ukuran Perusahaan 18
2.4.1 Manfaat Ukuran Perusahaan 19
2.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan 20
2.5 Penelitian Sebelumnya 21
2.6 Kerangka Pemikiran 23
2.7 Hipotesis 24

BAB III METODE PENELITIAN 26
3.1 Desain Penelitian 26
3.1.1 Tujuan Penelitian 26
3.1.2 Jenis Penelitian 26
3.1.3 Horizon Waktu 27
3.1.3 Unit Analisis 27
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian 27
3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data 29
3.4 Definisi dan Operasional Variabel 30
3.4.1 Variabel Dependen 30

3.4.2 Variabel Independen 31

3.4.2.1 Profitabilitas 31
3.4.2.2 Pengungungkapan *corporate Social* 32
Responsibility 32
3.4.3 Variabel Moderasi 32
3.5 Metode Analisis Dan Rancangan Pengujian Hipotesis 33
3.5.1 Metode Analisis 33
3.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis 35

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 39
4.1 Analisis Statistik Deskriptif 39
4.2 Hasi Pengujian Hipotesis 41
4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama 40
4.2.2 Hasil pengujian Hipotesis Kedua 41
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga 42
4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis keempat 42
4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis kelima 43
4.3 Pembahasan 44
4.3.1 Pengaruh Profitabilitas dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan 44
4.3.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 44
4.3.3 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan 45
4.3.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 46
4.3.5 CSR Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan 46

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 47
5.1 Kesimpulan 47
5.2 Saran 48

DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 51

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Rata-Rata Nilai Perusahaan 3
Tabel 1.2 Rata-Rata Profitabilitas..... 4
Tabel 1.3 Rata-Rata *Corporate Social Responsibility*..... 5
Tabel 1.4 Rata-Rata Ukuran Perusahaan 6
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya 22
Tabel 3.1 Penentuan Sampel..... 28
Tabel 3.1 Sampel Penelitian 29
Tabel 3.3 Definisi dan Operasional Variabel 33
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif..... 40
Tabel 4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis 40
Tabel 4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat..... 42
Tabel 4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis Kelima 43

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... 24

PENGARUH PROFITABILITAS DANPENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTANIAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESAI (BEI) PERIODE 2018-2020

MUHAMMAD FARHAN
NPM : 1702110203

Pembimbing :1)Zulkifli, SE,M.Si,Ak,CA
2)Ermad MJ, SE,M.Si

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan dimoderasi ukuran perusahaan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020. Metode penelitian ini yang digunakan adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA). Berdasarkan kriteria yang ditetapkan, terpilih 36 perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 sebagai sampel. Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik pengambilan sampel jenuh (sensus). Hasil dari penelitian menunjukan bahwa nilai $B_1 \neq 0$artinya variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaandimana $B_2 \neq 0$. Ukuran perusahaan memoderasi hubungan variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan $\beta_1 < 0{,}05$ dan $\beta_3 < 0{,}05$ dan ukuran perusahaan merupakan *quasi moderasi*, dan ukuran perusahaan memperkuat hubungan dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan memoderasi hubungan variabel pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan $\beta_2 < 0{,}05$ dan $\beta_3 < 0.05$ dan ukuran perusahaan merupakan *homologizer moderasi* dan ukuran perusahaanmemperlemah hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai peruahaan.

Kata kunci : Nilai Perusahaan, Profitabilitas,pengungkapan CSR,ukuran perusahaan, dan sektor pertanian

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan dunia usaha pada era globalisasi semakin meningkat, untuk memenangkan persaingan tersebut manajer keuangan harus menghimpun dana secara efisien. Perusahaan harus cermat dalam mencari sumber dana yang digunakan untuk membiayai investasi perusahaan. Masalah krisis finasial yang terjadi pada perekonomian Indonesia sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena melemahnya nilai rupiah terhadap *kurs* dan harga bahan baku yang terus berfluktuatif. Untuk mengoptimalkan hal tersebut perusahaan dituntut untuk inovatif dan mampu melakukan penyesuaian diri terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dan akan terjadi didalam lingkungan, baik perubahan ekonomi nasional, kondisi konsumen, kemampuan pesaing, maupun peraturan pemerintah yang sering kali berubah-rubah.

Perkembangan pasar modal di Indonesia sudah sangat maju dan berkembang pesat terbukti dengan bertambahnya perusahaan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti memilih sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Sektor pertanian merupakan salah satu sektor yang berperan penting dalam perekonomian nasional dan kelangsungan hidup masyarakat serta kemakmuran maupun kesejahteraan masyarakat. Sektor pertanian adalah sektor yang potensial untuk dikembangkan di Indonesia, munculnya industri-industri besar berbasis agri bisnis seharusnya menjadi salah satu faktor pendorong maju dan berkembangnya sektor pertanian.

Kendala yang muncul saat ini adalah belum maksimalnya pemanfaatan sektor pertanian secara professional dan berskala makro dengan ditunjukkan oleh sedikitnya perusahaan agribisnis yang tercatat di pasar modal.

Ada beberapa hal yang mengemukakan tujuan dari berdirinya sebuah perusahaan. tujuan pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Ketiga tujuan perusahaan tersebut sebenarnya secara subtansial tidak banyak berbeda. Hanya saja penekanan yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda antara yang satu dengan yang lainnya (Harjito dan Martono, 2010: 2). Perusahaan sebagai entitas ekonomi lazimnya memiliki tujuan jangka pendek dan jangka panjang. dalam jangka pendek perusahaan bertujuan memperoleh laba secara maksimal dengan menggunakan sumber daya yang ada, sementara dalam jangka panjang tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Alfedro, dkk, 2011).

Memaksimalkan nilai perusahaan saat ini disepakati sebagai tujuan setiap perusahaan. nilai perusahaan diyakini tidak hanya mencerminkan kinerja perusahaan saat ini tetapi juga menggambarkan prospek perusahaan di masa yang akan datang, nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap

perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Adapun rata-rata struktur modal perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dapat dilihat pada Tabel 1.1

Tabel 1.1
Rata-rata Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020

Tahun/Periode	Nilai Perusahaan
2018	539,198
2019	483,507
2020	443,803

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2021)

Berdasarkan Tabel 1.1 menjelaskan bahwa rata-rata nilai perusahaan mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 rata-rata nilai perusahaan sebesar 539,198, pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 483,507, dan pada tahun 2020 terus menurun hingga mencapai angka sebesar 443,803. Nilai perusahaan yang optimal ditentukan oleh faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti profitabilitas, *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

Menurut Kasmir (2010: 196) profitabilitas merupakan faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. besar atau kecilnya laba ini yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan perbandingan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut. Adapun profitabilitas perusahaan

pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dapat dilihat pada Tabel 1.2

Tabel 1.2
Profitabilitas Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020

Tahun/Periode	Profitabilitas
2018	2,266
2019	9,545
2020	18,935

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2021)

Berdasarkan Tabel 1.2 menjelaskan bahwa rata-rata nilai perusahaan mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 rata-rata sebesar 2,266, pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 9,545, dan pada tahun 2020 terus meningkat hingga mencapai angka sebesar 18,935. Profitabilitas dinilai sebagai salah satu informasi dari suatu perusahaan yang dijadikan sinyal bagi para investor agar investor tertarik dan mau menanamkan modalnya pada suatu perusahaan akan berdampak pada meningkatnya nilai dari perusahaan tersebut. Profitabilitas juga merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dalam penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal ini dikarenakan profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus dimasa yang akan datang atau tidak

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, CSR pada sektor pertanian sangatlah penting,

karena dengan adanya CSR dipercaya dapat meningkatkan nilai perusahaan. dimana para investor cenderung menanamkan modalnya kepada perusahaan yang memiliki kepedulian sosial dengan menggunakan keunggulan perusahaannya, terutama perusahaan sektor pertanian yang kegiatan bisnisnya berdampak langsung pada lingkungan. CRS atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan berupa aktivitas sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada lingkungan sekitar sebagai pertanggungjawaban mengenai dampak-dampak sosial dan lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Adapun profitabilitas perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dapat dilihat pada Tabel 1.3

Tabel 1.3
CSR Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020

Tahun/Periode	CSR
2018	7,835
2019	7,749
2020	8,068

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2021)

Berdasarkan Tabel 1.3 menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami fluktuasi. Pada tahun 2018 rata-rata sebesar 7,835, pada tahun 2019 mengalami penurunan sebesar 7,749, dan pada tahun 2020 terjadi peningkatan sebesar 8,068. CSR sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan atau *stakeholder.* Dengan melakukan CSR maka permasalahan lingkungan dapat diselesaikan dan menimbulkan kepercayaan masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Selanjutnya ukuran perusahaan digunakan sebagai 6ariable moderasi dalam penelitian ini untuk mengukur nilai sebuah perusahaan. Menurut Joni (2010) ukuran perusahaan merupakan gambaran kemampuan finansial perusahaan dalan suatu periode, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar kecenderungan perusahaan menggunakan dan eksternal menjadi lebih banyak. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.. Adapun ukuran perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 dapat dilihat pada Tabel 1.4

Tabel1.4
Ukuran Perusahaan Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2018-2020

Tahun/Periode	Nilai Perusahaan
2018	287,245
2019	287,465
2020	288,201

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah 2021)

Berdasarkan Tabel 1.4 menjelaskan bahwa ukuran perusahaan pada tahun 2018 rata-rata sebesar 287,245, pada tahun 2019 bertahan sebesar 287,45, dan pada tahun 2020 terjadi peningkatan sebesar 288,201. Perusahaan dengan ukuran besar memiliki akses besar dan lebih luas untuk mendapatkan sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industri

Bedasarkan uraian sebelumnya, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **"Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah sebelumnya, maka masalah yang akan diteliti dan dibahas dalam penelitian ini dapat penyusun rumuskan sebagai berikut:

1. Apakah profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
3. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
4. Apakah profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

5. Apakah ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
2. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
3. Untuk menguji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
4. Untuk menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.
5. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat praktis adalah sebagai berikut:

1. Memberikan masukan atau informasi bagi investor dan perusahaan dalam hal profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi dimasa yang akan datang.
2. Sebagai sumber data atau informasi untuk pengembangan penelitian selanjutnya dibidang nilai perusahaan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat teoritis adalah sebagai berikut:

1. Sebagai suatu karya ilmiah hasil penelitian ini ndiharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya, maupun pada umumnya mengenai profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.
2. Memberikan landasan bagi para penelitian lain dalam melakukan penelitian lain yang sejenis dalam rangka meningkatkan kemampuan memecahkan suatu masalah peneliti.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini hanya menkaji mengenai pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

Menurut Prawoto (2016: 21) nilai perusahaan adalah nilai seluruh aktiva berwujud yang operasional maupun bukan operasional. Jika dihubungkan dengan struktur permodalan perusahaan, nilai perusahaan berarti juga nilai dari keseluruhan susunan modal perusahaan yaitu nilai pasar wajar. Menurut Purnaya (2016: 28) nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah lembar saham dikalikan dengan nilai pasar per lembar) ditambah dengan nilai pasar utangnya. Akan tetapi, bila besarnya nilai utang dipegang konstan, maka setiap peningkatan nilai saham dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identic dengan peningkatan harga saham. Menurut wijaya (2017: 1) nilai perusahaan yang *go public* (perusahaan terbuka) tercermin pada harga saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual.

Menurut Ernawati dan widyawati (2015:3-4) salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor tersebut akan menanam modal. Berdasarkan pandangan keuangan niai perusahaan adalah nilai kini *(present value*) dari pendapatan mendatang (*future free cash flow*). Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjual.- belikan dibursa merupakan indikator nilaiperusahaan. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan niali perusahaan

yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemengan saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan saham. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Kekayaan pemegang sahamdan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan, (financing) dan manajemen aset.

Hal yang sama dikemukakan oleh pertiwi, dkk (2016) bahwa nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek berusahaan dimasa depan. Kemakmuran pemegang saham salah satunya dilihat dari tinggi rendahnya nilai perusahaan. nilaiperusaan yang tinggi dapat dilihat dari harga saham perusahaan. sehingga nilai perusahaan yang tinggi menjadi salah satu faktor penelian calon investor sebelum menanamkan modalnya diperusahaan tersebut. Menurut Suffah dan Riduwan (2016) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Menjelaskan bahwa salah satu hal yang dipertimbangkan oleh investor dalam melakukan investasi adalah nilai perusahaan dimana investor tersebut menanamkan modal. Harga saham tersebut atas permintaan dan penawaran investor, sehingga harga saham bisa dijadikan proksi sebagai nilai perusahaan.

Seara umum ada dua faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu sebagai berikut (Jogiyanto, 2014: 143):

1. Faktor internal perusahaan yaitu faktor yang berada didalam perusahaan dan dapat dikendalikan oleh manajer perusahaan misalnya pemasaran, produksi,

maupun pengumuman pendanaan yang berhubungan dengan ekuitas maupun hutang. Suatu perusahaan yang mempunyai kinerja perusahaan yang baik maka akan menarik investor dalam menanam modalnya pada perusahaan tersebut dengan cara membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan. jumlah permintaan saham meningkat sedangkan jumlah penawaran tetap akan menyebabkan harga pasar saham meningkat.

2. Faktor Eksternal yaitu faktor yang berada diluar perusahaan yang tidak bisa dikendalikan oleh manajemen perusahaan yaitu:
   a. Kondisi
      Kondisi ekonomi suatu Negara yang kurang baik akan berdampak pada menurunnya investasi. Kondisi ekonomi akan mempengaruhi biaya beli masyarakat bkhususnya investor selanjutnya akan mempengaruhi perusahaan yang dapat menyebabkan harga pasar menurun, tetapi jika kondisi ekonomi suatu Negara dalam keadaan baik maka investor lebih tertarik menanam modalnya dalam bentuk saham dari pada ditabungkan karena lebih menguntungkan.
   b. Tingkat suku bunga
      Jika suatu Negara tingkat suku bunganya tinggi investor lebih suka menabung, karena dengan menabung mereka tidak akan menanggung resiko yang besar.
   c. Tingkat inflasi
      Inflasi merupakan kecenderungan dari harga yang naik secara umum dan terus menerus. Inflasi dapat mengakibatkan kerugian bagi pemegang uang dalam bentuk tunai. Jika inflasi meningkat harga saham juga akan meningkat. Karena masyarakat lebih suka memegang saham dari pada uang tunai.
   d. Faktor psikologi
      Hal ini dapat terjadi bila harga pasar saham turun maka investor akan menjual saham karena terbentur kebutuhan dana yang mendesak atau karena takut mengalami kerugian yang semakin besar. bila hal ini terjadi dan akan dilakukan banyak orang atau pemegang saham maka akan menurunkan harga saham.
   e. Kebijakan pemerintah dibidang ekonomi
      Kebijakan pemerintah yang bersifat umum dan kebijakan ekonomi secara langsung atau tidak langsung berpengaruh pada harga saham.

2.1.1 Indikator Nilai Perusahaan

Menurut Fahmi (2015: 138) indikator nilai perusahaan dalam penelitian ini dapat diukur dengan Tobin’s Q atau. Adapun rumus yang dapat mengukur nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV}+\text{D})}{(\text{EBV}+\text{D})}$$

Keterangan:

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

EMV = Nilai Pasar Ekuitas (*Equity Market Value)*

EBV = Nilai Buku Dari Total Ekuitas (*Equity Book Value)*

D = Total Hutang

2.2 Profitabilitas

Menurut Brigham dan Houston (2010) profitabilitas sebagai hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan ini menyangkut pada sumber dan penggunanaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam perusahaan neraca dan unsur dalam neraca. Menurut Sartono (2011) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Sedangkan menurut Munawir (1995: 31) dalam Martalina (2011) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode tertentu.

Menurut Munawir (2015) ada beberapa faktor yang mempengaruhi profitabiltas perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Jenis perusahaan
   Profitabilitas perusahaan akan sangat bergantung pada jenis perusahaan, jika perusahaan menjual barang konsumsi atau jasa biasanya akan memiliki keuntungan yang stabil dibandingkan dengan perusahaan yang memproduksi barang-barang modal.
2. Unsur perusahaan
   Sebuah perusahaan yang telah lam berdiri akan lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri. Umur perusahaan ini adalah umum sejak berdirinya perusahaan hingga perusahaan tersebut masih mampu menjalankan operasinya.

3. Skala perusahaan
   Jika skala ekonominya lebih tinggi, berarti perusahaan dapat menghasilkanm produk dengan biaya yang rendah. Tingkat biaya rendah tersebut merupakan cara untuk memperoleh laba yang dinginkan
4. Harga produksi
   Perusahaan yang biaya produksinya relatif lebih murah akan memiliki keuntungan yang lebih baik dan stabil dari pada perusahaan yang biaya produksinya tinggi.
5. Habitat bisnis
   Perusahaan yang bahan produksinya dibeli atas dasar kebiasaan (habitual basis) akan memperoleh kebutuhan lebih stabil dari pada *non habitual basis.*
6. Produk yang dihasilkan.
7. Perusahaan yang paham produksinya berhubungan dengan kebutuhan pokok biasanya penghasilan perusahaan tersebut akan lebih stabil dari pada perusahaan yang memproduksi barang modal.

Menurut Kasmir (2015: 115) profitabiltas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi, intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan efesiensi perusahaan. Fahmi (2013: 116) mengemukakan bahwa profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

2.2.1 Manfaat profitabilitas

Menurut Kasmir (2015: 198) manfaat profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui posisi laba perusahaan sebelumnya dengan tahun sekarang.
2. Mengetahui pertumbuhan laba dari waktu ke waktu.
3. Menginformasikan jumlah laba bersih perusahaan setelah dipotong pajak.

4. Mengetahui produktivitas semua dana milik perusahaan yang digunakan baik dari modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.2.2 Indikator Profitabilitas

Menurut Subramanyam (2010: 9) ada beberapa indikator profitabilitas yaitu, *Gross Profit Margin, Net Profir Margin, Return On Asset, Returm On Equity, Profit Margin, Rentabilitas dan Earning Power*. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan *Return On Equaty* (ROE) adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik juga tingkat profitabilitas.

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

2.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Aini (2015) *corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sdisekitar tempat beroperasi. Menurut Prastowo dan Huda dalam Saraswati (2014) CSR merupakan suatu upaya/mekanisme alamiah perusahaan untuk membersihkan keuntungan-keuntungan besar yang diperoleh perusahaan. sebagaimana yang telah diketahui bahwa perusahaan dalam memperoleh keuntungan terkadang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak lain baik dalam kegiatan yang disengaja maupun tidak disengaja. Dikatakan sebagai upaya alamiah CSR adalah konsekuensi dari dampak yang ditimbulkan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang dilakukan

oleh perusahaan dapat merugikan masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan berkewajiban untuk mengembalikan keadaan masyarakat yang mengalami dampak yang telah ditimbulkan oleh kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan menjadi lebih baik. CSR juga merupakan bentuk kepedulian suatu usaha terhadap lingkungan, baik lingkungan dalam kegiatan usaha maupun lingkungan diluar kegiatan usaha.

Menurut Rusdianto (2013: 7) CSR merupakan tanggung jawab organisasi atas dampak dari keputusan dan aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, melalui perilaku yang transparan dan etis, yang konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, memperhatikan kepentingan dari para *stakeholder,* sesuai hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma-norma internasional, terintegrasi diseluruh aktivitas organisasi, dalam pengertian ini meliputi baik kegiatan, produk maupun jasa.

Adapun prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut David dalam Hadi (2014: 59) adalah sebagai berikut:

1. *Sustainability,* berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas *(action)* tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Berkelanjutan juga memberikan arahan bagaimana penggunaan sumber daya sekarang tetap memperhatikan dan memperhitungkan kemampuan generasi masa depan. Dengan demikian, *sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa akan datang.
2. *Accountabiliy,* merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggungjawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Akuntabilitas dibutuhkan, ketika aktivitas perusahaan mempengaruhi dan dipengaruhi lingkungan eksternal.
3. *Transparancy,* merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal dan transparansi merupakan satu hal yang penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khsusnya informasi dan pertanggung jawaban berbagai lingkungan.

2.3.1 Indikator Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut fahmi (2015) indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan menggunakan CSR index, yang diungkapkan dalam global *reporting initiative* (GRI) dengan rumus sebagai berikut:

$$CSEIj = \frac{Xij}{Nj}$$

Keterangan;

CSRIj = *Corporate Social Responsibility* Index Perusahaan *j*

Xij = *Dummy Variabel:* 1 = jika item i diungkapkan: 0 jika item i tidak diungkapkan

Nj = Jumlah Item Perusahaan j, Nj ≤ 79

2.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2010: 4) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai melalui total asset, total penjualan, total laba, beban pajak dan lain-lain. Menurut Hartono (2008:14) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Menurut Torang (2012: 93) ukuran perusahaan adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan. Sedangkan menurut Oktaviani (2014) ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan.

Menurut Puspita (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Ernawati (2016) ukuran perusahaan menggabarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total asset atau total penjualan bersih. Semakin besar total asset dan penjualannya, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan dan semakin besar asset maka semakin besar modal yang ditanam. Sementara semakin banyak penjualan, maka semakin banyak juga perputaran utang dalam perusahaan. Menurut Nur`aini (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total aktiva atau total penjualan bersih. Dengan deemikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Prasetyorini (2013) ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus *Size* = log (Total Aktiva) dan menurut Djakman dan Ikhtiari (2013) ukuran perusahaan bisa dihitung dengan rumus *Size* = log net (Total Penjualan). Perusahaan dengan ukuran besar memiliki memiliki akses lebih besar untuk mendapatkan sumber pendanaan dari luar, sehingga untuk memperoleh pinjaman akan menjadi lebih mudah karena dikatakan bahwa perusahaan dengan ukuran besar memiliki kesempatan lebih besar untuk memenangkan persaingan atau bertahan dalam industry (Lisa dan Jogi, 2013).

2.4.1 Manfaat Ukuran Perusahaan

Menurut Eko, (2014) manfaat ukuran perusahaan dapat memudahkan pembiyaan sehingga mempengaruhi nilai perusahaan dan menjdai informasi yang baik bagi investor. Menurut Sartono (2011:122) Manfaat ukuran perusahaan

mampu mengukur efektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan suatu perusahaan yang diperoleh dalam penjualan dan investasi. Sedangkan menurut Ernawati (2016) manfaaat ukuran perusahaan adalah Sebagai Berikut:

1. Untuk mengetahui besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinyatakan dengan total asset atau total penjualan bersih.
2. Untuk mengetahui banyaknya penjualan dalam sebuah perusahaan, maka semakin banyak juga perputaran utang dalam perusahaan.
3. Untuk meinilai oleh total asset, total penjualan, total laba, beban pajak dan lain-lain

2.4.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Suwito dan Herawati (2015) indikator ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total asset dan pendapatan atau modal dari perusahaan. salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah asset dari perusahaan tersebut. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki kemampuan untuk memiliki laporan keuangan yang baik karena banyaknya pengalaman yang telah diperoleh daripada perusahaan kecil yang masih dalam tahap proses pembelajaran dalam penyusunan laporan keuangan. Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) indikator ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Sedangkan menurut Moses (2011) indikator ukuran perusahaan dihitung dengan cara:

LN= Total Aktiva

2.5 Penelitian Sebelumnya

Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Mustandar (2016). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif. Penelitian yang dilakukan oleh Pohan, Noor dan Bhakti (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Raningsih dan Artini (2018). Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpegaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR ekonomi dan sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.Penelitian yang dilakukan oleh Ayem dan Nikmah (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Darmastika dan Ratnadi (2019). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai

perusahaan sedangkan *leverage* memperlemah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan. Untuk lebih jelas hasil penelitan sebelumnya dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti	Judul	Variabel	Model	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Pratama dan Mustandar (2016)	Pengaruh Profitabilitas Dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi	Dependen: Nilai Perusahaan Dengan CSR Independen: Profitabilitas Dan *Size*	Uji Nilai Selisih Muthlak	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dimana profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif sedangkan CSR berpengaruh negatif	Profitabilitas, CSR, Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan	Objek Penelitian
2	Pohan, Noor dan Bhakti (2018)	Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Dependen: Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Independen: Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility* dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah dan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Profitabilitas pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan	Objek penelitian
3	Raningsih dan Artini (2018)	Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Dependen: Nilai Perusahaan Dengan *Corporate*	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpegaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR	Nilai perusahaan dengan *corporate social*	Objek penelitian

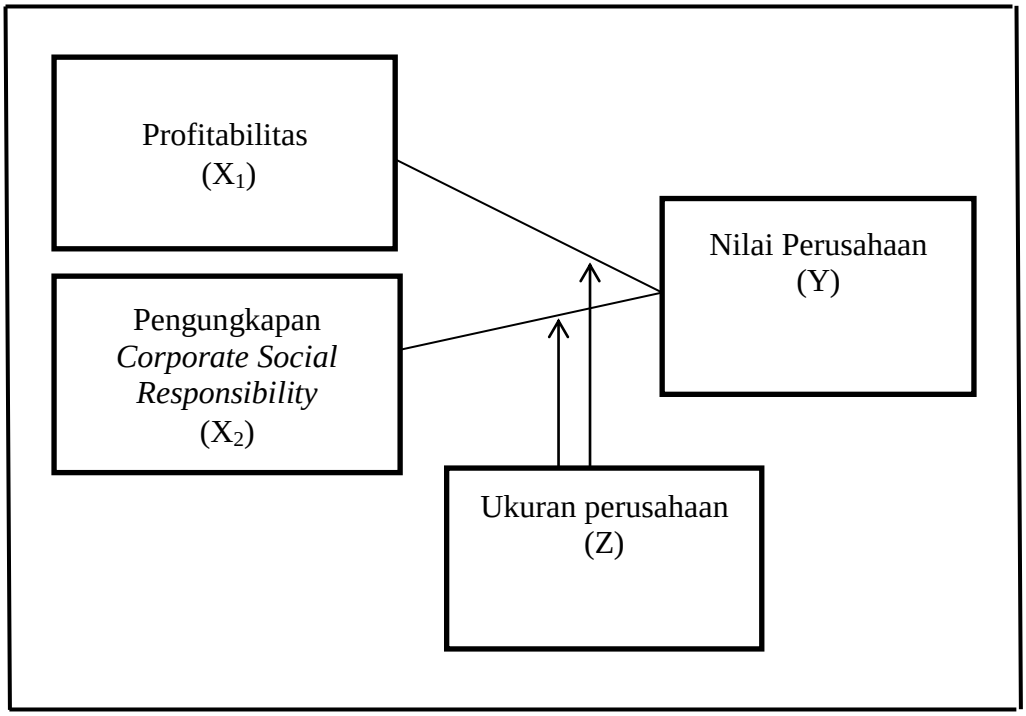
Tabel 2.1 Lanjutan

No	Peneliti	Judul	Variabel	Model	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi	*Social Responsibility* Independen: Profitabilitas		ekonomi dan sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.	*responsibility* dan profitabilitas	
4	Ayem Dan Nikmah (2019)	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Dependen: Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Independen: *Corporate Social Responsibility*	Analisis Regresi Moderasi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan	Pengungkapan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan	Objek penelitian
5	Darmastika dan Ratnadi (2019)	Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan *Leverage* Sebagai Variabel Moderasi	Dependen: Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan *Leverage* Independen: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. profitabilitas memperkuat pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan sedangkan *leverage* memperlemah pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.	*Corporate social responsibility* pada nilai perusahaan dengan profitabilitas	*Leverage*

2.6 Kerangka Pemikiran

Menurut Sekaran dalam Sugiyono (2014: 60) Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana landasan teori yang telah dijabarkan berhubungan secara logis dengan berbagai faktor yang diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis antara variabel yang akan diteliti, jadi secara teoritis perlu

dijelaskan antar variabel independen dan dependen. Secara skematis, kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1: Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Sekaran (2011: 1335) mendefinisikan hipotesis sebagai hubungan yang diperkirakan seacara logis diantara variabel yang diungkapkan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji. Dengan demikian, teori dan hasil penelitian sebelumnya, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_1 : Profitabilitas dan Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.pada perusahaan pertanian yang terdaftar dibursa efek indonesia tahun 2018-2020.

H_2: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

H_3: Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

H_4: Profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

H_5: Ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2018-2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga peneliti akan dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaan penelitiannya. Rencana itu merupakan suatu skema menyeluruh yang mencakup program penelitian (Husein, 2011: 54)

3.1.1 Tujuan Penelitian

Tujuan studi pada penelitian ini adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis biasanya dilakukan untuk menentukan pengaruh dua atau faktor dalam suatu situasi (Sekaran, 2011: 162). Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian verikatif. Penelitian verikatif merupakan suatu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Tipe hubungan antar variabel adalah *casual relationship*. *casual relationship* adalah tipe hubungan yang menjelaskan pengaruh variabel independen dan variabel dependen.

3.1.3 Horizon Waktu

Horizontal waktu ditujukan untuk meneliti atau menguji jumlah waktu dan banyaknya gerakan yang diperlukan untuk melakukan suatu penelitian. Tujuan dari pengukuran dan analisis data adalah menemukan jumlah waktu dan gerakan minimal dalam mengumpulkan data pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Tahap pengumpulan data direncanakan mulai Bulan Maret Tahun 2021 sampai Bulan Mei 2021.

3.1.4 Unit Analisis

Unit analisis menunjuk pada tingkat kesatuan data yang dikumpulkan selama tahap analisis data selanjutnya (Sekaran, 2011: 173). Unit analisis pada penelitian ini adalah kelompok. Kelompok yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Bungin (2011: 109) populasi merupakan keseluruhan (*universum)* dari objek sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 12 perusahaan pertanian yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020 yang dilakukan dengan metode *purposive judgement sampling* yaitu penentuan secara tidak acak (non probabilitas) yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria yang diambil sebagai sampel yaitu:

1. Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018- 2020.
2. Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang menerbitkan laporan keuangan yang telah diaudit pada tahun 2018- 2020.
3. Perusahaan Pertanian yang memiliki data keuangan lengkap pada tahun 2018-2020.

Adapun jumlah sampel perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1
Penentuan Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018- 2020.	12
2	Perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa efek Indonesia yang tidak melaporkan laporan keuangan yang telah diaudit per 31 desember tahun 2018- 2020.	(0)
3	Perusahaan Pertanian yang tidak memiliki data lengkap untuk penelitian	(0)
Total Sampel		12
Jumlah Tahun Penelitian selama 3 Tahun dan Objek Data Observasi 12 (3 x 12)		36

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan Tabel 3.1 maka penelitian mendapat jumlah sampel sebanyak 12 perusahaan Pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Daftar perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2
Daftar Sampel Perusahaan Pertanian Yang terdaftar Di BEI Periode 2018-2020

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AALI	PT. Astra Agro Lestari Tbk
2	ANDI	PT. Andira Agro Tbk
3	ANJT	PT. Austindo Nusantara Jaya Tbk
4	BEEF	PT. Estika Tata Tiara Tbk
5	SGRO	PT. Sampoerna Agro Tbk
6	DSNG	PT. Dharma Satya Nusantara Tbk
7	SIMP	PT. Salim Ivomas Pratama Tbk
8	GZCO	PT. Gozco Plantations Tbk
9	JAWA	PT. Jaya Agra Wati Tbk
10	LSIP	PT. London Sumatra Indonesia Tbk
11	MAGP	PT. Multi Agro Gemilang Plantation Tbk
12	PALM	PT. Provident Agro Tbk

Sumber: www.idx.co.id (2021)

BedasarkanTabel 3.2 sampel dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Terbagi persemester dalam satu tahun. Jumlah sampel pada perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020 sebanyak 12 perusahaan. Jumlah tahun penelitian selama 3 tahun pengamatan (dari tahun 2018 sampai dengan tahun 2020), sehingga jumlah sampel sasaran penelitian menjadi 36 observasi.

3.3 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder. Dimana sumber data peneliti merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam menentukan metode pengumpulan data. Sekaran (2011: 77) menjelaskan, data yang diperoleh dari publikasi dokumen disebut sebagai data sekunder. dalam penelitian ini adalah perusahaan pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 yang

dilakukan dengan metode *purposive judgement sampling* yaitu penentuan secara tidak acak (*non probabilitas*) yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Sumber data sekunder (*insecondary sources)* merupakan pengumpulan informasi dari sumber yang telah ada berupa dokumentasi maupun publikasi (Sekaran, 2011: 60).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui dua tahapan yaitu melalui studi pustaka berupa jurnal/artikel akuntansi. Selanjutnya pengumpulan data sekunder berupa publikasi dokumen. Dan data-data lain yang relavan terhadap penelitian.

3.4 Definisi dan Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan 4 variabel, yaitu terdiri dari nsatu variabel tidak bebas (variabel dependen), dan tiga variabel bebas (variabel independen). Variabel dependen adalah nilai perusahaan dan variabel independen adalah profitabilitas, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

3.4.1 Variabel Dependen

Menurut Sugiyono (2014) variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau dikenal juga sebagai variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masayarakat terhadap perusahaan

setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Noerirawan, 2012).

Menurut Fahmi (2015: 138) indikator nilai perusahaan dalam penelitian ini dapat diukur dengan Tobin's Q. Adapun rumus yang dapat mengukur nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$$

3.4.2 Variabel Independen

Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independen adalah profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Definisi dan operasionalisasi masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

3.4.2.1 Profitabilitas

Menurut Sartono (2011) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* (ROE) adalah rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini maka semakin baik juga tingkat profitabilitas. Adapun rumus untuk menghitung profitabilitas adalah sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$$

3.4.2.2 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sdisekitar tempat beroperasi (Aini, 2015). Adapun rumus untuk menghitung likuiditas adalah sebagai berikut:

$$CSEIj = \frac{Xij}{Nj}$$

3.4.2 Variabel Moderasi

Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. variabel moderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan langsung antar variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2012). Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan (Puspita, 2011). Menurut Taliyang (2011) dalam Lina (2013) indikator ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset seperti pada rumus sebagai berikut:

LN= Total Aktiva

Ringkasan definisi dan operasional variabel dalam penelitian ini, secara ringkas dapat dilihat pada Tabel 3.3

Tabel 3.3
Definisi dan Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Pengukuran	Skala
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masayarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. (Noerirawan, 2012)	$\text{Tobin's Q} = \frac{(EMV+D)}{(EBV+D)}$	Rasio
Profitabilitas (X_1)	Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. (Sartono, 2011)	$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal Sendiri}}$	Rasio
Corporate Social Responsibility (X_2)	*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sdisekitar tempat beroperasi (Aini, 2015)	$\text{CSEIj} = \frac{\text{Xij}}{\text{Nj}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan (Z)	Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. (Puspita, 2011)	LN = Total Aktiva	Rasio

3.5 Metode Analisis dan Rancangan Pengujian Hipotesis

3.5.1 Metode Analisis Data

Peralatan analisis data menggunakan analisis regresi berganda digunakan untuk mengolah data. Analisis regresi berganda digunakan dalam menghitung seberapa

besar pengaruh variabel dependen terhadap independen. Menurut Sugiyono (2014:277) rumusan analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$\mathbf{Y_1 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_1 + e} \quad \text{(Regresi 1)}$$

$$\mathbf{Y_2 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + e} \quad \text{(Regresi 2)}$$

$$\mathbf{Y_3 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + e} \quad \text{(Regresi 3)}$$

$$\mathbf{Y_4 = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 X_1 Z + \beta_5 X_2 Z + e} \quad \text{(Regresi 4)}$$

Di mana :

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
X_1	= Profitabilitas
X_2	= *Corporate Social Responsibility*
Z	= Ukuran Perusahaan
β_1 - β_5	= Koefisien regresi
$X_1 X_2$,	= Interaksi Antara Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan *Dengan Ukuran Perusahaan*
e	= *Error term*

Tipe Variabel Moderasi

1) Moderasi Murni *(Pure Moderator)*

2) Moderasi Semu *(Quasi Moderator)*

3) Moderasi Potensi *(Homologizer Moderator)*

4) Moderator Prediktor *(Prekdictor Moderator)*

No	Tipe Moderasi	Koefisien
1.	*Pure Moderasi*	b_2 *non significant* b_3 *significant*
2.	*Quasi Moderasi*	b_2 *significant* b_3 *significant*
3.	*Homologizer Moderasi*	b_2 *non significant* b_3 *nonsignificant*
4.	*Predictor Moderasi*	b_2 *significant* b_3 *nonsignificant*

Sumber : Yunita, (2021)

3.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis

H_{01}: Pengujian hipotesis merupakan penyusunan alternatif jawaban untuk menjawab kedua rumusan masalah dalam penelitian. Rancangan tersebut dinyatakan dalam hipotesis nol (H0) dan hipotesis alternatif (Ha), yaitu:

1. Hipotesis Pertama

   H01 : Profitabilitas dan pengungkapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

   Ha1 : Profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

2. Hipotesis Kedua

   $H0_2$: Profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

   $H0_2$: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Hipotesis Ketiga

   $H0_3$: Pengungakapan CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

   $H0_3$: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Hipotesis Keempat

   $H0_4$: Ukuran perusahaan memperkuat hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan

   $H0_4$: Ukuran perusahaan memperlemah hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan

5. Hipotesis Kelima

$H0_5$: Pengungkapan CSR memperkuat hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan

$H0_5$: Pengungkapan CSR memperlemah hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan

Untuk menerima atau menolak kedua hipotesis dalam penelitian ini, maka dilihat output SPSS. Kemudian output tersebut dimasukan ke kriteria menerima atau menolak hipotesis . Kriteria ini berpedoman pada Gani (2015:9) dan Supranto (2009:190). Paparan Kriteria menerima dan menolak hipotesis akan diuraikan berikut ini:

1. Kriteria menerima atau menolak hipotesis pertama
   - Jika nilai beta sama dengan nol (β_1 dan β_2 =0). Maka H01 di terima dan Ha1 ditolak. Artinya profitabilitas dan pengungkpan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
   - Jika nilai beta tidak sama dengan nol (β_1 dan $\beta_2 \neq 0$). Maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya profitabilitas dan pengungkpan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Kriteria menerima atau menolak hipotesis kedua
   - Jika nilai beta sama dengan nol (β_1=0) . Maka H01 di terima dan Ha1 ditolak. Artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
   - Jika nilai beta tidak sama dengan nol ($\beta_1 \neq 0$) Maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Kriteria menerima atau menolak hipotesis ketiga

   - Jika nilai beta sama dengan nol (β_2=0). Maka H01 di terima dan Ha1 ditolak. Artinya Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
   - Jika nilai beta tidak sama dengan nol ($\beta_2 \neq 0$) Maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Artinya pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. Kriteria menerima atau menolak hipotesis keempat dan kelima :

   Jika :

   Persamaan (2) b2Z b2 signifikan dan

   Persamaan (3) b3X*Z b3 tidak signifikan.

   Maka variabel Z bukan variabel moderator , tapi ia merupakan suatu variabel independen intervening exogenous, antecedent, atau prediktor.

   Jika :

   Persamaan (2) b2Z b2 tidak signifikan dan

   Persamaan (3) b3X*Z b3 Signifikan Maka variabel Z **PURE MODERATOR** (Z merupakan variabel moderator murni).

   Jika :

   Persamaan (2) b2Z b2 tidak signifikan dan

   Persamaan (3) b3X*Z b3 tidak signifikan

   Maka variabel Z merupaka **HOMOLOGIZER MODERATOR** (potensial).

   Jika :

   Persamaan (2) b2Z b2 signifikan dan

Persamaan (3) b3X*Z b3 signifikan Maka variabel Z merupakan suatu **QUASI MODERATOR** (semu)

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Pengukuran statistik deskriptif dilakukan terhadap variabel-varibael penelitian yang terdiri dari profitabilitas, pengungkapan CSR, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Tabel 4.1 di bawah ini menunjukan nilai minimum, nilai maksimum, nilai *mean* dari masing-masing variabel.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Nilai Perusahaan	36	1.15	178.82	38.7971
Profitabilitas	36	.01	9.36	.8699
CSR	36	.51	.86	.6590
Ukuran Perusahaan	36	21.03	24.96	23.9065
Valid N (listwise)	36			

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sektor pertanian di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel nilai perusahaan sebesar 1.15 dan nilai maksimum variabel nilai perusahaan sebesar 178.82. Hasil tersebut menunjukan bahwa besar nilai perusahaan pertanian yang menjadi sampel penelitian bekisar antara 1.15 hingga 178.82. Nilai rata-rata (*mean)* nilai perusahaan sebesar 38.7971.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sektor pertanian di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel profitabilitas sebesar 0.01 dan nilai maksimum variabel profitabilitas sebesar 9.36. Hasil tersebut menunjukan bahwa besar profitabilitas perusahaan

pertanian yang menjadi sampel penelitian bekisar antara 0.01 hingga 9.36. Nilai rata-rata (*mean)* profitabilitas sebesar 0.8699

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sektor pertanian di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel CSR sebesar 0.51 dan nilai maksimum variabel CSR sebesar 0.86. Hasil tersebut menunjukan bahwa besar CSR perusahaan pertanian yang menjadi sampel penelitian bekisar antara 0.51 hingga 0.86. Nilai rata-rata (*mean)* CSR sebesar 0.6590

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa perusahaan sektor pertanian di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun pengamatan menghasilkan nilai minimum variabel ukuran perusahaan sebesar 21.03 dan nilai maksimum variabel ukuran perusahaan sebesar 24.96. Hasil tersebut menunjukan bahwa besar CSR perusahaan pertanian yang menjadi sampel penelitian bekisar antara 21.03 hingga 24.96. Nilai rata-rata (*mean)* ukuran perusahaan sebesar 23.9065.

4.2 Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hepotesis merupakan jawaban untuk semua rumusan masalah dalam penelitian ini. Rumusan masalah tersebut terdiri dari rumusan masalah pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima. Kelima hasil pengujian hepotesis dalam penelitian ini secara ringkas dapat di lihat pada tabel 4.2. sedangkan secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 5 *Output* Pengolahan data.

Y = 94.068 + 5.446 - 91.055 + e			
t. value	2.025	1.313	-1.275
sig. value	0.051	0.198	0.211
f.value / sig	1.239/0.303		
R/R2/adj R	0.264/0.070/0.013		

Sumber : Data, Diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat hasil pengujian hepotesis yang merupakan jawaban untuk rumusan masalah dalam penelitian ini. secara berurutan jawaban rumusan masalah tersebut dipaparkan sebagai berikut

4.2.1 Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil pengujian hepotesis pertama merupakan jawaban untuk rumusan masalah pertama. Hasil pengujian hepotesis pertama dalam penelitian ini akan menjawab apakah profitabilitas, CSR dan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat nilai koefosien beta (β_1 dan β_2) profitabilitas, CSR secara berurutan sebesar 5.446 dan 91.055. Nilai tersebut menunjukan bahwa 5.466≠0 dan 91.055≠0. Hal ini berarti semua nilai koefisien beta tidak sama dengan nol (β_1, dan $\beta_2 \neq 0$). Selanjutnya nilai tersebut dimasukan kedalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. Maka Ha_1 diterima, artinya profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2.2 Hasil Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil pengujian hipotesis kedua merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang kedua. Hasil pengujian hepotesis kedua dalam penelitian ini akan menjawab apakah profitabilitas berpengaruh posistif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat nilai koefisien beta (β) profitabilitas sebesar 5.446. Nilai tersebut menunjukan bahwa 5.446≠0. Hal ini berarti nilai koefisien beta profitabiltas tidak sama dengan nol (β≠0). Selanjutnya nilai tersebut dimasukan kedalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. Maka Ha_2 diterima, artinya profitabilitas berpengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil pengujian hipotesis ketiga merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang ketiga. Hasil pengujian hepotesis ketiga dalam penelitian ini akan menjawab apakah CSR berpengaruh posistif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.2 terlihat nilai koefisien beta (β) CSR sebesar -91.055. Nilai tersebut menunjukan bahwa -91.055≠0. Hal ini berarti nilai koefisien beta CSR tidak sama dengan nol (β≠0). Selanjutnya nilai tersebut dimasukan kedalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. Maka Ha_3 diterima, artinya CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4.2.4 Hasil Pengujian Hipotesis Keempat

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,534	,685		-2,239	,032
	Profitabilitas	9,520	3,076	28,837	3,095	,004
	Ukuran Perusahaan	,078	,032	,386	2,460	,019
	M_X1	-,446	,146	-28,387	-3,050	,005

Sumber: Data, Diolah 2021

Hasil pengujian keempat merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang keempat. Hasil pengujian hepotesis keempat dalam penelitian ini akan menjawab apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan tabel 4.2.3 nilai signifikan b_1 profitabilitas sebesar 0.004 dan nilai signifikan b_3 sebesar 0.005. Hal ini berarti nilai b_1 sebesar 0.004 lebih kecil

dari 0.05 artinya b_1 signifikan dan nilai signifikan b_3 sebesar 0.005 lebih kecilr dari 0.05 artinya nilai b_3 signifikan. Selanjutnya nilai tersebut dimasukan kedalam kriteria hipotesis keempat maka b_1 signifikan dan b_3 signifikan merupakan variabel *quasi moderasi*. Nilai koefisisen (β_3) profitabilitas* ukuran perusahaan sebesar -0.446 dan (β_1) Profitabilitas sebesar 9.520. Nilai tersebut menunjukan bahwa nilai (β_3) lebih kecil dari pada nilai (β_1) yaitu 9.520 > -0.446 artinya ukuran perusahaam memperkuat hubungan antara profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

4.2.5 Hasil Pengujian Hipotesis Kelima

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,025	5,408		,190	,851
	CSR	-1,880	8,121	-,823	-,231	,818
	Ukuran Perusahaan	-,047	,252	-,233	-,188	,852
	M_X2	,101	,378	1,053	,268	,791

Sumber: Data, Diolah 2021

Hasil pengujian kelima merupakan jawaban untuk rumusan masalah yang kelima. Hasil pengujian hepotesis kelima dalam penelitian ini akan menjawab apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan Tabel 4.2.3 nilai signifikan b_2 CSR sebesar 0.818 dan nilai signifikan b_3 sebesar 0.791. Hal ini berarti nilai b_2 sebesar 0.818 lebih besar dari 0.05 artinya b_2 tidak signifikan dan nilai signifikan b_3 sebesar 0.791 lebih besar dari 0.05 artinya nilai b_3 tidak signifikan. Selanjutnya nilai tersebut dimasukan

kedalam kriteria hipotesis kelima maka b_2 tidak signifikan dan b_3 tidak signifikan merupakan variabel *Homologizer Moderasi*. Nilai koefisisen (β_3) profitabilitas* resiko bisnis sebesar 0.791 dan (β_2) CSR sebesar 0.818. Nilai tersebut menunjukan bahwa nilai (β_3) lebih kecil dari pada nilai (β_2) yaitu $0.791 < 0.818$ artinya ukuran perusahaan memperlemah hubungan antara CSR terhadap nilai Perusahaan.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Profitabilitas dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa nilai koefisien beta tidak sama dengan nol ($\beta1$ dan $\beta2 \neq 0$), artinya hipotesis pertama (Ha_1) diterima. Profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut menunjukan bahwa dengan adanya penurunan ataupun kenaikan profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI, yang memiliki arah positif mengindikasi bahwa semakin tinggi profitabilitas dan CSR maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pohan, Noor dan Bhakti (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas dan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh Ayem Dan Nikmah (2019) yang menyatakan profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On asset* (ROA) dan SCR berpengaruh positif signifikan nilai perusahaan.

4.3.2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa nilai koefisien beta tidak sama dengan nol ($\beta1 \neq 0$), artinya hipotesis kedua (Ha_2) diterima. Profitabilitas

berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut menunjukan bahwa dengan adanya penurunan ataupun kenaikan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI, yang memiliki arah positif mengindikasi bahwa semakin tinggi profitabilitas semakin tinggi nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pratama dan Mustandar (2016) yang menyatakan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan CSR secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan penelitian yang dilakukan oleh Raningsih dan Artini (2018) yang menyatakan profitabilitas berpegaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa nilai koefisien beta tidak sama dengan nol ($\beta 2 \neq 0$), artinya hipotesis ketiga (Ha_2) diterima. Peungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut menunjukan bahwa dengan adanya penurunan ataupun kenaikan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI, yang memiliki arah negatif mengindikasi bahwa semakin tinggi CSR maka semakin rendah nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ayem Dan Nikmah (2019) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan namun bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Pohan, Noor dan Bhakti (2018) yang menyatakan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Output moderasi nilai profitabilitas dan ukuran perusahaan berinilai signifikan dan signifikan sebesar 0,004 dan 0,005 maka, keberadaan ukuran perusahaan sebagai pemoderasi adalah *quasi moderasi*

Dari hasil penelitian tampak bahwa nilai kofiesien parameter bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi ukuran perusahaan mampu memoderasi (memperkuat) hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memperbesar pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusaaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pohan, Noor dan Bhakti (2018) ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4.3.5 Ukuran Perusahaan Memodrasi Pengaruh Peungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan.

Output moderasi nilai CSR dan ukuran perusahaan berinilai tidak signifikan dan tidak signifikan sebesar 0.818 dan 0.791 maka, keberadaan ukuran perusahaan sebagai pemoderasi adalah *Homologizer Moderasi*

Dari hasil penelitian tampak bahwa nilai kofiesien parameter bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel moderasi ukuran perusahaan mampu memoderasi (memperkuat) hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memperbesar pengaruh CSR terhadap nilai perusaaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang

dengan penelitian yang dilakukan oleh Pohan, Noor dan Bhakti (2018) ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hepotesis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai koefisien beta (β_1 dan β_2) profitabilitas, CSR secara berurutan sebesar 5.446 dan -91.055. Nilai tersebut menunjukan bahwa 5.466≠0 dan 91.055≠0. Artinya Profitabilitas dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020
2. Nilai koefisien (β1) sebesar 5.446 dimana nilai β1≠0 artinya profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020
3. Nilai koefisien (β2) sebesar -91.055 dimana nilai β2≠0 artinya CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertanian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020
4. Ukuran Perusahaan sebagai variabel *Quasi Moderasi* dalam hubungan antara profitabiltas terhadap nilai perusaaan. Dan ukuran perusahaan memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dimana nilai b_1 sebesar 0.004 lebih kecil dari 0.05 artinya b_1 signifikan dan nilai b_3 sebesar 0.005 lebih kecil dari 0.05
5. Ukuran Perusahaan sebagai variabel *Homologizer Moderasi* dalam hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Dan ukuran perusahaan memperkuat

hubungan CSR terhadap nilai perusahaan . Dimana nilai b_2 sebesar 0.818 lebih besar dari 0.05 artinya b_2 tidak signifikan b_3 sebesar 0.791 lebih besar dari 0.05 artinya b_3 tidak signifikan.

5.2 Saran

Adapun saran yang dapat direkomendasikan untuk penelitian selanjutnya berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti selanjutnya dapat menambah variabel independen berupa rasio keuangan ataupun faktor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain sebagai variabel moderasi untuk memperkuat hubungan antara variabel indpenden terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Aini, A. K. 2015. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia (BEI). Skripsi. Universitas Mulawarman. Samarinda.

Alfredo, Majendra, dkk. 2011 . Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. Universitas Udayana. *Jurnal Akuntansi. Vol. 1, No. 3.*

Ayem, Sri dan Jaimatun Nikmah. 2019. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara.* Vol. 1, No. 2

Basuki, Agus Tri and Prawoto, Nano. 2016. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis : Dilengkapi Aplikasi SPSS & EVIEWS*. Depok : PT Rajagrafindo Persada

Brigham dan Houston. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan (II)*. Edisi ke11. Jakarta: Salemba Empat.

Brigham, F Eugene dan JoelF, Houston. 2010. *Dasar-dasar Manjemen Keuangan.* Buku 1 Edisi Kesebelas, Jakarta: Salemba Empat.

Darmasika, I Wayan Radi dan Ratnadi, Ni Made Dwi. 2019. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan *Leferage* sebagai variabel moderasi. *JurnalAkuntansi.* Vol. 27, No.1.

David Wijaya. 2017. *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Grasindo.

Ernawati, Dewi dan Dini Widyawati. 2015. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol. 04. No. 02. Surabaya.

Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan.* Bandung: Alfabeta.

Gusti, Dien, Fidiana. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Deviden dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*. ISSN: 2460-0585, Vol. 5, No. 1.

Hanafi, Mamduh M. 2014. *Manajemen Keuangan* (Edisi 1). Yogyakarta: BPFE.

Handayani dan Nuzula. 2009. Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai perusahaan (Studi Pada sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Peride 2009-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB).* Universitas Brawijaya, Malang. Vol. 17, No. 1.

Harjito dan Martono. 2010. Manajemen Keuangan. Yogyakarta: Ekonesia

K.R. Subramanyam dan John J. Wild. 2010. *Analisis Laporan Keuanga*. Edisi Sepuluh. Jakarta. Salemba Empat.

Kasmir, 2015. *Analisis Laporan Keuangan.* Edisi Kesatu, Cetakan Kedelapan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Kurniasih, T. dan Sari, M.M.R, 2012. Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Govermance, Ukuran Perusahaan Dan KOmpensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. Buletin Studi Ekonomi.

Kusuma, D. K, 2011. Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI . *Tesis*. Denpasar: Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.

Martono, Agus D, dan Harjito 2013. *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Yogyakarta: EKONISA.

Munawir, 2014. *Analisis Laporan Keuangan.* Liberty. Yogyakarta.

Pohan, Hotman Tohir,dkk. 2018. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti.* Vo. 5, No. 1.

Pratama, I Gusti Ngurah Agung Dwi dan I Ketut Mustanda. 2016. Pengaruh Profitabilitas Dan *Size* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen.* Vo. 5, No. 1.

Purnaya, I Gusti Ketut. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.

Ridoni, Ahmad dan Herni, Ali. 2010. *Manajemen Keuangan.* Jakarta: Mitra Wacana Media.

Riyanto, Bambang. 2011. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*, Edisi Keempat Cetakan Ketujuh, BPFE, Yogyakarta.

Sartono, Agus. 2011. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi.* Edisi 4, Yogyakarta: BPFE.

Suffah, Roviqotus dan Akhmad Riduwan. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* volume 5 nomer 2.

Sutrisno. 2013. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi.* Ekonisia, Yogyakarta

Vane, Home James C. & John, M. Wachowicz JR. 2011. *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.

Lampiran 1

NILAI PERUSAHAAN

No	Kode	Tahun	Harga Saham	Saham Beredar	Utang	Total Aset	Rasio Tobin's Q
1	AALI	2020	71	1.924.688.333	6.719.963.680	27.781.231.000	5,161
		2019	88	1.924.688.333	7.401.987.000	26.974.124.000	6,553
		2018	103	1.924.688.333	8.195.695.000	26.856.967.000	7,687
2	ANDI	2020	64	187.000.000	5.100.838.900	14.792.242.840	1,154
		2019	89	187.000.000	6.232.887.000	14.873.387.940	1,538
		2018	135	187.000.000	8.277.583.000	15.398.054.490	2,177
3	ANJT	2020	216	3.354.175.000	4.249.940.000	26.361.438.120	27,645
		2019	208	3.354.175.000	4.963.050.000	26.257.081.040	26,760
		2018	219	3.354.175.000	5.524.240.000	26.022.049.160	28,441
4	BEEF	2020	85	1.884.312.580	6.069.300.000	11.778.038.860	14,114
		2019	109	1.884.312.560	6.324.400.000	11.405.821.030	18,562
		2018	102	1.884.312.560	7.223.000.000	11.264.697.027	17,703
5	SGRO	2020	1.255	378.000.000	12.897.780.000	19.744.680.000	24,679
		2019	1.255	378.000.000	13.389.720.000	19.466.943.000	25,057
		2018	952	378.000.000	13.555.530.000	19.018.844.952	19,634
6	DSNG	2020	1.040	1.059.984.240	7.550.948.000	14.151.383.000	78,433
		2019	1.010	1.059.984.240	8.933.338.000	11.620.821.000	92,895
		2018	1.200	1.059.984.240	8.330.772.000	11.738.892.000	109,066
7	SIMP	2020	250	1.581.631.000	4.864.550.000	44.849.000.000	8,925
		2019	246	1.581.631.000	5.468.560.000	51.014.920.000	7,734
		2018	246	1.581.631.000	7.042.180.000	59.511.880.000	6,656
8	GZCO	2020	500	6.000.000.000	11.014.700.000	36.196.024.000	83,186
		2019	430	6.000.000.000	11.196.130.000	34.289.017.000	75,569
		2018	450	6.000.000.000	11.323.700.000	31.872.302.000	85,068
9	JAWA	2020	260	3.774.685.500	1.270.580.000	68.809.510.000	14,281
		2019	308	3.774.685.500	1.526.840.000	69.052.860.000	16,859
		2018	300	3.774.685.500	1.626.910.000	60.662.580.000	18,694
10	LSIP	2020	265	6.822.863.965	5.598.630.000	41.378.822.700	43,831
		2019	196	6.822.863.965	6.443.090.000	36.022.148.000	37,303
		2018	180	6.822.863.965	7.501.950.000	32.820.685.900	37,648
11	MAGP	2020	300	9.000.000.004	1.747.605.690	21.477.749.600	125,793
		2019	250	9.000.000.004	1.929.797.220	14.215.535.000	158,413
		2018	260	9.000.000.004	2.047.147.290	13.097.185.000	178,821
12	PALM	2020	154	7.119.540.356	1.061.054.150	41.214.394.400	26,628
		2019	142	7.119.540.356	1.281.383.500	41.209.661.400	24,564
		2018	162	7.119.540.356	1.286.684.150	41.862.400.000	27,582

Lampiran 2

PROFITABILITAS

dalam ribuan rupiah

No	Kode	Tahun	Laba Bersih	Modal Sendiri	Rasio
1	AALI	2020	833.090.000	19.247.794.000	0,043
		2019	211.117.000	18.978.527.000	0,011
		2018	1.438.511.000	19.474.522.000	0,074
2	ANDI	2020	10.170.233	250.683.289	0,041
		2019	12.492.217	259.172.510	0,048
		2018	17.199.020	246.116.768	0,070
3	ANJT	2020	5.844.969	395.757.355	0,015
		2019	2.514.460	388.708.061	0,006
		2018	6.935.538	386.389.213	0,018
4	BEEF	2020	35.023.653	317.249.209	0,110
		2019	34.100.397	385.881.041	0,088
		2018	34.100.397	229.687.101	0,148
5	SGRO	2020	219.275.000	3.796.056.000	0,058
		2019	52.088.000	4.152.698.000	0,013
		2018	34.100.397	4.028.849.658	0,008
6	DSNG	2020	476.637.000	6.230.749.000	0,076
		2019	179.940.000	3.731.592.000	0,048
		2018	34.100.397	3.658.962.000	0,009
7	SIMP	2020	313.007.600	5.444.484.900	0,057
		2019	170.181.800	5.210.149.200	0,033
		2018	34.100.397	4.595.118.800	0,007
8	GZCO	2020	128.328.100	36.196.024	3,545
		2019	130.270.200	34.289.017	3,799
		2018	34.100.397	31.872.302	1,070
9	JAWA	2020	2.607.867.000	6.880.951.291	0,379
		2019	1.644.845.900	6.905.286.394	0,238
		2018	34.100.397	6.066.258.000	0,006
10	LSIP	2020	12.899.630.000	1.378.822.700	9,356
		2019	11.266.570.000	3.602.214.800	3,128
		2018	34.100.397	2.820.685.900	0,012
11	MAGP	2020	4.367.090.000	1.477.749.600	2,955
		2019	1.941.070.000	1.421.553.500	1,365
		2018	34.100.397	1.309.718.500	0,026
12	PALM	2020	3.463.900.000	2.143.944.000	1,616
		2019	1.609.500.000	2.096.614.000	0,768
		2018	3.410.039.700	1.868.624.000	1,825

Lampiran 3

SKOR CSR PERUSAHAAN 2017-2019

No	Kode	Tahun	Skor	Rasio
1	AALI	2020	47	0,595
		2019	51	0,646
		2018	54	0,684
2	ANDI	2020	42	0,532
		2019	42	0,532
		2018	42	0,532
3	ANJT	2020	66	0,835
		2019	47	0,595
		2018	47	0,595
4	BEEF	2020	57	0,722
		2019	54	0,684
		2018	63	0,797
5	SGRO	2020	65	0,823
		2019	64	0,810
		2018	65	0,823
6	DSNG	2020	45	0,570
		2019	42	0,532
		2018	41	0,519
7	SIMP	2020	40	0,506
		2019	40	0,506
		2018	45	0,570
8	GZCO	2020	52	0,658
		2019	54	0,684
		2018	52	0,658
9	JAWA	2020	55	0,696
		2019	56	0,709
		2018	50	0,633
10	LSIP	2020	68	0,861
		2019	65	0,823
		2018	65	0,823
11	MAGP	2020	48	0,608
		2019	46	0,582
		2018	47	0,595
12	PALM	2020	52	0,658
		2019	51	0,646
		2018	55	0,696

Lampiran 4

UKURAN PERUSAHAAN

No	Kode	Tahun	Total Aset	Rasio
1	AALI	2020	27.781.231.000	24,048
		2019	26.974.124.000	24,018
		2018	26.856.967.000	24,014
2	ANDI	2020	14792242840	23,417
		2019	14.873.387.940	23,423
		2018	15.398.054.490	23,458
3	ANJT	2020	26.361.438.120	23,995
		2019	26.257.081.040	23,991
		2018	26.022.049.160	23,982
4	BEEF	2020	11.778.038.860	23,190
		2019	11.405.821.030	23,157
		2018	11.264.697.027	23,145
5	SGRO	2020	19.744.680.000	23,706
		2019	19.466.943.000	23,692
		2018	19.018.844.952	23,669
6	DSNG	2020	14.151.383.000	23,373
		2019	11.620.821.000	23,176
		2018	11.738.892.000	23,186
7	SIMP	2020	44.849.000.000	24,527
		2019	51.014.920.000	24,655
		2018	59.511.880.000	24,809
8	GZCO	2020	36.196.024.000	24,312
		2019	34.289.017.000	24,258
		2018	31.872.302.000	24,185
9	JAWA	2020	68.809.510.000	24,955
		2019	69.052.860.000	24,958
		2018	60.662.580.000	24,829
10	LSIP	2020	41.378.822.700	24,446
		2019	36.022.148.000	24,307
		2018	32.820.685.900	24,214
11	MAGP	2020	21.477.749.600	23,790
		2019	14.215.535.000	23,378
		2018	13.097.185.000	23,296
12	PALM	2020	41.214.394.400	24,442
		2019	41.209.661.400	24,442
		2018	41.862.400.000	24,458

Lampiran 5

INTERAKSI ROE DENGAN UKURAN PERUSAHAAN

No	Kode	Tahun	ROE	Ukuran Perusahaan	M1
1	AALI	2020	0,043	5,161	0,223
		2019	0,011	6,553	0,073
		2018	0,074	7,687	0,568
2	ANDI	2020	0,041	1,154	0,047
		2019	0,048	1,538	0,074
		2018	0,070	2,177	0,152
3	ANJT	2020	0,015	27,645	0,408
		2019	0,006	26,760	0,173
		2018	0,018	28,441	0,511
4	BEEF	2020	0,110	14,114	1,558
		2019	0,088	18,562	1,640
		2018	0,148	17,703	2,628
5	SGRO	2020	0,058	24,679	1,426
		2019	0,013	25,057	0,314
		2018	0,008	19,634	0,166
6	DSNG	2020	0,076	78,433	6,000
		2019	0,048	92,895	4,479
		2018	0,009	109,066	1,016
7	SIMP	2020	0,057	8,925	0,513
		2019	0,033	7,734	0,253
		2018	0,007	6,656	0,049
8	GZCO	2020	3,545	83,186	294,926
		2019	3,799	75,569	287,101
		2018	1,070	85,068	91,015
9	JAWA	2020	0,379	14,281	5,413
		2019	0,238	16,859	4,016
		2018	0,006	18,694	0,105
10	LSIP	2020	9,356	43,831	410,059
		2019	3,128	37,303	116,671
		2018	0,012	37,648	0,455
11	MAGP	2020	2,955	125,793	371,747
		2019	1,365	158,413	216,307
		2018	0,026	178,821	4,656
12	PALM	2020	1,616	26,628	43,023
		2019	0,768	24,564	18,857
		2018	1,825	27,582	50,334

Lampiran 6

INTERAKSI CSR DENGAN UKURAN PERUSAHAAN

No	Kode	Tahun	CSR	Ukuran Perusahaan	M1
1	AALI	2020	0,595	5,161	3,070
		2019	0,646	6,553	4,231
		2018	0,684	7,687	5,254
2	ANDI	2020	0,532	1,154	0,613
		2019	0,532	1,538	0,818
		2018	0,532	2,177	1,157
3	ANJT	2020	0,835	27,645	23,095
		2019	0,595	26,760	15,920
		2018	0,595	28,441	16,920
4	BEEF	2020	0,722	14,114	10,184
		2019	0,684	18,562	12,688
		2018	0,797	17,703	14,118
5	SGRO	2020	0,823	24,679	20,306
		2019	0,810	25,057	20,299
		2018	0,823	19,634	16,154
6	DSNG	2020	0,570	78,433	44,677
		2019	0,532	92,895	49,387
		2018	0,519	109,066	56,604
7	SIMP	2020	0,506	8,925	4,519
		2019	0,506	7,734	3,916
		2018	0,570	6,656	3,792
8	GZCO	2020	0,658	83,186	54,756
		2019	0,684	75,569	51,655
		2018	0,658	85,068	55,994
9	JAWA	2020	0,696	14,281	9,943
		2019	0,709	16,859	11,950
		2018	0,633	18,694	11,832
10	LSIP	2020	0,861	43,831	37,728
		2019	0,823	37,303	30,692
		2018	0,823	37,648	30,976
11	MAGP	2020	0,608	125,793	76,431
		2019	0,582	158,413	92,241
		2018	0,595	178,821	106,387
12	PALM	2020	0,658	26,628	17,528
		2019	0,646	24,564	15,857
		2018	0,696	27,582	19,203

Lampiran 7

SPSS OUT PUT

Frequencies

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	36	,001	,849	,19919	,245613
Profitabilitas	36	,006	2,955	,45658	,743966
CSR	36	,506	,861	,65939	,107570
Ukuran Perusahaan	36	19,990	24,050	21,38806	1,207670
M_X1	36	,130	62,400	9,61639	15,626040
M_X2	36	10,630	18,920	14,12139	2,558200
Valid N (listwise)	36				

Model 1. Regresi Linier Sederhana

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Profitabilitas[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,389[a]	,151	,126	,229621

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,319	1	,319	6,045	,019[b]
	Residual	1,793	34	,053		
	Total	2,111	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,141	,045		3,120	,004
	Profitabilitas	,128	,052	,389	2,459	,019

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Model 2. Regresi Moderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M_X1, Profitabilitas[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,499[a]	,249	,204	,219195

a. Predictors: (Constant), M_X1, Profitabilitas

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,526	2	,263	5,472	,009[b]
	Residual	1,586	33	,048		
	Total	2,111	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), M_X1, Profitabilitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,149	,043		3,445	,002
	Profitabilitas	6,359	3,001	19,261	2,119	,042
	M_X1	-,297	,143	-18,875	-2,076	,046

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Model 3. Regresi Moderasi dengan Metode Pengujian Pure Moderator Terhadap Pengaruh Perceived Risk Saham pada Hubungan ROI dengan Harga Saham Perusahaan

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M_X1, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,607[a]	,369	,309	,204124

a. Predictors: (Constant), M_X1, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,778	3	,259	6,225	,002[b]
	Residual	1,333	32	,042		
	Total	2,111	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), M_X1, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,534	,685		-2,239	,032
	Profitabilitas	9,520	3,076	28,837	3,095	,004
	Ukuran Perusahaan	,078	,032	,386	2,460	,019
	M_X1	-,446	,146	-28,387	-3,050	,005

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Model 1. Regresi Linier Sederhana

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,142[a]	,020	-,009	,246679

a. Predictors: (Constant), CSR

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,042	1	,042	,698	,409[b]
	Residual	2,069	34	,061		
	Total	2,111	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,014	,259		-,055	,956
	CSR	,324	,388	,142	,836	,409

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Model 2. Regresi Moderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Hubungan CSR dengan Nilai Perusahaan

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M_X2, CSR[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,173[a]	,030	-,029	,249112

a. Predictors: (Constant), M_X2, CSR

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,064	2	,032	,512	,604[b]
	Residual	2,048	33	,062		
	Total	2,111	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), M_X2, CSR

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,010	,265		,037	,971
	CSR	-,372	1,257	-,163	-,296	,769
	M_X2	,031	,053	,321	,582	,564

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Model 3. Regresi Moderasi dengan Metode Pengujian Pure Moderator Terhadap Pengaruh Ukuran Perusahaan pada Hubungan CSR dengan Nilai Perusahaan

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	M_X2, Ukuran Perusahaan, CSR[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,177[a]	,031	-,060	,252835

a. Predictors: (Constant), M_X2, Ukuran Perusahaan, CSR

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,066	3	,022	,343	,794[b]
	Residual	2,046	32	,064		
	Total	2,111	35			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), M_X2, Ukuran Perusahaan, CSR

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,025	5,408		,190	,851
	CSR	-1,880	8,121	-,823	-,231	,818
	Ukuran Perusahaan	-,047	,252	-,233	-,188	,852
	M_X2	,101	,378	1,053	,268	,791

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan