



Dampak corporate social responsibility dan firm size terhadap firm value dengan profitabilitas sebagai variabel moderating

Section:
Financial Management

Elvando Pelupessy*, Swarmilah Hariani

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana,
Jakarta, Indonesia

Abstract

This research aimed to analyze the influence of corporate social responsibility and firm size on firm value with profitability as a moderating variable. The population of the research subject was companies listed on the LQ45 index in the period 2017-2019. The method of determining the sample in this study used a purposive sampling technique and obtained 57 sample observation data. This research is causal, and data analysis was done by moderation regression analysis using the SPSS version 25 program. The data analysis showed that corporate social responsibility had a negative and significant effect on firm value, firm size did not affect firm value, and profitability could not moderate the influence of corporate social responsibility. However, it could moderate the influence of firm size on firm value.

Received: 20 Feb 2022
Revised: 08 Mar 2022
Accepted: 04 Apr 2022
Online: 30 Jun 2022

JRMB
Jurnal Riset Manajemen
dan Bisnis

Vol. 7, No.1, 2022
pp. 25-34

Keywords:

Corporate social responsibility, firm size, profitability, firm value

Corresponding author

Elvando Pelupessy
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana,
Jakarta, Indonesia
Email: elvando.p@gmail.com

© The Author(s) 2022

DOI: <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i1.342>



CC BY: This license allows reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format, so long as attribution is given to the creator. The license allows for commercial use.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia saat ini berkembang semakin pesat dengan ditandai makin beragamnya jumlah perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di Indonesia, sehingga menyebabkan persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Persaingan merupakan suatu hal yang wajar dan dengan adanya persaingan tersebut mengakibatkan pelaku bisnis selalu berupaya untuk meningkatkan nilai perusahaan (*Firm Value*) agar mampu *survive* dalam jangka panjang. (Kusuma & Priantinah, 2018). Nilai perusahaan dilihat dari seberapa jauh respon investor terhadap saham perusahaan. Investor akan memilih perusahaan yang tidak hanya berorientasi keuntungan saja tetapi perusahaan yang melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan demi pembangunan yang berkelanjutan. *Sustainability report* merupakan laporan dari perusahaan atas tanggung jawab sosialnya yang berisi tentang informasi kinerja perusahaan dalam bidang ekonomi, sosial dan lingkungan. Tanggung jawab moral mengharuskan perusahaan untuk mempertimbangkan kepentingan pihak lain yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan/*stakeholders* (Astuti & Juwenah, 2017).

Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) menutup tahun 2019 di zona merah. Sore ini, IHSG menurun 29,78 poin atau 0,47% ke 6.299,54. Pada akhir perdagangan 2019, Senin (30/12/2019), terdapat 195 saham menguat, 234 saham melemah, dan 151 saham stagnan. Transaksi perdagangan mencapai Rp11,13 triliun dari 15,82 miliar lembar saham yang diperdagangkan. Indeks LQ45 turun 4,69 poin atau 0,46% menjadi 1.018,03, indeks Jakarta Islamic Index (JII) turun 3,57 poin atau 0,51% ke 701,12, indeks IDX30 turun 2,66 poin atau 0,48% ke 555,8, dan indeks MNC36 turun 1,19 poin atau 0,34% ke 353,84 (www.okezone.com, n.d.). Dengan melihat fenomena meningkatnya pertumbuhan perusahaan *go public* yang tidak sejalan dengan perubahan harga saham perusahaan yang malahan mengalami penurunan ini perlu diatasi karena akan berdampak pada nilai perusahaan tersebut dan bahkan bisa membuat perusahaan *delisting* dari IDX seperti yang diberitakan pada situs *idxchannel* pada Juli 2020 terkait *delisting (Forced Delisting)* atas 3 Perusahaan Tercatat yaitu, APOL, BORN, dan ITTG dan *Voluntary Delisting* yaitu SCBD.

Dengan membuat laporan keberlanjutan, perusahaan akan lebih mudah mendapatkan investor. Reputasinya juga akan lebih baik untuk perusahaan, sehingga investor akan lebih tertarik kepada mereka. Selain itu, perusahaan lebih mudah mendapatkan *license to operate* dari masyarakat sosial ekonomi, karena dengan adanya program *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang lebih terstruktur. Perusahaan pun akan lebih banyak mendapatkan persetujuan dari masyarakat dan tidak mengganggu dalam operasinya. Pemerintah sendiri sejak tahun 1999 sudah banyak membuat regulasi mengenai CSR. Awalnya hanya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) saja yang diwajibkan dengan nama Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), namun kemudian berlanjut ke *private company*. Sedangkan untuk SR, pemerintah memang belum membuat regulasinya, sampai Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui POJK no.51 tanggal 27 Juli 2017 mengeluarkan peraturan pertama mengenai SR (www.majalahcsr.id, 2017).

Selain dipengaruhi oleh *corporate social responsibilty (CSR)*, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran yang besar menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi yang stabil. Perusahaan yang besar memiliki aset yang besar pula, sehingga memiliki tanggung jawab terhadap para pemangku kepentingan, seperti masyarakat (Kusuma & Priantinah, 2018). Peningkatan profitabilitas akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan tersebut *profitable* dan diharapkan mampu untuk memberikan kesejahteraan kepada pemegang saham melalui pengembalian saham yang tinggi.

Perusahaan yang mampu meningkatkan laba perusahaannya akan lebih berpeluang untuk melakukan ekspansi bisnis (Chumaidah & Priyadi, 2018).

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut: (a) untuk mengetahui dan membuktikan dampak *corporate social responsibility* terhadap *firm value* secara empiris (b) untuk mengetahui dan membuktikan dampak *firm size* terhadap *firm value* secara empiris (c) untuk mengetahui dan membuktikan profitabilitas dalam memoderasi dampak *corporate social responsibility* terhadap *firm value* secara empiris (d) untuk mengetahui dan membuktikan Profitabilitas dalam memoderasi dampak *Firm Size* terhadap *Firm Value* secara empiris.

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori stakeholder

Menurut Chariri & Ghozali (2007), teori stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan merupakan entitas yang bukan hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tapi juga harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya. Stakeholder pada dasarnya dapat mengendalikan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan. Oleh karena itu power stakeholder ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki stakeholder atas sumber tersebut. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut.

Corporate social responsibility

Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Pengungkapan sustainability report merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam mempublikasikan laporan Corporate Social Responsibility. Laporan ini memberikan informasi tentang pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Laporan ini disusun berdasarkan Pedoman Sustainability Report Global Reporting Initiative (GRI). Sustainability reiport mempunyai standar pengungkapan yang mencerminkan keseluruhan aktivitas sosial perusahaan. Dalam hal ini, sustainability report berbeda dengan laporan keuangan (Khafid & Mulyaningsih, 2015).

Firm size

Ukuran suatu perusahaan merupakan faktor utama dalam menentukan profitabilitas dari suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, akan membuat harga pasar saham suatu perusahaan meningkat, sehingga nilai perusahaan juga turut meningkat. Secara umum, ukuran perusahaan diukur dengan besarnya total aset yang dimiliki karena nilai total asset umumnya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya (Rahmawati, Topowijono, & Sulasmiyati, 2015).

Profitabilitas

Menurut Brigham & Houston (2014) profitabilitas adalah sekelompok rasio yang menunjukkan kombinasi dari pengaruh likuiditas, manajemen aset, dan utang pada hasil operasi. Profitabilitas merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi hubungan CSR dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Kinerja keuangan atau profitabilitas merupakan suatu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham.

Rerangka Pemikiran

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah yang paling penting dan bagian strategis bagi setiap organisasi bisnis dalam pengambilan keputusan membuat, bahwa bagaimana mereka meningkatkan dan meningkatkan produktivitas bisnis melalui kegiatan CSR (Rehan et al., 2018) Eksekutif dapat memperluas daya saing dengan mengadopsi CSR strategi, berdasarkan kekuatan perusahaan mereka. Kebijakan yang digunakan oleh badan usaha untuk menjalankan kegiatan usaha sedemikian rupa yang layak, beradab, dan bermanfaat bagi masyarakat dalam hal pembangunan disebut Tanggung jawab sosial perusahaan (Masum et al., 2020). Beberapa perusahaan meningkatkan investasi mereka dalam sosial perusahaan tanggung jawab sementara beberapa perusahaan hanya menunjukkan sebagian besar modal untuk menyajikan kegiatan CSR dalam laporan tahunan mereka (Rehan et al., 2018). Sejalan dengan itu, Gunawan dan Mayangsari (2015) menuturkan bahwa pengungkapan Sustainability akan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan karena pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan antara lain di dalam laporan tersebut.

Pendapatan adalah tujuan utama untuk semua jenis bisnis organisasi karena merupakan komponen dasar untuk kelangsungan hidup, pengembangan dan umur panjang dari sebuah perusahaan bisnis. Semua jenis organisasi bisnis dan perusahaan telah dihadapkan, tidak hanya oleh perkembangan besar yang terjadi di akhir abad kedua puluh, seperti privatisasi, deregulasi dan globalisasi, tetapi juga oleh harapan masyarakat dari perusahaan mengenai kontribusi untuk kesejahteraan publik dan sosial keterlibatan. Rahmawati, Topowijono, & Sulasmiyati (2015) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan umumnya berpengaruh pada penilaian investor dalam membuat keputusan investasi. Apabila ukuran sebuah perusahaan semakin besar maka nilai perusahaan tersebut akan terlihat lebih baik jika dibandingkan dengan perusahaan yang ukurannya lebih kecil. Menurut Pratama & Wiksuana (2016) profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi juga, sehingga terlihat nilai perusahaan yang baik pula.

METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Penelitian ini adalah suatu prosedur penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisa data secara sistematis guna mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap *firm value*, pengaruh *firm size* terhadap *firm value*, serta pengaruh profitabilitas dalam memoderasi hubungan

corporate social responsibility dan *firm size* terhadap *firm value*. Dalam penelitian ini populasinya adalah perusahaan yang terdaftar dalam indeks LQ45. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Kriteria sampel yang digunakan yaitu perusahaan terdaftar dalam indeks LQ45 secara konsisten selama tahun 2017 – 2019 dan perusahaan tersebut mempublikasikan *annual report* serta *sustainability report* secara konsisten selama tahun 2017 – 2019. Dengan demikian jumlah sampel yang digunakan adalah 57 sampel yang diolah dari data 19 perusahaan selama 3 tahun.

Definsi dan operasionalisasi variabel

Penelitian ini menggunakan satu variabel dependen, dua variabel independen dan satu variabel moderasi. Definisi masing-masing variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Firm value

Pada penelitian ini, *firm value* digunakan sebagai variabel dependen. *Firm value* adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang tercermin pada harga saham perusahaan tersebut dan dapat diproksikan dengan menggunakan pengukuran *Price to Book Value*, yang dapat dirumuskan sebagai berikut (Tjiptono & Fakhrudin, 2012):

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan suatu proses penyediaan informasi yang dirancang untuk mengemukakan masalah seputar *social accountability* yang secara khas. Pengukurannya dapat diperoleh melalui *Sustainability Report* yang dikeluarkan oleh perusahaan yang mengungkapkan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial yang disebabkan oleh aktivitas sehari-hari perusahaan, menurut *Global Report Initiative Standards* tahun 2016 jumlah yang diungkapkan adalah 77 indikator, jumlah semua item yang mungkin diungkapkan (Suripto, 1999), yang dinotasikan dalam rumus sebagai berikut:

$$CSD = \frac{n}{k}$$

Keterangan:

- CSD = Indeks pengungkapan perusahaan
- n = jumlah item yang diungkapkan perusahaan
- k = jumlah keseluruhan item yang diharapkan.

Firm Size

Firm size menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Secara umum, *firm size* diukur dengan besarnya total aset yang dimiliki karena nilai total aset umumnya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya (Rahmawati, Topowijono, & Sulasmiyati, 2015). Dalam penelitian ini *firm size* akan diukur dengan nilai logaritma natural dari total aset yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \ln (\text{Total Aset})$$

Keterangan:

Size = Firm Size

Ln = Logaritma natural

Ukuran profitabilitas dapat berbagai macam seperti: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi/aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Dalam penelitian ini ukuran profitabilitas yang digunakan adalah *Return on Assets* yang didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan selama periode penelitian, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

ROA = *Return on Assets*

Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diolah dengan *software* SPSS 25 dengan analisis statistik sebagai berikut: (1) Analisis Statistik Deskriptif, (2) Uji Asumsi Klasik, (3) Uji Kelayakan Model, (4) Pengujian Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskriptif statistik

Hasil Uji Statistik Deskriptif menunjukkan bahwa *Corporate social responsibility* yang diproksikan dengan CSR memiliki nilai minimum 5 indeks; nilai maksimum 58 indeks dan nilai rata-rata 21 indeks serta standar deviasi 0,1480737.

Tabel 1.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	57	.0649	.7532	.280246	.1480737
SIZE	57	30.4414	34.8871	32.366061	1.3625606
ROA	57	-6.0000	20.7800	5.085789	4.8359073
PBV	57	.6923	5.7017	1.958240	1.1501847

Sumber: Data yang diolah dengan SPSS 25

Firm size yang diproksikan dengan SIZE memiliki nilai minimum minimum Rp 16.616.000.000.000; nilai maksimum Rp 1.416.759.000.000.000 dan nilai rata-rata Rp 276.531.844.158.874 serta standar deviasi 1,3625606. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA

memiliki nilai minimum -6%; nilai maksimum 20,78% dan nilai rata-rata 5,08% serta standar deviasi 4,8359073. *Firm Value* yang diproksikan dengan PBV memiliki nilai minimum 0,69 kali; nilai maksimum 5,7 kali dan nilai rata-rata 1,95 kali serta standar deviasi 1,1501847.

Hasil uji kelayakan model

Berdasarkan tabel 2 perhitungan statistik ini dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,613. Koefisien determinasi sebesar 0,340 atau sebesar 34%. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 34%, sedangkan sisanya sebesar 66% merupakan pengaruh faktor-faktor yang lain. Selanjutnya, Tabel 2 juga menunjukkan bahwa didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka H_0 diterima. Dengan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 53$ maka diperoleh nilai table F sebesar 2,78, nilai tersebut lebih kecil daripada nilai hitung F yang sebesar 10,610. Maka dapat dikatakan bahwa model regresi memiliki model yang layak dan dapat diolah lebih lanjut.

Tabel 2
 Hasil regresi

Model		Koef	SE	t	Sig
1	CSR	-3.052	1.043	-2.926	0.005
	SIZE	-0.091	0.113	-0.801	0.427
2	CSR	-2.453	1.315	-1.866	0.068
	SIZE	0.034	0.102	0.332	0.741
	CSR*ROA	-0.106	0.125	-0.847	0.401
	SIZE*ROA	0.005	0.002	2.904	0.005
F		10.61			
Ajd. R square		0.34			

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t)

Berdasarkan hasil uji yang ditampilkan pada tabel 2 maka dalam penelitian ini hipotesis yang dapat diterima ialah hipotesis pertama (H_1) dimana CSR memiliki dampak terhadap PBV karena nilai signifikansi CSR sebesar 0,005 ($<0,050$). Sedangkan pada SIZE nilainya tidak signifikan karena nilainya sebesar 0,427 ($>0,050$) sehingga SIZE tidak memiliki dampak terhadap PBV. Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) ditolak. Pada hasil uji yang ditampilkan pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikan antara interaksi CSR dan ROA sebesar 0,401 ($>0,50$) sehingga dapat dikatakan bahwa ROA tidak mampu memoderasi dampak antara CSR dan PBV. Maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Sedangkan pada hasil interaksi SIZE dan ROA nilai signifikan nya adalah 0,005 ($<0,50$), maka dapat dikatakan bahwa ROA mampu memoderasi dampak antara SIZE dan PBV. Dengan begitu hipotesis keempat (H_4) dapat diterima.

Pembahasan

Penelitian ini menyelidiki tentang hubungan antara CSR dan ukuran perusahaan terhadap firm value, dan mengeksplorasi peran ROA sebagai pemoderasi hubungan tersebut. Hipotesis pertama menunjukkan bahwa uji t pada hipotesis ini maka H_1 diterima, artinya CSR berdampak negatif dan

signifikan terhadap firm value. Dengan melakukan CSR perusahaan berharap akan meningkatkan firm value dimata investor/stakeholder namun dengan kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan sampel yang masih rendah maka pengungkapan tersebut tidak sebanding dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan, oleh sebab itu hal ini menjadi salah satu poin pertimbangan bagi pihak investor dalam melakukan investasi yang akan berdampak pada harga saham dan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Surya (2018) yang menyatakan bahwa corporate social responsibility (CSR) berpengaruh terhadap firm value, begitupun ditegaskan dengan hasil penelitian oleh Fasya (2018).

Hipotesis kedua. Hasil analisis uji t pada hipotesis ini maka H2 ditolak, artinya firm size tidak berdampak signifikan terhadap firm value. Penolakan hipotesis ini dikarenakan upaya perusahaan untuk memperbesar ukuran perusahaan adalah melalui peningkatan jumlah aset perusahaan. Aset perusahaan yang diperoleh melalui utang akan menimbulkan kekhawatiran bagi para investor. Hal tersebut disebabkan karena tingginya risiko perusahaan, sehingga mampu memperbesar potensi terjadinya kebangkrutan. Dengan demikian, firm size bukanlah menjadi hal penting dalam pengambilan keputusan investor dalam melakukan investasi. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh Chumaidah & Priyadi (2018) bahwa firm size tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis tiga. Berdasarkan hasil analisis uji t pada hipotesis ini diperoleh maka Profitabilitas tidak dapat memoderasi dampak CSR terhadap firm value. Penolakan hipotesis ini dikarenakan profitabilitas perusahaan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi namun dengan melakukan CSR dengan biaya yang besar tidak sebanding dengan pengungkapan yang hanya sedikit saja karena perusahaan yang terdaftar pada LQ45 ini memiliki bermacam-macam jenis bidang usaha. Sehingga pandangan investor dengan laba yang tinggi maupun rendah tidak berdampak signifikan terhadap memoderasi pengaruh CSR dengan firm value. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang sebelumnya dilakukan oleh Dzikir (2019) bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap firm value.

Hipotesis empat. Melihat hasil analisis uji t pada hipotesis ini maka Profitabilitas dapat memoderasi dampak firm size terhadap firm value. Penerimaan hipotesis ini dikarenakan ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan maka semakin dikenal oleh masyarakat yang terlebih dengan didukung dengan profitabilitas yang tinggi, artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan..Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Kusuma & Priantinah (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh firm size terhadap firm value.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: pertama, corporate social responsibility berdampak negatif dan signifikan terhadap Firm Value, maka pengungkapan CSR dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi firm value dan investor sebagai aspek dalam mempertimbangkan investasi pada perusahaan. Kedua, firm size tidak berdampak terhadap Firm Value, maka Firm Size tidak dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi Firm Value dan investor sebagai aspek dalam mempertimbangkan investasi pada perusahaan. Ketiga, profitabilitas tidak dapat memoderasi dampak CSR terhadap Firm Value, maka interaksi profitabilitas dan CSR tidak dapat digunakan

perusahaan untuk mempengaruhi Firm Value dan investor sebagai aspek dalam mempertimbangkan investasi pada perusahaan. Ke-emat, profitabilitas dapat memoderasi dampak firm size terhadap firm value, maka interaksi profitabilitas dan firm size dapat digunakan perusahaan untuk mempengaruhi Firm Value dan investor sebagai aspek dalam mempertimbangan investasi pada perusahaan.

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini yaitu untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan tahun periode penelitian lebih dari 3 tahun agar lebih menggambarkan kondisi yang ada dan memberikan hasil lebih baik. Penelitian selanjutnya dapat menambah variabel independen baru yang diduga dapat berdampak dan mencari lebih luas lagi tentang variabel moderasi yang dapat memperkuat hubungan antara variabel. Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel dengan mempertimbangkan seluruh perusahaan yang terdaftar BEI sebagai populasi penelitian, tidak hanya sebatas pada perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ45. Untuk perusahaan agar dapat lebih memperhatikan dan menerapkan CSR yang lebih baik lagi karena sekarang banyak investor yang tidak hanya melihat prospek investasi dari kinerja keuangannya saja, mereka sudah peduli dan melihat pentingnya perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial karena akan berdampak pada Firm Value dan sebaiknya dapat melaporkan Sustainability Report.

REFERENSI

- Asnawi, S. K., & Wijaya, C. (2005). *Riset Keuangan Pengujian – Pengujian Empiris*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Astuti, A. D., & Juwenah. (2017). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tergabung Dalam LQ 45 Tahun 2012-2013. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*. 2(1), <https://doi.org/10.35706/acc.v2i01.733>
- Brigham, E. F., & Gapenski, L. C. (1996). *Manajemen Keuangan Edisi 8*. Jakarta: Erlangga.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Chumaidah, & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 7(3).
- Dzikir, A., Syahnur, S., & Tenriwaru, T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *AJAR*, 3(02), 219-235. <https://doi.org/https://doi.org/10.35129/ajar.v3i02.134>
- Effendi, M. A. (2016). *The power Of Good Corporate Governance : Teori Dan Implementasi Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fasya, A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informasi Perpajakan, Akuntansi dan Keuangan Publik* 13(2), 145-162.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, Y., & Mayangsari, S. (2015). Pengaruh Sustainability Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Investment Opportunity Set Sebagai Variabel Moderating. *e-Journal Akuntansi Trisakti*. 2(1), 1-12 <https://doi.org/10.25105/jat.v2i1.4828>
- Khafid, M., & Mulyaningsih. (2015). Kontribusi Karakteristik Perusahaan Dan Good Corporate Governance Terhadap Publikasi Sustainability Report. *Ekuitas: Jurnal Ekonomidan Keuangan* 19(3), 340-359. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2015.v19.i3.129>

- Khotimah, S. N. ., Mustikowati, R. I. ., & Sari, A. R. . (2021). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 8(2). <https://doi.org/10.21067/jrma.v8i2.5232>
- Kusuma, R. A., & Priantinah, D. D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di ISSI Dan Konvensional Periode 2014-2016. *Jurnal Nominal*. 7(2), 41-61. <https://doi.org/10.21831/nominal.v7i2.21352>
- Latifah, S. W., & Luhur, M. B. (2017). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Vol.17. No.1, Februari 2017:13-18*, 13-18. Retrieved from <https://repository.unair.ac.id/86236/>
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan . *Jurnal Benefita* 3(2) Juli 2018, 227-238.
- Masum, A., Hanan, H., Awang, H., Aziz, A., & Ahmad, M. H. (2020). Corporate Social Responsibility and its Effect on Community Development: An Overview. *Journal of Accounting Science*, 22(1), 35–40. <https://doi.org/10.9790/487X-2201053540>
- Nuswandari, C., Sunarto, Jannah, A., & Ikromudin. (2018). Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm Value . *Advances in Economics, Business and Management Research, volume 86. 2nd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2018)* .
- Pratama, I. G., & Wiksuana, I. G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1),
- Rahmawati, A. D., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Properti, Real Estate, dan Buildng Construction Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2). Retrived from repository.ub.ac.id/117358/
- Rehan, M., Khan, M, I., & Khan, M, K. (2018). Effect of corporate social responsibility on profitability of Banks. *European Academic Research*, VI4(7), 3763–3782.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business : a skill-building approach (Seventh edition)*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Sudana, I. M. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga.
- Surya, L. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 7(1,.
- Suryani, A., Sari, A. P., & Atikah. (2019). Disclosure of Social Responsibility, Profitability to Improve the Company Value. "ICEMA International Conference on Economics, Management, and Accounting Volume 2019.
- Tjiptono, D., & Fakhrudin. (2012). *Pasar Modal di Indonesia (Edisi Ketiga)*. Jakarta: Salemba Empat.

Declarations

Funding

The authors received no financial support for the research and publication of this article.

Conflicts of interest/ Competing interests:

The authors have no conflicts of interest to declare that are relevant to the content of this article.

Data, Materials and/or Code Availability:

Data sharing is not applicable to this article as no new data were created or analyzed in this study.

How to cite this Article

Pelupessy, E., & Hariani, S. (2022). Dampak corporate social responsibility dan firm size terhadap firm value dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 25 - 34. <https://doi.org/10.36407/jrmb.v7i1.342>