

**PROFITABILITAS DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN VARIABEL *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI MODERASI**

**Arifin Hamsyah Mukti**

Universitas Ahmad Dahlan

Email: arifinmukti22@gmail.com

**Beni Suhendra Winarso**

Universitas Ahmad Dahlan

Email: beni.winarso@act.uad.ac.id

---

**ABSTRACT**

---

*Abstract The purpose of this study was to investigate effect of profitability and capital structure with variable corporate social responsibility as moderation. The sampling technique in this study using purposive sampling method. The type of data this research is quantitative research with data sources used in the study is secondary data. The result of this research that positively affects the profitability of the company's value, capital structure does not affect the value of the company, CSR moderating influence on the value of the company's profitability, and CSR does not moderate the affect of capital structure on firm value.*

**Keywords:** *Profitability, Capital Structure, Corporate Social Responsibility, and Company.*

---

**PENDAHULUAN**

Berdirinya suatu perusahaan memiliki tujuan yang jelas, ada beberapa pendapat yang mengemukakan tujuan didirikannya suatu perusahaan. Tujuan pertama untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan yang ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan dari harga sahamnya (Harjito dan Martono 2011: 2), oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini terinspirasi oleh penelitian yang dilakukan oleh Nursholehudin, dkk (2019), adapun perbedaan penelitian ini dengan menambahkan variabel moderasi *Corporate Social Responsibility*. Objek penelitian adalah industri kemasan plastik yang memiliki peran penting dalam rantai pasok bagi sektor strategis lainnya seperti industri makanan dan minuman, farmasi, kosmetik dan elektronika. Berdasarkan Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN), Kementerian Perindustrian menetapkan industri plastik sebagai sektor prioritas pengembangan pada tahun 2015-2019 menegaskan bahwa industri kemasan plastik yang merupakan sektor kimia hilir selama ini telah menjadi *supply chain* dari *consumer*

*product*. Industri ini pertumbuhannya cukup tinggi dan potensinya masih besar, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Industri kemasan telah mendapatkan nama yang baik dari pemerintah namun kita ketahui bahwa industri ini mempunyai dampak yang kurang baik terhadap lingkungan karena banyaknya limbah yang dihasilkan dan sulit terurai serta memiliki dampaknya terhadap lingkungan. Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui apakah dengan CSR yang sudah dilakukan oleh perusahaan plastik tersebut mampu memperkuat nama baik perusahaan yang telah didapatkan dari pemerintah. Penelitian ini berkontribusi untuk memberikan bukti empiris mengenai profitabilitas dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan csr sebagai faktor yang memperkuat pengaruh keduanya terhadap nilai perusahaan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Kajian Teoritis

1. Nilai Perusahaan

Menurut Husnan (2000: 7) menyatakan nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual.

2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu (Ernawati dan Widyawati, 2015)

3. Struktur Modal

Struktur modal adalah perbandingan atau imbang pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri (Harjito dan Martono, 2014: 256)

4. *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat (Johnson dan Johnson, 2006 dalam Hadi, 2014)

### Pengembangan Hipotesis

1. Hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu (Ernawati dan Widyawati, 2015). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Satrawan, 2016). Meningkatnya profitabilitas tentu saja akan menarik minat investor untuk berinvestasi dengan memiliki perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang berminat untuk membeli saham perusahaan maka berdampak positif

pada meningkatnya harga saham di pasar dan nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H1:** Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan

Struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri (Harjito dan Martono, 2014: 256). Tercapainya struktur modal yang optimal adalah dengan memaksimalkan nilai perusahaan dan meminimalkan biaya modal (Ayem dan Nugroho, 2016). Struktur modal yang baik akan menciptakan nilai perusahaan yang baik, karena hal ini menunjukkan modal perusahaan tidak hanya dari hutang dan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutangnya. Oleh karena itu ketika struktur modal sebuah perusahaan baik, maka nilai perusahaan baik. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H2:** Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. CSR memoderasi hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan

*Corporate Social Responsibility* adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat (Johnson dan Johnson, 2006 dalam Hadi, 2014). Citra perusahaan yang positif akan membuat perusahaan lebih bernilai dan lebih menjanjikan dalam memberikan tingkat pengembalian yang stabil sehingga menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Pramana dan Mustanda, 2016). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi cenderung berusaha meningkatkan CSR untuk meyakinkan investor bahwa perusahaan tersebut tidak hanya memperhatikan dampak jangka pendek (*profit*) namun juga tujuan jangka panjang yaitu meningkatnya nilai perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

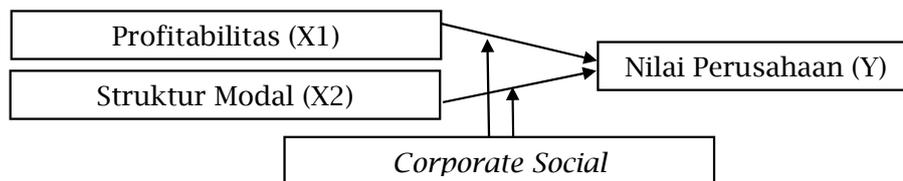
**H3:** *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

4. CSR memoderasi hubungan struktur modal terhadap nilai perusahaan

Pelaporan dan pengungkapan informasi *Corporate Social Responsibility* merupakan upaya atau strategi manajemen untuk memberikan sinyal kepada pada *stakeholder* atau pelaku pasar bahwa perusahaan akuntabel, transparan, dan komitmen terhadap keberlanjutan bisnis yang ramah sosial dan lingkungan (Lako, 2011). Tambahan informasi yang lebih detail pada perusahaan akhirnya akan memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam akses pendanaan dari para investor dan lembaga-lembaga kreditor sehingga meningkatkan nilai pasar sahamnya. Meskipun tingkat utang yang dimiliki oleh perusahaan tinggi, tetapi terdapat hubungan baik antara perusahaan dan *debtholders* serta mampu

memberikan informasi sosial perusahaan yang baik maka perusahaan tersebut diduga mampu meningkatkan nilai perusahaan (Sembiring, 2005). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

**H4:** *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.



**Gambar 1.** Model Penelitian

**METODE PENELITIAN**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sub sektor *plastic and packaging* yang terdaftar di BEI, mempublikasikan laporan keuangan dan memiliki data yang lengkap pada tahun 2014-2018. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 sampel dari perusahaan *plastic and packaging* selama tahun 2014-2018. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara dokumentasi. Definisi operasional dalam penelitian ini untuk profitabilitas diukur dengan *return on asset*, struktur modal diukur dengan *debt equity ratio*, Nilai perusahaan dengan *price book value* serta CSR menggunakan pengungkapan suatu daftar GRI (*Global Reporting Initiative*).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 1.** Hasil Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Rata-Rata	Deviasi Standar
<i>Price Book Value</i>	40	0,38	10,20	2,8962	2,58085
<i>Return On Assets</i>	40	-3,70	16,69	3,4508	5,66277
<i>Debt Equity Ratio</i>	40	0,16	35,90	3,7543	8,03760
<i>Corporate Social Responsibility</i>	40	0,11	0,33	0,1933	0,07976

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2020)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dideskripsikan dari 40 sampel perusahaan sub sektor *plastic and packaging* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018 memiliki rata-rata PBV sebesar 2,8962. Rata-rata ROA 3,4508 hal tersebut menunjukkan bahwa ROA dikatakan baik, karena menurut (Lestari dan Sugiharto, 2007 dalam Megasari, 2015) suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika rasio ROA lebih dari 2 %. DER memiliki rata-rata sebesar 3,7543 hal tersebut menunjukkan bahwa DER dikatakan baik, karena menurut (Kasmir, 2011: 157) suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika rasio DER kurang dari 35 %. Rata-rata CSR memiliki nilai sebesar 0,1933 yang memiliki arti perusahaan manufaktur sub sektor *plastic and packaging* mengungkapkan 17,5903 indikator dari 91 indikator pengungkapan CSR.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### 2.1 Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	<i>Unstandardized Residual</i>	<i>Alpha</i>
N	40	0,05
<i>Asymp. Sig</i>	0,108	

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2020)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 2 di atas diketahui nilai signifikan (*2-tailed*) adalah 0,108. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai residual lebih dari 0,05, maka data residual dikatakan berdistribusi normal.

### 2.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	VIF	<i>Tolerance</i>	Keterangan
ROA	1,119	0,893	Tidak terdapat multikolinieritas
DER	1,564	0,640	Tidak terdapat multikolinieritas
CSR	1,495	0,669	Tidak terdapat multikolinieritas

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2020)

Berdasarkan Tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF semua variabel independen di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi hubungan *linier* antar variabel independen dalam model regresi tersebut.

### 2.3 Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	F	Alpha	Keterangan
Sig.	0,661	0,05	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2020)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas Tabel 4 nilai signifikansi semua variabel lebih besar dari *alpha* 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.

### 2.4 Autokorelasi

**Tabel 5.** Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson	Du	Dl	Keterangan
I	1,859	1,6000	1,3908	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2020)

Berdasarkan tabel 5, bahwa  $du < d < 4 - du$  yaitu  $1,6000 < 1,859 < 2,4$  oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi.

## 2. Uji Moderating Regression Analysis (MRA)

**Tabel 6.** Hasil Uji Moderating Regression Analysis

	Persamaan	Nilai F (Sig)	R <sup>2</sup>	Hasil	Simpulan
1	$Y = \beta_0 + \beta_1 X1 + e$ $Y = 1,769 + 0,327 X1 + e$ Sig. (0,000) (0,000)	40,157 0,000	0,501	H1	Mendukung
2	$Y = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_3 X3 +$ $Y = 3,270 + 0,318 X1 +$ $(-7,614) X3 + e$ Sig. (0,000) (0,000) (0,036)	24,404 0,000	0,545		
3	$Y = \beta_0 + \beta_1 X1 + \beta_3 X3 + \beta_4$ $X1 * X3 + e$ $Y = 2,450 + 0,580 X1$ $+ (-3,268) X3 + (-1,458)$ $X1 * X3 + e$ Sig. (0,006) (0,000) (0,425) (0,059)	18,778 0,000	0,578	H3	Mendukung

4	$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + e$ $Y = 2,944 + (-0,013) X_2 + e$ Sig. (0,000) (0,808)	0,060 0,808	(-0,025)	H2	Tidak Mendukung
5	$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$ $Y = 5,076 + 0,053 X_2 + (-12,306) X_3 + e$ Sig. (0,000) (0,378) (0,046)	2,157 0,130	0,056		
6	$Y = \beta_0 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_5 X_2^2 X_3 + e$ $Y = 8,490 + (-4,114) X_2 + (-24,297) X_3 + 13,805 X_2^2 X_3 + e$ Sig. (0,000) (0,006) (0,001) (0,005)	4,736 0,007	0,223	H4	Tidak Mendukung

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2020)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan memperhatikan *output* hasil pengolahan data pada tabel 6. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan hasil analisis sebagai berikut:

- a. Persamaan (1) pada Tabel 6 digunakan untuk menguji H<sub>1</sub>. Nilai R<sup>2</sup> dari persamaan tersebut adalah 0,501, sehingga dapat diambil simpulan bahwa variabel nilai perusahaan yang diukur dengan PBV (Y) sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel profitabilitas sebesar 50,1%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Simpulan yang dapat diambil adalah *regressor* dalam persamaan (1) yaitu profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Persamaan (1) menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki nilai koefisien sebesar 0,327 dan t-signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05) sehingga mendukung H<sub>1</sub> yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
- b. Persamaan (2) dan (3) pada tabel 6 digunakan untuk menguji pemoderasian variabel moderasi antara variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan. Syarat utama sebelum melakukan uji moderasi ini adalah diterimanya H<sub>1</sub> yang menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari persamaan (2) pada tabel 4.8 nilai R<sup>2</sup> mengalami peningkatan dari 0,545 (54,5%) menjadi 0,578 (57,8%) pada persamaan (3). Hasil ini berarti menunjukkan bahwa H<sub>3</sub> yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan diterima. Persamaan (2) X<sub>1</sub> memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 dan persamaan (3) X<sub>1</sub>\*X<sub>3</sub> memiliki nilai signifikan sebesar 0,059 yang artinya bahwa persamaan (2) signifikan dan persamaan (3) tidak signifikan. Maka dapat disimpulkan bahwa H<sub>3</sub> termasuk kedalam golongan *Prediktor Moderasi*.

- c. Persamaan (4) pada tabel 6 digunakan untuk menguji  $H_2$ . Nilai  $R^2$  dari persamaan tersebut adalah -0,025, sehingga dapat diambil simpulan bahwa variabel nilai perusahaan sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh variabel struktur modal sebesar -2,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model. Simpulan yang dapat diambil adalah *regressor* dalam persamaan (4) yaitu struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Persamaan (4) menunjukkan bahwa variabel struktur modal memiliki nilai koefisien sebesar -0,013 dan t-signifikan sebesar 0,808 yang lebih besar dari  $\alpha$  (0,05) sehingga tidak mendukung  $H_2$  yang menyatakan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- d. Persamaan (5) dan (6) pada tabel 6 digunakan untuk menguji pemoderasian variabel moderasi antara variabel struktur modal dengan nilai perusahaan. Syarat utama sebelum melakukan uji moderasi ini adalah diterimanya  $H_2$  yang menyatakan bahwa variabel struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari persamaan (5) pada tabel 4.8 nilai  $R^2$  mengalami peningkatan dari 0,056 (5,6%) menjadi 0,223 (22,3%) pada persamaan (6). Hasil ini berarti menunjukkan bahwa  $H_4$  yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan ditolak.

## PEMBAHASAN

### 1. Hipotesis Pertama

Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat mendukung  $H_1$ , menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi investor. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Satrawan, 2016). Hasil pengujian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati dan Rosady (2018); Nurrahman, dkk (2018); Ayu dan Suarjaya (2017); Manoppo dan Arie (2016); Fitrianti (2018); Beureukat (2018); Rizkiastuti (2016); Safitri, dkk (2018); Maula (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### 2. Hipotesis Kedua

Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat menolak  $H_2$ , menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Struktur modal perusahaan merupakan pembiayaan permanen yang terdiri dari hutang jangka panjang, saham *preferen* dan modal pemegang saham sehingga struktur modal suatu perusahaan hanya merupakan sebagian dari struktur keuangannya (Rizkiastuti, 2016), oleh karena itu struktur modal merupakan hal yang

wajar dalam setiap perusahaan baik hutang maupun investasi dan bukan merupakan dasar untuk menilai perusahaan. Hasil pengujian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Fajriana (2016); Rizkiastuti (2016); Maula (2018) yang menyatakan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### 3. Hipotesis Ketiga

Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat mendukung  $H_3$ , menunjukkan bahwa CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Preston (1978) dalam Agustine (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan juga semakin besar. Peningkatan nilai suatu perusahaan tidak selalu berasal dari tingkat profitabilitas yang tinggi melainkan apabila perusahaan tersebut peduli terhadap lingkungan dianggap lebih memperhatikan kinerja perusahaan di masa depan sehingga akan dinilai positif oleh investor. Hasil pengujian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari dan Wiksuana (2017); Beureukat (2018) yang menyatakan bahwa CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

### 4. Hipotesis Keempat

Berdasarkan pengujian *Moderating Regression Analysis* hasil yang didapat menolak  $H_4$ , menunjukkan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Kewajiban perusahaan dalam menjalankan bisnis tanggung jawab sosial dan lingkungan terjadi karena adanya ketentuan yang sesuai dengan UU Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 ayat (1) tentang undang-undang perseroan terbatas. Keuntungan atau kerugian yang didapatkan, perusahaan tetap menjalankan kegiatan CSR sehingga investor tidak memutuskan menanamkan modal berdasarkan CSR yang sudah dilakukan (Ningrum dan Asandimitra, 2017). Hasil pengujian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ningrum dan Asandimitra (2017) yang menyatakan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, csr memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dan csr tidak memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Adanya nilai adjust r square yang kecil dalam penelitian ini, diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian menjadi beberapa perusahaan sub sektor di BEI serta menambahkan variabel ukuran perusahaan agar mendapatkan hasil yang lebih signifikan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, I. (2014). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESIA*. 2(1). 42-47
- Ayem, S & Nugroho, R. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*. 4(1)
- Ayu, D., & Suarjaya, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(2). 1112-1138
- Beureukat. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEL. *Jurnal Ilmu Manajemen*. 14(1). 31-45
- Ernawati, & Widyawati. (2015). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 4(4). ISSN: 2302-8556
- Fajriana, A. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*. 5(2). 16-28
- Fitrianti, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2012-2016. Tesis. Universitas Lampung
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Harjito, A & Martono. (2011). *Manajemen Keuangan*, Edisi 2, Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonisia
- Harjito, A & Martono. (2014). *Manajemen Keuangan* (Edisi 2). Yogyakarta: Ekonisia
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/16971/Industri-Kemasan-Plastik-Jadi-Rantai-Pasok-Penting-Sektor-Lain>. (diakses pada 28 November 2019)
- Husnan, S. (2000). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan* (Keputusan Jangka Panjang). Yogyakarta: BPFE
- Indriantoro, N & Supomo, B. (1999). *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Kasmir. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kusumawati, R., & Rosady I. (2018). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 9(2), 147-160.
- Lako, A. (2011). *Dekontruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga

- Manoppo, H & Arie F. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. 4(2). ISSN:485-497
- Maula, I. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
- Megasari, R. (2015). Analisis Rasio Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang *Go Public* di BEI. *Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Ningrum, U & Asandimitra, N. (2017). Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG dan CSR Sebagai Variabel *Moderating* pada Perusahaan Peringkat Pertama ARA, ISRA dan Peringkat Emas Proper yang *Listing* di BEI Periode 2011-2015. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(3). 1-14
- Nurrahman, T., Sofianty, D., & Sukarmanto, E. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 4(2). 882-886.
- Nursolehudin, Salgangga, S., Rahmalika, I., Herlina, N., & Rustandi, A. (2019). Pengaruh Rasio Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 1(1). 140-153.
- Pramana, N., & Mustanda, K. (2016). Pengaruh Profitabilitas, *Size* Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1). 561-594
- Rizkiastuti, A. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Struktur Biaya dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Naskah Publikasi*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Safitri, Y., Abrar, & Santoso, E. (2018). Peranan *Corporate Social Responsibility* dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting*. 4(4). 1-18
- Sastrawan, I. (2016). Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung *Good Corporate Governance* Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. 14(11). 1-32
- Sembiring, E. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta). *Sinopsium Nasional Akuntansi XI*. 6(1)
- Wulandari, & Wiksuana. (2017). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3). 127-131
- Wulandari, N & Wiksuana, I. (2017). Peranan *Corporate Social Responsibility* dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 6(3). 1278-1311