

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pengaruh leverage dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Studi empiris pada perusahaan konstruksi yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama periode 2015-2018, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *Leverage* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena dalam penggunaan hutang mampu untuk menghasilkan laba sehingga perusahaan mampu untuk melunasi hutang-hutang jangka panjangnya sehingga kinerja perusahaan semakin baik dengan hal tersebut maka mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan.
2. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena kebanyakan perusahaan lebih berfokus pada keuangannya saja dari pada program CSR yang dilakukan oleh perusahaan sehingga tinggi rendahnya pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap naik turunnya nilai perusahaan.
3. Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan, hal ini dikarenakan dengan penggunaan hutang mampu untuk menghasilkan laba melalui kegiatan operasional perusahaan, dengan laba yang meningkat mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas yang meningkat mampu untuk memperkuat hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan

4. Profitabilitas sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat hubungan CSR terhadap nilai perusahaan hal ini dikarenakan dengan adanya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan mampu untuk meningkatkan image perusahaan. Meningkatnya image perusahaan mampu untuk meningkatkan laba perusahaan. Dengan meningkatnya laba mampu untuk menarik para investor dengan hal tersebut mampu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan profitabilitas yang meningkat mampu untuk memperkuat hubungan CSR terhadap nilai perusahaan.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan sehubungan dengan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti yang selanjutnya diharapkan mampu memperluas cakupan sampel yang digunakan dalam penelitian dengan menambah periode penelitian atau dengan memperbarui variabel agar penelitian lebih akurat.
2. Bagi manajemen perusahaan yang terdaftar di BEI disarankan agar memperhatikan Leverage karena terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menunjukkan tingkat kesehatan keuangan perusahaan yang baik dimasa yang akan datang akan membuat nilai perusahaan akan meningkat dan akan diminati oleh investor
3. Bagi perusahaan yang terdaftar di BEI disarankan agar lebih memperhatikan CSR karena terbukti CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, agar perusahaan tetap konsisten

melaksanakan CSR. karena perusahaan tetap harus bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitar perusahaan untuk mengelola dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu pengukuran CSR hanya terbatas pada satu sumber saja yaitu hanya laporan tahunan dan penelitian ini hanya berfokus pada sektor konstruksi, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasi pada sektor lain.

Daftar Pustaka

- Fajrina Ardianti. (2016). Pengaruh corporate social responsibility, keputusan investasi, dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Universitas Negeri Yogyakarta*. Volume 5 No:2 hal: 17-28.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/11721>
- Gantino, Rilla . 2016 . Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*. Volume 3 No:2 hal:19-32.
<https://scholar.google.co.id/citations?user=N4pvKUcAAAAJ&hl=id&oi=sra>
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, nindri (2016). Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility) terhadap nilai perusahaan. skripsi Vakultas ekonomi universitas negeri Yogyakarta. Hal :1-100.
<http://journal.student.uny.ac.id/ojs/ojs/index.php/profita/article/view/5985>
- Juniarti dan Evelyn Stacia. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan jurnal Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra. Volume 3 No:2 hal: 81-90.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/akuntansi-bisnis/article/view/6660>
- Kusumadilaga Rimba (2010). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang. Hal :1-105.
<http://eprints.undip.ac.id/22572>
- Lestari Putu Vivi dan Putu Mikhy Novari. (2016). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate. *Jurnal Universitas Udayana (Unud)*, Bali, Volume 5 No:9 hal:5671-5694.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/22690>
- Lim Melliana dan Loh Wenny Setiawati. (2016). Analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage, dan pengungkapan sosial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2011—2015. *Jurnal akuntansi, Universitas Katolik Indonesia*. Volume 12 No:1 hal:29-57.
<http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/JRAK/article/view/1005>

- Merianti Marisa dan Dwi Kartikasari. 2016. The Effect of Leverage and Firm Size to Profitability of Public Manufacturing Companies in Indonesia. International Journal of Economics and Financial Issues. Volume 6 No:2 hal 409-413.
<https://dergipark.org.tr/ijefi/issue/31978/352454>
- Mustanda I Ketut dan I Nyoman Agus Suwardika, (2017). Pengaruh Leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan property. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana Bali. Volume 6 No:3. Hal:1248-1277.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/27276>
- Prasetyo, Adi dan Muh Hosen Bawafi. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. Universitas Muhammadiyah Malang. Jurnal hal:1-10
<http://ejournal.umm.ac.id/index.php/jrak/article/view/4993>
- Puspitasari, Yulia Hanum (2018). Pengaruh *corporate social responsibility (csr)* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi ekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Volume 7 No:8 hal:1-17.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/27276>
- Ramona, Suci Ramona. 2017. Pengaruh *pengungkapan corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Universitas pasir pengaraian rokan hulu. Artikel hal:1-14.
<http://e-journal.upp.ac.id/index.php/akfekon/article/download/1246/990>
- Rahayuningsih Yuni. 2018. Pengaruh *pengungkapan corporate social responsibility (csr)* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Skripsi universitas lampung bandar lampung.
<http://eprints.upnyk.ac.id/15762/>
- Sudiarta. Gede merta dan I Gusti Ngurah Gede. 2016. Pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan . Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.7.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/21920>
- Undang-Undang nomor 40 tahun 2007. Tentang perseroan terbatas
Undang-Undang nomor 23 tahun 1997. Tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup

Widiyanti, 2016. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap kinerja perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang bergerak dalam bidang *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi Universitas Islam Majapahit

Wiksuana I Gusti Bagus dan Ni Made Intan Wulandari. (2017). Peranan *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. E-jurnal Universitas Udayana (Unud) Bali. Volume 6 No:3 hal:1278-1311.

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17498>

Wirakusuma, Made Gede, Agusta Amanda Wulandari dan I Wayan Ramantha. 2016. Dampak moderasi profitabilitas terhadap pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan manufaktur. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Volume 5 No:7 hal:1889-1918.

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/article/view/18260>

Wiksuana ,I Gusti Bagus dan I Gusti Bagus Angga Pratama dan. 2016. Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel medorasi. Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 2.

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/17498>