BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah untuk memperoleh laba saat ini secara maksimal, sedangkan tujuan jangka panjangnya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Peningkatan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan cerminan dari baik buruknya kinerja perusahaan yang tentu saja akan mempengaruhi pandangan investor pada perusahaan (**Atika Puranamasari, 2022**).

Nilai perusahaan meningkat apabila perusahaan mampu memaksimalkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham. Oleh karena itu, dalam melakukan peningkatan justru membutuhkan informasi tambahan yang dapat mengunggah dan menarik minat stakeholder serta dapat memberikan kesan positif bagi pihak ekternal perusahaan terutama masyarakat salah satunya terkait dengan informasi Corporate Social Responsibility (CSR). Pemilik perusahaan akan sangat berusaha lebih optimal dengan menggunakan berbagai cara agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan, salah satunya dengan cara mendorong

manajer untuk mengambil sebuah tindakan agar tercapainya nilai perusahaan yang maksimal.

Menurut Elkington (1997) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) adalah cara bagi perusahaan untuk melakukan kewajibannya untuk memperhatikan faktor- faktor selain mencari keuntungan yaitu kepentingan konsumen, karyawan shareholders, masyarakat, dan ekologis yang berhubungan dengan aktivitas operasional perusahaan. Kewajiban yang dimaksud tidak hanya sebatas mematuhi peraturan perundang-undangan yang ada, melainkan kewajiban bahwa perusahaan sudah seharusnya melaksanakan aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) (Wahyudi dan Azheri, 2008).*(Rahman 2021, n.d.)*

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berupa informasi oleh perusahaan di dalam annual report merupakan cara yang dilakukan perusahaan untuk menyampaikan aktivitas dan operasional perusahaan kepada masyarakat dan pihak lain yang berkepentingan. Adanya pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan diharapkan sejalan dengan nilai-nilai masyarakat dan mampu memenuhi kebutuhan informasi bagi stakeholders dan pihak lain yang membutuhkan, sehingga perusahaan akan mendapatkan dukungan dalam usaha mencapai tujuan.

Pergerakan nilai perusahaan timbul karena kenaikan nilai saham. Hal ini disebabkan karena pergerakan permintaan dan penawaran produksi perusahaan karena factor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam perusahaan seperti kinerja keuangan sementara faktor eksternal adalah faktor yang timbul dari luar perusahaan yang akan berdampak terhadap nilai perusahaan seperti tren industri.

Corporate Social Responsibility adalah suatu konsep pertanggungjawaban perusahaan berkomitmen untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi berkelanjutan melihat pada keseimbangan terhadap aspek sosial, ekonomis dan lingkungan . Corporate Social Responsibility merupakan hal yang wajib dilaksanakan sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007.

Growth opportunity adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai,2006). Perusahaan-perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang rendah akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang. *Growth opportunity* bagi setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan. Perusahaan dengan *growth opportunity* tinggi cenderung membelanjai pengeluaran investasi dengan modal sendiri untuk menghindari masalah *underinvestment* yaitu tidak

dilaksanakannya semua proyek investasi yang bernilai positif oleh pihak manajer perusahaan (Chen, 2004). Selain itu, kebijakan hutang dan struktur kepemilikan modal juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan adanya pajak, biaya keagenan, dan biaya kesulitan keuangan sebagai imbalan dari manfaat penggunaan hutang. Menurut *trade-off* model, struktur modal yang optimal merupakan keseimbangan antara penghematan pajak atas penggunaan hutang dengan biaya kesulitan akibat penggunaan hutang, sebab biaya dan manfaat akan saling meniadakan satu sama lain. Tingkat hutang optimal tercapai ketika pengaruh *interest tax-shield* mencapai jumlah yang maksimal terhadap ekspektasi *cost of financial distress*. Pada tingkat hutang yang optimal diharapkan nilai perusahaan akan mencapai nilai optimal, dan sebaliknya apabila terjadi tingkat perubahan hutang sampai melewati tingkat optimal atau biaya kebangkrutan dan biaya kesulitan keuangan *financial distress cost* lebih besar dari pada efek *interest tax-shield*, hutang akan mempunyai efek negative terhadap nilai perusahaan. (Hermuningsih, 2019).

Perusahaan yang memperkirakan pertumbuhan kuat di masa depan cenderung lebih memilih menggunakan saham untuk membiayai perusahaannya. Di sisi lain, jika perusahaan mengharapkan pertumbuhan yang rendah, mereka akan berusaha berbagi risiko dari pertumbuhan yang rendah dengan kreditornya dengan menerbitkan utang, biasanya dalam bentuk utang jangka panjang. Salah satu alasan mendasar untuk tren ini

adalah bahwa biaya mengambang penerbitan saham biasa lebih tinggi dibandingkan dengan sekuritas obligasi. Dengan demikian, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi cenderung lebih banyak menggunakan hutang dibanding dengan perusahaan dengan pertumbuhan lebih lambat.

Nopita, (2023) menyatakan bahwa Peningkatan nilai perusahaan searah dengan peningkatan harga saham. Pertumbuhan aset (*Growth Opportunity*) memberikan aspek kepercayaan positif kepada para investor dalam menempatkan dananya kepada perusahaan yang diharapkan perusahaan akan mendapat return yang tinggi dimasa yang akan datang yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. *Growth Opportunity* memberikan aspek kepercayaan positif kepada para investor dalam mempatkan dananya kepada perusahaan yang diharapkan perusahaan akan mendapat return yang tinggi dimasa yang akan datang yang akan mempengaruhi nilai perusahaan. (Rahman 2021, n.d.).

Oleh karena itu Growth opportunity sebagai bagian proses pertumbuhan perusahaan juga memiliki faktor penting terhadap nilai perusahaan melalui kinerja perusahaan. Bagi perusahaan growth opportunity merupakan faktor yang penting dalam penentuan prospek perusahaan kedepannya. Para investor akan menganalisis perusahaan melalui sinyal/informasi yang dikeluarkan perusahaan salah satunya berupa growth opportunity. Analisis ini dilakukan para investor untuk memastikan sejauh mana investasi yang dilakukan mampu memberi return sesuai yang

diharapkan. Perusahaan dengan tingkat growth opportunity yang tinggi juga membutuhkan perhatian lebih dalam pengelolaannya, maka dari itu kinerja perusahaan yang baik akan tercapai.

Faktor penting selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah keputusan investasi. Dengan keputusan investasi yang tepat dan tingkat investasi melalui pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, kemungkinan memperoleh hasil atau tingkat pengembalian yang lebih tinggi yang signifikan. Perusahaan yang cenderung fleksibel akan mempunyai kemampuan menangkap peluang investasi dan berkinerja baik dibandingkan dengan perusahaan yang berada dalam situasi kaku, sehingga nilai usahanya bisa menurun karena terhadap munculnya ketidakpastian. Ketidakpastian yang tinggi selanjutnya akan mempengaruhi penurunan keputusan.

Tujuan dilakukannya keputusan investasi adalah mendapat laba yang besar dengan risiko yang dapat dikelola dengan harapan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. Keputusan investasi berpengaruh terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa adanya sejumlah investasi yang akan mendapat surplus jika perusahaan mampu membuat keputusan investasi yang tepat. Surplus yang diperoleh akan memberikan kontribusi terhadap cash inflow, kemudian diakumulasikan pada peningkatan profit perusahaan. Sebaliknya jika keputusan investasi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan diartikan bahwa perusahaan

memiliki defisit atas sejumlah investasi yang dilakukan sehingga akan mengurangi ekuitas dan pada akhirnya akan menurunkan nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan kemampuan dari manajemen perusahaan dalam mendapatkan laba. Dalam Signaling Theory yang dinyatakan oleh Battacharya (1979) (dalam Sofia dan Akhmadi, 2018) bahwa profitabilitas yang tinggi akan memberikan respon baik dari investor karena dapat meningkatkan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Karena sebagian dari keuntungan perusahaan terserap untuk kepentingan program berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan. Terserapnya keuntungan yang diperoleh perusahaan ini dapat menjaga kelangsung hidup perusahaan berdasarkan operasionalnya. (**Rahmantari, 2021**)

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas perusahaan merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin (**Dr.Vladimir,2021**).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Corporate Social Responsibility, Growth Opportunity, Keputusan Investasi terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variable moderasi studi empirisi pada perusahaan Jakarta Islamic Index (JII) tahun 2019-2023. Perusahaan ini dipilih karena memiliki peran penting dalam pergerakan nilai saham yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan (Santi Marina, Sulistyandri, Wan Laura Hardilawati, 2023) tentang analisis pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar pada Jakarta Islamic Index tahun 2017-2021 menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada Jakarta Islamic Index (JII) dan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh (Avril Nazli, Rita Negsih, Rahmi, 2023) tentang pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage dan Asset Growth terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia membuktikan bahwa *Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Asset Growth* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan *Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, dan Asset Growth* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan penelitian terdahulu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah pertumbuhan perusahaan dan profitabilitas. Pertumbuhan perusahaan adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Aset suatu perusahaan merupakan aktiva yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan dengan adanya hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan hasil operasional perusahaan sehingga menambah kepercayaan serta dapat memberikan sinyal positif bagi pihak luar maupun pihak dalam perusahaan. Kaitan antara pertumbuhan perusahaan dengan nilai perusahaan yaitu bahwa Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung akan diminati sahamnya oleh para investor. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya (Adfentari, 2020).

Jakarta Islamic Index (JII) merupakan salah satu indeks saham di Indonesia yang menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis saham yang memenuhi kriteria syariah. Tepatnya, Jakarta Islamic Index (JII) adalah kumpulan indeks saham sejumlah perusahaan yang kegiatan operasional usahanya tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Indeks yang diluncurkan pada 3 Juli 2000 ditujukan untuk mengakomodasi para investor yang ingin berinvestasi di pasar modal pada saham yang sesuai dengan syariah.

Di Indonesia, perkembangan pasar modal syariah berawal dari dibentuknya Jakarta Islamic Index (JII) yang terdiri dari 30 perusahaan syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). pasar modal syariah

yang berkembang begitu cepat membuat perusahaan-perusahaan yang masuk ke dalam Jakarta Islamic Index (JII) diekspektasikan untuk menyajikan suatu dimensi yang religi dalam pengungkapan laporan tahunan yang bertujuan memberi manfaat bagi pemangku kepentingan muslim. Oleh karena itu, dibutuhkan standar sejauh mana perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) membuat laporan CSR (Corporate Social Responsibility) yang menyajikan aspek-aspek religi dalam laporan tahunan. JII (Jakarta Islamic Index) terdiri atas jenis saham yang dipilih dari saham-saham yang sesuai dengan syariah Islam. JII (Jakarta Islamic Index) dimaksudkan untuk digunakan sebagai tolak ukur dalam mengukur kinerja suatu investasi pada saham dengan basis syariah.

Adapun fenomena dari penelitian ini adalah dapat dilihat dari sampel perkembangan nilai perusahaan JII (Jakarta Islamic Index) pada beberapa tahun terakhir sebagai berikut :

Tabel 1. 1

**Nilai Perusahaan JII Priode 2019-2023
Yang Terdaftar Di BEI**

<i>NO</i>	<i>KODE PERUSAHAAN</i>	<i>NILAI PERUSAHAAN (PBV)</i>				
		<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>	<i>2022</i>	<i>2023</i>
<i>1</i>	<i>ACES</i>	<i>5,703</i>	<i>5,803</i>	<i>4,032</i>	<i>1,467</i>	<i>3,015</i>
<i>2</i>	<i>AKRA</i>	<i>0,291</i>	<i>0,243</i>	<i>1,538</i>	<i>2,236</i>	<i>2,205</i>
<i>3</i>	<i>ANTM</i>	<i>0,67</i>	<i>1,469</i>	<i>1,647</i>	<i>1,425</i>	<i>1,811</i>
<i>4</i>	<i>ASII</i>	<i>1,513</i>	<i>1,259</i>	<i>1,094</i>	<i>0,967</i>	<i>0,933</i>
<i>5</i>	<i>CPIN</i>	<i>4,204</i>	<i>4,586</i>	<i>3,881</i>	<i>3,57</i>	<i>3,05</i>
<i>6</i>	<i>EMTK</i>	<i>5,703</i>	<i>5,803</i>	<i>4,032</i>	<i>1,467</i>	<i>3,015</i>

7	<i>EXCL</i>	2,519	2,178	1,692	1,158	1,068
8	<i>ICBP</i>	5,273	2,304	1,907	2,087	2,033
9	<i>INDF</i>	1,333	0,778	0,651	0,642	0,572
10	<i>INTP</i>	5,703	5,803	4,032	1,467	3,015
11	<i>KLBF</i>	0,291	0,243	1,538	2,236	2,205
12	<i>MAPI</i>	0,67	1,469	1,647	1,425	1,752
13	<i>MIKA</i>	5,703	5,803	4,032	1,467	3,015
14	<i>PTBA</i>	0,67	1,469	1,647	1,425	1,752
15	<i>SMGR</i>	1,513	1,259	1,094	0,967	0,933
16	<i>TLKM</i>	5,273	2,304	1,907	2,087	2,033
17	<i>UNTR</i>	4,204	4,586	3,881	3,57	3,05
18	<i>UNVR</i>	5,703	5,803	4,032	1,467	3,015
19	<i>WIFI</i>	2,519	2,178	1,692	1,158	1,068

Sumber : data yang diolah

Dari tabel 1.1 nilai perusahaan (PBV) pada beberapa perusahaan konsi JII yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023, dimana dapat dilihat pada PT Asprasi hidup indonesia tbk , PT AKR Corporindo tbk, PT aneka tambang tbk, PT Astra internasional tbk, PT Charoen Pokphand indonesia tbk, PT Elang mahkota teknologi tbk, PT XL Axiata tbk, PT indofood CBP sukses makmur tbk, PT indfood sukses makmur tbk, PT indocement tunggal perkasa tbk, PT Kalbe Farma tbk, PT Mitra Adi perkasa tbk, PT mitra keluarga karya sehat tbk, PT bukit asam tbk, PT sement indonesia (persero) tbk, PT telkom indonesia tbk, PT united tracktor tbk, PT uniever indonesia tbk, PT solusi sinergi tbk,, mengalami fruktiasi PBV nya pada tahun 2019 ke tahun 2023.

Hal ini disebabkan karena pergerakan permintaan dan penawaran produksi perusahaan serta juga disebabkan karena factor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal adalah faktor yang timbul dari dalam perusahaan sementara faktor eksternal adalah faktor yang timbul dari luar perusahaan yang akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka nilai perusahaan juga rendah atau kinerja perusahaan kurang baik. Nilai perusahaan diukur dengan price book value (PBV) yaitu rasio yang mengukur nilai perusahaan dengan membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Semakin besar rasio PBV suatu perusahaan, maka para investor semakin tinggi menilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang mampu menjalankan usahanya dengan baik, pada umumnya memiliki rasio PBV mencapai di atas satu yang menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari pada nilai bukunya. Oleh karna itu, dalam melakukan peningkatan justru membutuhkan informasi tambahan yang dapat menggugah dan menarik minat stakeholders serta dapat memeberikan kesan positif bagi pihak eksternal perusahaan terutama masyarakat salah satunya terkait dengan informasi tangguang jawab

sosial dan lingkungan atau disebut dengan *Corporate social responsibility* (CSR).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas penulis mengangkat judul :
“*Pengaruh Corporate Social Responsibility, Growth Opportunity, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variable Moderasi Studi Empiris Perusahaan JII Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023*”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka mengidentifikasi masalah-masalah yang menjadi pokok pembahasan sebagai berikut :

1. Perusahaan dituntut untuk selalu meningkatkan nilai perusahaan supaya menarik lebih banyak investor.
2. Tidak semua perusahaan mampu mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaannya.
3. Banyak perusahaan yang kurang menyadari betapa pentingnya tanggung jawab sosial (CSR) yang harus dilakukan oleh perusahaan.
4. Kurangnya tingkat konsistensi perusahaan dalam pengungkapan tanggungjawab sosial dan lingkungan (CSR).
5. Kondisi perekonomian Indonesia yang masih belum stabil mempengaruhi kondisi perusahaan-perusahaan yang berada di Indonesia, termasuk Perusahaan JII yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

6. Kesalahan dalam berinvestasi akan mengakibatkan kerugian atau investor tidak mendapatkan keuntungan (Return) sesuai dengan yang diharapkan.
7. Kecendrungan terjadinya fluktuasi pada nilai perusahaan JII.
8. Tinggi rendahnya harga saham akan mempengaruhi keberlangsungan perusahaan dimasa yang akan datang.
9. Perusahaan yang tidak menerapkan prinsip CSR dengan optimal akan mendorong penurunan pada kinerja keuangan dalam jangka waktu tertentu.
10. Belum semua perusahaan memperhatikan nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, dimensi sosial, dan dimensi lingkungan hidup.
11. Belum semua perusahaan menerapkan program tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility)

1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas dalam penelitian ini dan agar penelitian ini lebih focus dan tidak menyampingkan dari apa yang diharapkan maka penulis membatasi permasalahan yang ada yaitu membahas mengenai “*Pengaruh Corporate Social Responsibility, Growth Opportunity, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variable Moderasi Studi Empiris Perusahaan JII Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023*”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang sebelumnya, maka yang menjadi perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut

1. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan JII Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023?
2. Bagaimana pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan JII Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan JII Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023?
4. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI Periode 2019-2023?
5. Bagaimana pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI Periode 2019-2023?
6. Bagaimana pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada JII yang terdaftar di BEI Periode 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Membuktikan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
2. Membuktikan *Growth Opportunity* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
3. Membuktikan Keputusan Investasi berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan JII yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
4. Membuktikan secara empiris bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
5. Membuktikan secara empiris bagaimana pengaruh *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI periode 2019-2023
6. Membuktikan secara empiris bagaimana pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi pada Perusahaan JII yang terdaftar di BEI periode 2019-2023

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang terdapat pada penelitian ini antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pihak manajer perusahaan sebagai acuan dalam meningkatkan nilai perusahaan dan sebagai dasar dalam menyusun strategi kedepannya untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam menambah wawasan dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak akademis. Serta hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan Universitas Putera Indonesia “YPTK” serta dapat menambah pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa Akuntansi yang meneliti masalah yang sama.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya serta sarana dalam mengembangkan wawasan bagi penulis yang akan melakukan penelitian.