

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman pada saat ini, semakin berkembang pula teknologi canggih, dan semakin ketat persaingan di pasar global, menuntut semua perusahaan membuat inovasi-inovasi baru dalam produk dan strategi bisnis agar tercapai tujuan perusahaan yang telah dibentuk salah satu tujuannya adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dengan perkembangannya situasi perekonomian pada masa sekarang ini menjadikan perusahaan melakukan berbagai strategi demi menciptakan nilai perusahaan yang baik sebagai cerminan dari kondisi perusahaan.

Pada umumnya, alasan utama dari dibentuknya atau didirikannya sebuah perusahaan untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menyusun perencanaan mengenai bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham. Salah satu cara untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah melalui profitabilitas perusahaan. Semakin bagus angka yang tercantum pada laporan laba/rugi perusahaan maka semakin bagus pula nilai perusahaan tersebut karena kemakmuran pemegang saham saham terletak pada harga saham perusahaan. Selain itu Manajemen perusahaan juga memiliki tujuan memaksimalkan nilai perusahaan, mencapai

keuntungan perusahaan yang maksimal serta memakmurkan pemilik dan pemegang saham.

Nilai perusahaan menggambarkan pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan dari suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham. Optimalisasi nilai perusahaan yang merupakan tujuan perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan fungsi manajemen keuangan, dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan memengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak pada nilai perusahaan.

Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wulandari & Wiksuana, 2017). Nilai perusahaan adalah nilai atau jumlah uang yang akan diterima jika perusahaan tersebut dijual (Pasaribu Juliani Veronika, 2020). Teori pendekatan Modigliani dan Miller (MM) menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak mempengaruhi struktur modal, dengan tidak adanya pajak dan faktor ketidaksempurnaan pasar lainnya (Pasaribu Juliani Veronika, 2020). MM berpendapat bahwa total risiko untuk semua pemegang sekuritas perusahaan tidak berubah seiring dengan perubahan struktur permodalan. Pendapat MM didasarkan pada gagasan bahwa bagaimanapun Anda membagi struktur modal perusahaan antara hutang dan ekuitas, selalu ada konservasi nilai investasi.

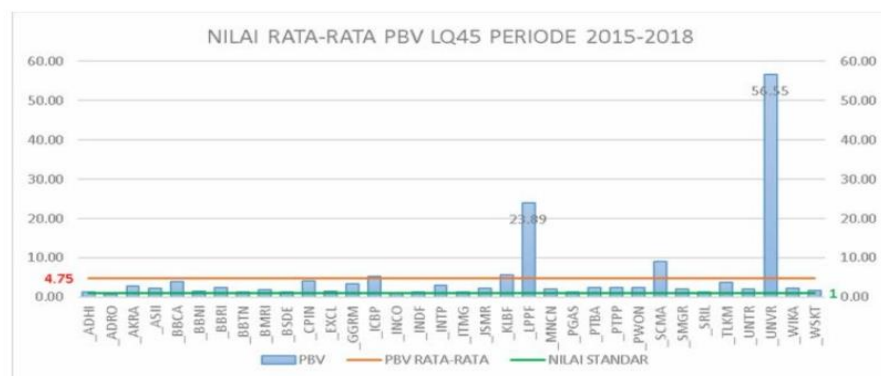
Semakin besar nilai perusahaan maka semakin besar pula kekayaan yang didapatkan pemegang saham. Nilai perusahaan tergambar dari harga saham yang stabil, yang mengalami kenaikan dalam jangka panjang, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Selanjutnya, nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Selain harga saham, nilai perusahaan juga tercermin dari besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Oleh karena itu, memaksimalkan nilai perusahaan memiliki arti yang lebih luas dari sekedar memaksimalkan laba perusahaan.

Setidaknya ada tiga cara yang dapat dilakukan dalam memproksi nilai perusahaan yaitu melalui nilai buku, nilai likuidasi, ataupun nilai pasar (saham). Dalam hal ini, nilai perusahaan sebagai variable dependen diukur dengan menggunakan *price to book value* (PBV). Untung dan Sugiono, menyatakan bahwa *price to book value* adalah rasio yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Makin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Sejalan dengan ini, Sukamulja menyatakan bahwa *price to book value* (PBV) merupakan rasio yang menjelaskan valuasi harga per lembar saham dibandingkan dengan nilai buku per saham, semakin tinggi nilai PBV, maka semakin mahal harga per lembar saham, begitu pula sebaliknya. Sebagai otoritas pasar modal, Bursa Efek Indonesia (BEI) merilis beberapa indeks daftar saham sesuai karakteristiknya.

Tujuannya agar investor lebih mudah memilih saham. Salah satu indeks saham tersebut adalah Indeks LQ45. Berisi daftar 45 saham pilihan. Dipilih setiap 6 bulan, saham-saham yang menghuni indeks LQ45 adalah saham yang mempunyai likuiditas tinggi dan kapitalisasi pasar besar dari jumlah keseluruhan saham yang ada di BEI, serta didukung oleh fundamental perusahaan yang baik. Berdasarkan Grafik 1.1 terlihat bahwa nilai PBV sebagai proksi dari nilai perusahaan sangat bervariasi antar perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pasar dalam menghargai nilai buku suatu perusahaan.

Grafik gambar 1.1

Grafik
Nilai Rata-Rata *Price to Book Value* (PBV) Per Perusahaan LQ45
Periode 2015-2018



Dari Grafik di atas, terlihat pula bahwa nilai PBV rata-rata per perusahaan selama periode penelitian berada di atas satu, kecuali perusahaan ADRO yaitu hanya sebesar 0.80. Artinya secara umum kinerja manajemen terhadap peningkatan nilai perusahaan adalah baik. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiono dan Untung yang menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki

manajemen baik maka diharapkan nilai PBV dari perusahaan tersebut setidaknya adalah satu atau dengan kata lain diatas dari nilai bukunya.

Jika PBV perusahaan dibawah satu, maka kita dapat menilai bahwa harga saham tersebut adalah dibawah nilai buku (*under value*).Selanjutnya, dari grafik tersebut juga terlihat bahwa nilai PBV rata-rata industry adalah sebesar 4.75, berdasarkan nilai rata-rata tersebut setidaknya ada 5 dari 34 perusahaan yang memiliki nilai PBV di atas rata-rata perusahaan, yaitu ICBP sebesar 5.27, KLBF sebesar 5.63, LPPF sebesar 23.89, SCMA sebesar 9.06, dan UNVR dengan nilai PBV tertinggi yaitu 56.55. Artinya, meskipun indeks LQ45 merupakan saham yang mempunyai likuiditas tinggi dan kapitalisasi pasar besar namun jika dilihat dari PBV rata-rata industry hanya sebagian kecil perusahaan yg memiliki nilai perusahaan di atas rata-rata.

Nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Kasus lumpur lapindo di Porong Sidoarjo tahun 2005 sampai sekarang masih menyisakan permasalahan sosial. Masih banyak ganti rugi atas kerusakan yang ditimbul kan PT. Lapindo Brantas yang belum diselesai kan (N. A. Utomo, 2016). Adanya demonstrasi buruh perusahaan yang menuntut upah yang layak masih terjadi berbagai daerah. Hal ini menjadi perhatian semua pihak termasuk pemerintah. Fonemena semacam ini akan mem pengaruhi kinerja perusahaan di masa men datang, apalagi saat ini kondisi keuangan saja

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah tingkat profitabilitas. profitabilitas Profitabilitas mengukur

kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi pula, dan sebaliknya. Salah satu pengukuran profitabilitas adalah *return on equity*. *Return on equity* menunjukkan perbandingan laba bersih terhadap modal sendiri atau ekuitas saham biasa pada suatu periode. *Return on equity* menjadi salah satu indikator penting bagi investor dan calon investor dalam pertimbangan keputusan investasi. Profitabilitas yaitu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba/profit dari kegiatan operasi perusahaan.

Menurut **(Susanti, 2012)** menyatakan bahwa profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. 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. Perusahaan-perusahaan dengan profit yang tinggi cenderung menggunakan lebih banyak pinjaman untuk memperoleh manfaat pajak. Profitabilitas adalah rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi.

Rasio profitabilitas terdiri atas profit margin, basic mempunyai informasi yang penting bagi pihak eksternal karena apabila profitabilitas tinggi maka kinerja perusahaan dapat dikatakan baik dan apabila profitabilitas rendah maka kinerja perusahaan dapat dikatakan buruk profitabilitas dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Selain itu, terdapat hubungan antara

profitabilitas dengan motivasi metode *bonus plan hypothesis* yang merupakan salah satu faktor dari manajemen laba. Komponen lain yang dapat dijadikan penilaian kinerja perusahaan oleh pihak eksternal adalah *leverage*.

Rasio leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh kewajiban atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh ekuitas (**Purnama, 2017**).

Leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Hal ini berarti leverage yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Leverage perlu dikelola karena penggunaan hutang yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. *Leverage* dapat diukur dengan Debt to Equity Ratio (DER) karena rasio ini mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan (**Aprilia Wulandari, 2019**). *Leverage* adalah rasio total hutang terhadap ekuitas. *Leverage* yang tinggi dapat membawa risiko bagi perusahaan. Situasi ini menuntut perusahaan untuk lebih cermat dalam menyajikan laporan keuangan. Selain itu, perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi akan mendapat tekanan kuat dari debitor karena ingin laporan keuangan yang telah diaudit lebih banyak disajikan. *Leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana (*sources of funds*) oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham (**Putra & Badjra, 2015**).

Terdapat banyak faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana

dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. 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 (Nina Sabrina, 2018) menyatakan ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung akan lebih kritis mendapatkan perhatian baik para analis, investor maupun pemerintah.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah gagasan yang menitikberatkan tanggung jawab perusahaan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan atau *triple bottom lines* (Raningsih & Artini, 2018). CSR dimaksudkan agar dunia usaha meminimalisir dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungan yang ditimbulkan selama menjalankan seluruh aktivitasnya. Penerapan CSR dapat meminimalisir kemungkinan perusahaan tidak diterima oleh lingkungannya sehingga akan berdampak pada kegiatan operasional perusahaan. Di Indonesia sendiri CSR mulai berkembang sejak tahun 1980-an. CSR merupakan program sosial perusahaan untuk memberikan bantuan dan memberdayakan masyarakat di sekitar perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial atau kompensasi atas berbagai hal yang hilang dari masyarakat karena beroperasinya perusahaan. Di Indonesia, CSR telah menjadi kewajiban bagi setiap perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan menggunakan sumber daya alam dalam operasinya.

Hal ini diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pasal 15 bagian b, Pasal 17, dan Pasal 34 UU No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang di dalamnya mengatur kewajiban bagi perusahaan untuk menyelenggarakan program CSR (UU PT. 2007). Jangkauan program CSR di Indonesia belum merata, belum dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. CSR dilakukan hanya untuk tujuan pihak-pihak tertentu saja dan tidak bersifat berkelanjutan.

Ada beberapa hal yang menjadi alasan mengapa pengungkapan CSR di laporan keuangan menjadi isu penting pada beberapa tahun terakhir ini. Berikut ini beberapa hal yang menjadi alasan perusahaan-perusahaan di suatu negara melakukan pengungkapan CSR seperti yang dipaparkan oleh (**Ramadhani, 2014**) adalah isu tentang hak asasi manusia dan globalisasi merupakan dua alasan mengapa perusahaan-perusahaan di Australia melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan negaranegara Uni Eropa menjadikan pengungkapan CSR sebagai laporan yang diprioritaskan demi mencapai salah satu tujuan strategisnya.

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka akan memungkinkan kan timbulnya kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Respon sibility (CSR)*. Penerapan *CSR* tidak lagi di anggap sebagai biaya, melainkan investasi per usahaan. Perusahaan yang menerapkan *CSR* memberikan manfaat bagi semua pihak.

CSR merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan karena desakan lingkungan perusahaan menuntut perusahaan agar menerapkan strategi untuk memaksimalkan nilai perusahaan Penelitian ini difokuskan pada perusahaan lq45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2015-2019

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini yang membedakan peneliti ini dengan peneliti sebelumnya yaitu menggunakan variabel profitabilitas, leverage, size, nilai perusahaan dan crs serta menggunakan sampel dan waktu penelitian yang berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh (**Aprilia Wulandari, 2019**) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas dan Leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, CSR terbukti mampu memperkuat hubungan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan dan tidak mampu memperkuat hubungan Leverage terhadap Nilai Perusahaan, serta Kebijakan Dividen tidak mampu memperkuat hubungan Profitabilitas terhadap Nilai perusahaan dan mampu memperkuat hubungan Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian yang dilakukan oleh (**Suriani Ginting, 2018**) hasil pengujian data, secara simultan Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage berpengaruh signifikan terhadap kebijakan dividen. Secara parsial, hanya Profitabilitas yang berpengaruh signifikan positif terhadap kebijakan dividen, sedangkan Likuiditas dan Leverage tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kebijakan dividen pada perusahaan yang masuk kategori LQ 45 periode 2012 – 2016.

Penelitian yang dilakukan oleh (N. A. Utomo, 2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (*Size*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Ngurah et al., 2016) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen, likuiditas, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (SANTOSA, 2020) yang menyatakan leverage, profitabilitas, dan efisiensi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan syariah, namun likuiditas dan komite audit tidak berpengaruh. Moderator ukuran perusahaan memberikan pengaruh penguatan untuk semua variabel independen sehingga likuiditas dan komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Terakhir penelitian yang dilakukan oleh (Raningsih & Artini, 2018) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR Ekonomi dan Sosial memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR Lingkungan tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Implikasi praktis yang dapat diberikan dari temuan penelitian ini adalah kajian ini dapat dijadikan acuan dasar dalam memotivasi perusahaan untuk lebih meningkatkan total aset

perusahaan karena aset menunjukkan aktiva yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan yang dapat meningkatkan profitabilitas sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Suffah & Riduwan, 2016) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan” perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pengurangan salah satu variabel x yaitu kebijakan dividen dan penambahan variabel moderasi yaitu corporate responsibility (CRS).

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang terkait di atas tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **PENGARUH PROFITABILITAS ,LEVERAGE ,FIRM SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE RESPONSIBILITY (CRS) SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN LQ45 YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) TAHUN 2015-2019**”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Nilai perusahaan yang rendah disebabkan oleh kecilnya tingkat keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Sehingga pentingnya pemanfaatan rasio profitabilitas untuk mengukur nilai suatu perusahaan

2. Tingginya rasio leverage maka akan tingginya risiko yang dihadapi oleh suatu perusahaan. Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3. Masih banyak perusahaan yang belum mengetahui pentingnya profitabilitas dan corporate responsibility untuk peningkatan nilai suatu perusahaan.
4. Masih kurangnya pemahaman tentang size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
5. Kurangnya pengetahuan investor dalam memberikan penilaian terhadap perusahaan dalam mempengaruhi nilai suatu perusahaan
6. Masih kurangnya pemahaman investor terhadap pentingnya CRS pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
7. Menurunnya harga saham pada indeks LQ45 dimanfaatkan investor domestik untuk melakukan penambahan alokasi asset investasinya, dengan harapan akan kenaikan harga yang signifikan ke depannya.
8. Masih banyak perusahaan yang sudah melakukan tanggung jawab sosial namun semakin turun persentasenya dari tahun ke tahun dalam menerapkan CSR

1.3 Batasan Masalah

Walaupun identitas masalah telah ditetapkan, namun masih perlu dijelaskan tentang adanya pembatasan masalah untuk menghindari penafsiran yang berbeda-beda terhadap masalah dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan penulis

adalah untuk melihat pengaruh identifikasi masalah profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan (size) terhadap nilai perusahaan. Penulis mengambil sampel perusahaan LQ45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) periode 2015-2019.

1.4 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh profitabilitas, leverage, size secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
5. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
6. Bagaimana pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
7. Bagaimana pengaruh size terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

8. Bagaimana pengaruh profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas , leverage ,size secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh size terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
8. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas , leverage ,size secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan di moderasi oleh corporate responsibility pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Sebagai pertimbangan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan beberapa variabel independen yang telah terbukti berpengaruh pada nilai perusahaan. Sehingga mampu meningkatkan harga saham dan menarik para investor untuk berinvestasi lebih banyak lagi, serta perusahaan dapat tumbuh dan berkembang.

2. Bagi Investor dan Calon Investor

Bagi investor hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan investasi yang akan dilakukan investor dan variabel-variabel apa yang diperhatikan apabila ingin berinvestasi pada saham di perusahaan yang terdaftar di BEI.

3. Bagi akademik

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada mahasiswa khususnya jurusan akuntansi mengenai

profitabilitas,leverage,size terhadap nilai perusahaan dengan corporate responsibility sebagai variabel moderasi.

4. Bagi Peneliti selanjutnya.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi atau rujukan pada peneliti selanjutnya dan sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.