

# PENGARUH PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* DENGAN MODERASI CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN KOSMETIK YANG TERDAFTAR DI BEI

Dinda Bistari<sup>1</sup>, Endah Supeni P.<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Universitas Wijaya Putra Surabaya

e-mail: [1dindabistari6@gmail.com](mailto:dindabistari6@gmail.com)

**Abstract:** *This purpose of this research to examine the effect of profitability and leverage with CSR moderation on company value cosmetics listed on the BEI from 2018-2022. This research is a quantitative study. The population of this study are all cosmetic companies that have published financial reports on the BEI from 2018- 2022. In this study has used a purposive sampling method, so that 30 samples were obtained in this study. The method used in this study is multiple linear regression analysis method with Moderated Regression Analysis (MRA). Multiple regression result with a significant level of 0.05 : (1) Profitability has a effect on firm value. (2) Leverage has a effect on firm value. (3) CSR as a moderating and strengthen the effect of profitability on firm value. (4) CSR as a moderating and weakens the relationship between leverage on firm value.*

**Keywords:** *Profitability, leverage, Corporate social responsibility, and company value*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh profitabilitas dan *leverage* dengan moderasi CSR terhadap nilai perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2018-2022. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan kosmetik yang telah mempublikasikan laporan keuangan di BEI tahun 2018-2022. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Sehingga didapatkan 30 sampel dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda dengan Moderated Regression Analysis (MRA). Hasil analisis dengan tingkat signifikan 0,05 : (1) Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (3) CSR sebagai moderasi memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (4) CSR sebagai moderasi memperlemah hubungan *leverage* terhadap nilai perusahaan

**Kata Kunci:** Profitabilitas, *leverage*, Corporate social responsibility, dan nilai perusahaan.

## PENDAHULUAN

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia dari tahun ke tahun sangat signifikan. Kosmetik bagi masyarakat modern sangat penting untuk menunjang penampilan agar lebih percaya diri. Menurut Kemenperin, kosmetik saat ini sudah menjadi kebutuhan utama bagi kaum wanita. Bahkan, produk untuk pria dan anak-anak telah diinovasi ([www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id)). Bisnis di industri kosmetik muncul sebagai hasil dari gaya hidup masyarakat ini. Akibatnya, banyak industri kosmetik terus mengembangkan berbagai produk baru untuk memenuhi permintaan dan kebutuhan pelanggan. Kosmetik secara tidak langsung menjadi industri yang menarik untuk investasi.

Nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan, yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap perusahaan. Profitabilitas dan *leverage* adalah dua faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Besar atau kecilnya profitabilitas adalah faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dihitung sebagai perbandingan kemampuan suatu perusahaan dalam mendapatkan laba dari pendapatan dengan pengukuran tertentu. *Leverage* adalah rasio untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang.

Perusahaan memiliki tanggung jawab sosial dengan tujuan menyelesaikan konflik sosial dan kerusakan lingkungan akibat operasional perusahaan. CSR telah berkembang menjadi kewajiban untuk keberlangsungan perusahaan. Studi menunjukkan bahwa keberhasilan jangka panjang perusahaan juga dipengaruhi oleh CSR dan hubungan yang konstruktif<sup>2</sup> dengan stakeholder. Dalam penelitian ini menggunakan *Corporate social responsibility* Indeks (CSRI).

## TINJAUAN PUSTAKA

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Profitabilitas diukur dengan kesuksesan perusahaan menggunakan aktivitya secara produktif. ROA diperoleh dengan membandingkan laba bersih dengan total aset. Semakin tinggi rasio ini, maka semakin tinggi nilai perusahaan.

### *Leverage*

Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang. Tujuan rasio ini adalah untuk menganalisis biaya-biaya yang dikeluarkan dengan memeriksa rincian hutang dan modal perusahaan, juga kemampuan perusahaan dalam membayar bunga dan biaya tetap lainnya. *Leverage* dihitung menggunakan Debt Equity Rasio (DER).

### *Corporate social responsibility*

CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab sosial terhadap dampak dari keputusan dan kegiatan perusahaan. Tanggung jawab sosial merupakan aktivitas penting yang dilakukan oleh perusahaan untuk eksistensinya dalam jangka waktu panjang. Penilaian CSR dilakukan berdasarkan indeks GRI G4 dengan jumlah 91 indikator yang diungkapkan. Dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan *Corporate social responsibility* Indeks (CSRI).

### Nilai perusahaan

Nilai perusahaan dapat menguntungkan pemegang saham jika harga saham meningkat. Harga saham perusahaan menunjukkan nilainya, jadi semakin tinggi harga sahamnya, semakin baik nilainya. Penelitian ini menggunakan Tobin's Q.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini kuantitatif. Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu dependen yaitu nilai Perusahaan (Y), independen yaitu profitabilitas (X<sub>1</sub>) dan *leverage* (X<sub>2</sub>), dan moderasi yaitu *Corporate social responsibility* (Z). Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 6 perusahaan dan data yang digunakan selama 5 tahun. Sehingga total terdapat 30 data perusahaan pada tahun 2018 sampai 2022.

Teknik analisis dengan mengumpulkan data yang tersedia serta pengolahan data menggunakan program SPSS. Penelitian menggunakan teknik analisis data kuantitatif yang meliputi Analisis Statistik deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji *Moderated Regression Analysis*.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara satu atau beberapa variabel terhadap satu buah variabel. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Koefisien Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi profitabilitas

$\beta_2$  = Koefisien regresi *leverage*

$\beta_3$  = Koefisien regresi *corporate social responsibility*

X<sub>1</sub> = Profitabilitas

X<sub>2</sub> = *Leverage*

Z = *Corporate social responsibility*

Uji interaksi disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) karena adanya variabel *corporate social responsibility* yang menjadi variabel moderasi. *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi linier berganda dimana dalam persamaannya mengandung unsur interaksi (Ghozali, 2013:229) dengan rumus persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 * Z + \beta_4 X_2 * Z + e \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = Koefisien Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi profitabilitas

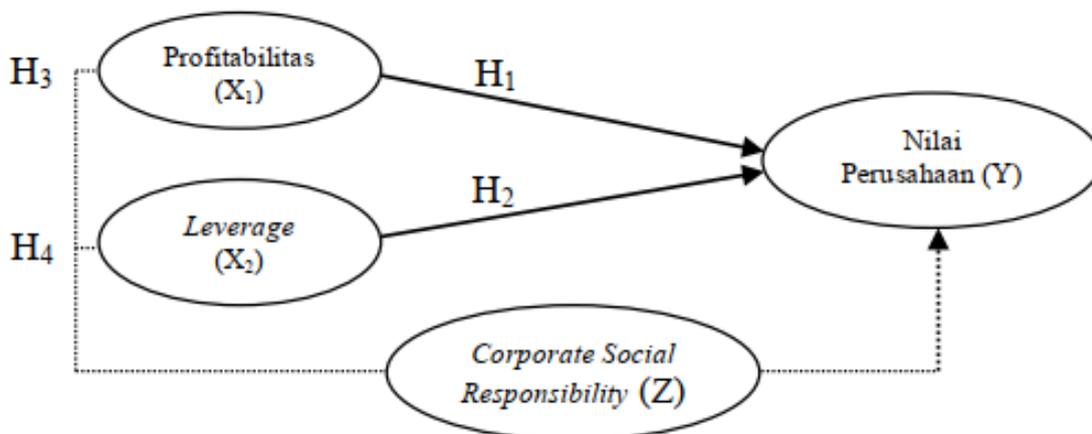
$\beta_2$  = Koefisien regresi *leverage*

$\beta_3$  = Koefisien regresi *corporate social responsibility*

X<sub>1</sub> = Profitabilitas

X<sub>2</sub> = *Leverage*

Z = *Corporate social responsibility*



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Normalitas Data

Hasil uji normalitas data dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 1. Normalitas Data**

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		30
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,50343301
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,122
	<i>Positive</i>	,122
	<i>Negative</i>	-,103
<i>Test Statistic</i>		,122
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,200 <sup>c,d</sup>

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Diketahui pada tabel nilai Asymp.Sig bernilai 0,200. Nilai tersebut  $> 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, sehingga data penelitian ini berdistribusi normal.

### Analisis Statistik Deskriptif

Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 2. Statistik deskriptif**

	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Profitabilitas	30	,00	,47	,1317	,12586
<i>Leverage</i>	30	,23	3,58	1,0400	,99119
Nilai Perusahaan	30	,39	18,36	3,4403	4,96255
CSR	30	,35	,63	,5360	,06516

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Diketahui jumlah data yang digunakan sebanyak 30 sampel. Nilai mean profitabilitas 0,1317 dengan *std. deviation* 0,12586, nilai minimum 0,00 dan nilai maximum 0,47. Nilai mean *leverage* 1,0400 dengan *std. deviation* 0,99119, nilai minimum 0,23 dan nilai maximum 3,58. Nilai mean CSR 0,5360 dengan *std. deviation* 0,06516, nilai minimum 0,35 dan nilai maximum 0,63. Sedangkan rata-rata nilai perusahaan 3,4403 dengan *std. deviation* 4,96255, nilai minimum 0,39 dan nilai maximum 18,36.

### Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diantaranya :

#### 1. Uji Autokorelasi

Penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson. Dengan ketentuan batas atas (dU) dan batas bawah (dL) untuk menentukan hasil pengujian data. Pada Penelitian ini terdapat 30 sampel dan 3 variabel independen sehingga nilai dU 1,6498 dan dL 1,2138.

**Tabel 3. Uji Autokorelasi**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin Watson</i>
1	,863 <sup>a</sup>	,746	,716	2,64392	,663

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Hasil pengujian Durbin Watson 0,663. Hasil ini dikategorikan ke dalam ketentuan  $dU > d < 4 - dU$  karena  $1,6498 > 0,663 < 2,3502$  sehingga tidak ada autokorelasi dari data dalam penelitian ini.

2. Uji multikolinearitas

**Tabel 4. Uji Multikolonearitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-9,081	4,105		-2,212	,036		
	Profitabilitas	24,634	5,379	,625	4,580	,000	,526	1,902
	Leverage	1,396	,683	,279	2,043	,051	,525	1,904
	CSR	14,602	7,547	,192	1,935	,064	,997	1,003

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai VIF profitabilitas 1,902, nilai *leverage* 1,904 dan *corporate social responsibility* 1,003 sehingga tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini karena nilai VIF ketiga variabel tersebut < 10,00.

3. Uji heteroskedastisitas

**Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,745	3,274		,839	,410
	CSR	2,294	5,898	,079	,389	,701
	Profitabilitas	,398	,421	,222	,945	,354
	Leverage	,099	,539	,043	,183	,857

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dalam penelitian ini menggunakan uji glejser. Diperoleh nilai signifikan profitabilitas 0,354, nilai *leverage* 0,857, dan nilai CSR 0,701. Nilai signifikansi > 0,05 sehingga penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Dalam penelitian ini dilakukan analisis regresi untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + e \dots \dots \dots (4.1)$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + e \dots \dots \dots (4.2)$$

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_1 X_1 * Z + e \dots \dots (4.3)$$

$$Y = \alpha + \beta_2 X_2 + \beta_2 X_2 * Z + e \dots \dots (4.4)$$

**Tabel 6. Hasil Uji Regresi Profitabilitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,788	,781		-1,009	,322
	Profitabilitas	32,115	4,322	,815	7,430	,000

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari tabel didapatkan persamaan model regresi sebagai berikut :

$$Y = - 0,788 + 32,115 + e$$

Dapat disimpulkan apabila nilai profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan meningkat sebesar 32,115. Analisis regresi secara parsial menunjukkan t hitung profitabilitas 7,430 dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menyimpulkan adanya pengaruh signifikan profitabilitas pada nilai perusahaan.

**Tabel 7. Uji Regresi Leverage**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,282	,943		-,299	,767
	Profitabilitas	3,579	,662	,715	5,410	,000

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari tabel didapatkan persamaan model regresi sebagai berikut :

$$Y = - 0,282 + 3,579 + e$$

Dapat disimpulkan apabila nilai *leverage* meningkat maka nilai perusahaan meningkat sebesar 3,579. Analisis regresi secara parsial menunjukkan t hitung *leverage* 3,579 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan.

### Moderated Regression Analysis

**Tabel 8. Uji Regresi Moderasi Profitabilitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,597	,695		-,860	,398
	Profitabilitas	-43,038	25,770	-1,092	-1,670	,106
	Moderasi X1	137,669	46,683	1,927	2,949	,007

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari tabel uji regresi moderasi profitabilitas didapatkan persamaan model regresi moderasi sebagai berikut :

$$Y = - 0,597 - 43,038 + 137,669 + e$$

Hasil pengujian diatas menunjukkan interaksi profitabilitas dengan moderasi CSR mempunyai nilai t hitung 2,949 dengan signifikansi  $0,007 < 0,05$ . Hasil tersebut menyimpulkan profitabilitas dengan moderasi CSR berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

**Tabel 9. Uji Regresi Moderasi Leverage**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,059	,913		,065	,949
	Leverage	-6,111	4,908	-1,221	-1,245	,224
	Moderasi X2	17,402	8,742	1,952	1,991	,057

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari tabel uji regresi moderasi profitabilitas didapatkan persamaan model regresi moderasi sebagai berikut :

$$Y = 0,59 - 6,111 + 17,402 + e$$

Hasil pengujian diatas menunjukkan interaksi *leverage* dengan moderasi CSR

mempunyai nilai  $t$  hitung 1,991 dengan signifikansi  $0,057 > 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa *leverage* dengan moderasi CSR tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Uji Hipotesis

**Tabel 10. Uji Simultan Profitabilitas**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	473,838	1	473,838	55,202	,000 <sup>b</sup>
	Residual	240,343	28	8,584		
	Total	714,180	29			

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian didapatkan nilai uji  $f$  55,202 dan signifikan  $0,000 < 0,05$  maka profitabilitas secara simultan berpengaruh pada nilai perusahaan.

**Tabel 11. Uji Simultan Leverage**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365,008	1	365,008	29,270	,000 <sup>b</sup>
	Residual	349,172	28	12,470		
	Total	714,180	29			

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian didapatkan nilai uji  $f$  29,270 dan signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga *leverage* secara simultan berpengaruh pada nilai perusahaan.

**Tabel 12. Uji Simultan Moderasi Profitabilitas**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	532,392	2	266,196	39,537	,000 <sup>b</sup>
	Residual	181,789	27	6,733		
	Total	714,180	29			

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian menunjukkan nilai uji  $f$  39,537 dan signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga profitabilitas dengan moderasi CSR berpengaruh pada nilai perusahaan.

**Tabel 13. Uji Simultan Moderasi Leverage**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	409,696	2	204,848	18,165	,000 <sup>b</sup>
	Residual	304,484	27	11,277		
	Total	714,180	29			

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian didapatkan nilai uji  $f$  18,165 dan signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga *leverage* dengan moderasi CSR berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

**Tabel 14. Koefisien Determinasi Profitabilitas**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815a	,663	,651	2,92979

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian didapatkan nilai adj. R square 0,651 dapat diartikan sekitar 65,1% nilai perusahaan kosmetik dipengaruhi profitabilitas, sisanya 34,9% dijelaskan variabel lain.

**Tabel 15. Koefisien Determinasi Leverage**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,715a	,511	,494	3,53135

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian didapatkan nilai adj. R square 0,494 dapat diartikan sekitar 49,4% nilai perusahaan kosmetik dipengaruhi *leverage*, sisanya 50,6% dipengaruhi variabel lain.

**Tabel 16. Koefisien Determinasi Moderasi Profitabilitas**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,863a	,745	,727	2,59478

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian ada kenaikan nilai adj. R square 7,9%. Hasil adj. R square 0,727 menunjukkan 73% nilai perusahaan dijelaskan profitabilitas dengan moderasi CSR, untuk sisanya 27% dijelaskan variabel lain.

**Tabel 17. Koefisien Determinasi Moderasi Leverage**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,757a	,574	,542	3,35815

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

Dari hasil pengujian ada kenaikan nilai adj. R square dari model regresi I 4,8%. Nilai adj. R square 0,542 menunjukkan 54,2% nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh *leverage* dengan moderasi CSR, untuk sisanya 45,8% dijelaskan variabel lain.

## Pembahasan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian regresi profitabilitas menunjukkan nilai t hitung 7,430 dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut disimpulkan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Jika nilai profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan juga meningkat, hal ini mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Profitabilitas penting bagi perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan bisnis jangka panjang. Sehingga H1 profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Itsaini & Subardjo, 2017), dan (Mipo, 2022) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dari hasil pengujian regresi *leverage* memiliki nilai t hitung 5,410 dengan probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hasil tersebut menyimpulkan *leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan. *Leverage* dilakukan agar mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban keuangannya, meliputi hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang. Hasil pengujian tersebut menyatakan dengan bertambahnya hutang merupakan pertanda baik karena bertambahnya *leverage* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu H2 *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Wulandari & Wiksuana, 2017) dan (Lestari dkk., 2022).

Pengaruh profitabilitas dengan moderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian regresi menggunakan uji interaksi CSR sebagai variabel moderasi hubungan antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan  $0,007 < 0,05$ ,

maka dapat disimpulkan moderasi CSR mempengaruhi atau memperkuat hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Sehingga H3 Profitabilitas dengan moderasi CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan diterima. Jika CSR dikelola dengan baik maka dapat menghasilkan keuntungan yang signifikan bagi citra perusahaan sehingga mempengaruhi pertumbuhan keuntungan nilai perusahaan. Peninjauan ini diperkuat oleh penelitian (Rahmantari, 2021).

Pengaruh *leverage* dengan moderasi CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian regresi menggunakan uji interaksi pengaruh *leverage* dengan moderasi CSR terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi  $0,057 > 0,05$ , maka disimpulkan moderasi CSR memperlemah hubungan *leverage* pada nilai perusahaan. Oleh karena itu H4 *leverage* dengan moderasi CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak. Manajemen perusahaan dengan hutang yang tinggi dapat mengurangi pengungkapan CSR sehingga mempengaruhi nilai perusahaan. Jika pengungkapan CSR dan *leverage* perusahaan tinggi maka nilai perusahaan akan menurun. Peninjauan ini diperkuat oleh penelitian (Lestari dkk., 2022), (Safitri dkk., 2018), dan (Maulinda & Hermi, 2022).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data, diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan juga meningkat, hal ini mencerminkan prospek perusahaan yang baik. Hal tersebut dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.
2. *Leverage* berpengaruh pada nilai perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI. . Semakin bertambahnya hutang merupakan pertanda baik karena bertambahnya nilai hutang mencerminkan kemampuan manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan.
3. *Corporate social responsibility* sebagai moderasi antara profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Program CSR juga dapat berdampak pada peningkatan profitabilitas perusahaan. Jika dikelola dengan baik, CSR menghasilkan keuntungan yang signifikan dan meningkatkan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi pertumbuhan nilai perusahaan.
4. *Corporate social responsibility* sebagai moderasi tidak mempengaruhi atau memperlemah hubungan *leverage* pada nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan jika dalam pengungkapan CSR dan *leverage* perusahaan tinggi maka nilai perusahaan akan turun.

### Saran

Dengan keterbatasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan rekomendasi untuk perbaikan penulisan penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah atau menggunakan variabel lain dalam penelitiannya berdasarkan teori yang sudah ada.
2. Penelitian selanjutnya hendaknya memperluas lingkup penelitian, menggunakan rasio lainnya dan menambah periode penelitian yang dilakukan. Hal ini diharapkan agar penelitian selanjutnya memperoleh hasil yang lebih akurat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bailey, F. . (1989). Intermediate financial management. In *The British Accounting Review* (Vol. 21, Issue 3). [https://doi.org/10.1016/0890-8389\(89\)90100-5](https://doi.org/10.1016/0890-8389(89)90100-5)
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). Chung and Prutt A Simple Approximation of Tobin's q 1994.pdf. In *Financial Management* (Vol. 23, Issue 3, pp. 70–74).
- Gregory, A., & Whittaker, J. (2012). *Corporate Social Responsibility and Company Value*. 7(April), 0–58.
- Isnaini, H. M., & Subardjo, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(6), 1–16.
- Kasmir. (2012). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kusumawardani, W., & Lovita, E. (2020). *Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Jasa Sektor Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di BEI periode 2016-2019)*. 1–19.
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10390>
- Mahrinasari. (2019). Model Corporate Social. In *Myria Publisher*.
- Maulinda, W., & Hermi. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corprate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1923–1932. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14885>
- Mipo, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Moderating Variable Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Owner*, 6(1), 736–745. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.614>
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>
- Nadhilah, F., Widjaja, H. S., & Kaban, R. F. (2022). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(2), 174. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i2.2165>
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813. <https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>
- Responsibility, C. S. (2003). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Masyarakat*. 7(Cd).
- Safitri, Y., Abrar, & Budi, E. S. (2018). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai

- Perusahaan. *Journal Of Accounting Universitas Pandanaran Semarang*, 1(4), 1–18.
- Tanalo, V. S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Modal Pada Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi ( Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 ). *Skripsi Ekonomi Dan Bisnis*.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan CSR dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278–1311.