



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 2940-2954

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh CSR, Intensitas Modal, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi

Achmed Javier Herzain¹, Abu Bakar Arief²

^{1,2} Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

¹javierherzain@gmail.com, ²abubakar@trisakti.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh implementasi Corporate Social Responsibility (CSR), intensitas modal, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. Latar belakang penelitian didasarkan pada pentingnya peningkatan nilai perusahaan sebagai indikator keberhasilan kinerja manajemen serta daya tarik perusahaan bagi investor. Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memperoleh keuntungan, tetapi juga menjalankan tanggung jawab sosial secara berkelanjutan guna menciptakan reputasi yang positif di pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Sampel penelitian berjumlah 261 perusahaan yang memenuhi kriteria selama periode 2022–2024. Teknik analisis data dilakukan menggunakan metode statistik untuk menguji hubungan antarvariabel serta peran profitabilitas dalam memperkuat pengaruh variabel independen terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi CSR berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang secara konsisten menerapkan tanggung jawab sosial cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih tinggi dari investor, sehingga berdampak pada peningkatan nilai pasar. Oleh karena itu, penerapan CSR perlu menjadi bagian dari strategi bisnis perusahaan. Selain itu, penelitian ini merekomendasikan agar studi selanjutnya dapat memperdalam kajian mengenai dimensi CSR, khususnya kinerja lingkungan dan kinerja sosial, untuk mengidentifikasi aspek yang paling berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur serta menjadi referensi bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan yang berorientasi pada keberlanjutan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Intensitas Modal, Kebijakan Dividen, Profitabilitas

Pendahuluan

Santaria et al. (2024) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah cerminan ekspektasi pemegang saham yang secara umum diprosikan dengan nilai saham di pasar. Nilai perusahaan adalah gambaran pencapaian perusahaan selama beroperasi, dan direpresentasikan dengan nilai saham di pasar. Nilai perusahaan adalah aspek penting sebagai tolak ukur utama bagi investor untuk mengetahui kinerja dan risiko suatu perusahaan. Ekspektasi arus kas dan keuntungan perusahaan di masa depan dapat digambarkan melalui nilai suatu perusahaan. Maka dari itu, berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di pasar untuk meningkatkan nilainya.

Selama menjalankan aktivitas bisnisnya untuk memperoleh keuntungan, pemnafaatan *resource* tidak akan pernah terlepas, selain itu, kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan akan berdampak kepada publik. Aktivitas-aktivitas bisnis yang tidak bijaksana dan memberikan dampak negatif pada lingkungan dan sosial, akan menurunkan reputasi perusahaan.

Menurut Mahmudah et al. (2023), aktivitas bisnis perusahaan yang penuh dengan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial akan memperbaiki reputasi perusahaan di masyarakat serta meningkatkan keberlanjutan bisnisnya. Aktivitas-aktivitas bisnis tersebut harus diungkapkan kepada masyarakat sebagai informasi yang terbuka. D'Amato dan Falivena (2020) menyatakan bahwa Perkembangan zaman menuntut entitas di pasar untuk menerapkan tanggung jawab sosial untuk menjaga reputasinya di publik.

Seiring berkembangnya zaman, serta persaingan di pasar semakin ketat, CSR merupakan kebijakan yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memberi nilai tambah di pasar. Menurut Anjar Apriyanto (2024), penerapan CSR di negara berkembang seperti Indonesia lebih berfokus kepada permasalahan seperti kemiskinan, tingkat pendidikan yang rendah, serta pencemaran lingkungan, sehingga fokus tersebut harus disesuaikan untuk menjadi dasar penyusunan kebijakan Penerapan CSR di perusahaan. Manan et al (2024) berpendapat bahwa pemahaman yang sangat memadai terhadap korelasi antara penerapan CSR dengan perubahan nilai suatu perusahaan bisa menjadi kerangka dasar bagi perusahaan dalam menyusun kebijakan CSR. Sudah banyak penelitian yang mengkaji hubungan antara Penerapan CSR dengan perubahan nilai suatu perusahaan, dan penelitian-penelitian tersebut memiliki hasil yang berbeda, hal tersebut menjadi motivasi dilaksanakannya penelitian ini. Penelitian Nurhayati et al. (2019) menyimpulkan penerapan CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian Rifani Akbar Sulbahri (2021) dan Desita Riyanta Mitra Karina (2020) menunjukkan bahwa penerapan CSR berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan.

Menurut Mardisa et al. (2022), intensitas modal merupakan nilai belanja modal atau aset tetap yang dimanfaatkan untuk menghasilkan keuntungan, dan menjadi indikator peluang kompetitif perusahaan di pasar. Perusahaan senantiasa meningkatkan profitabilitasnya agar dapat menerima penanaman modal dari kreditur/investor. Terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian yang mengkaji dampak intensitas modal terhadap nilai perusahaan yang menjadi motivasi dari penelitian ini. Penelitian Maulita Supia et al. (2021) menunjukkan bahwa intensitas modal tidak memberikan dampak terhadap adanya perubahan nilai suatu perusahaan di pasar. Sedangkan sebaliknya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Freshillya et al. (2025) menunjukkan bahwa intensitas modal memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan nilai suatu perusahaan.

Selain itu, kebijakan dividen yang ditetapkan oleh suatu perusahaan berbanding lurus dengan harapan para investor. Pembagian dividen yang tinggi akan memberikan persepsi kepada para investor bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik karena dapat menghasilkan laba untuk pembagian dividen. Kebijakan dividen yang tinggi juga berarti perusahaan dapat menghasilkan laba optimal, sehingga dapat menyisihkan kelebihan dana yang besar dan dibagikan kepada para investor, yang secara langsung berimplikasi bahwa perusahaan memperoleh laba/profit yang tinggi. belanja modal yang tepat sangat membantu perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional dan meningkatkan profitabilitas. Santaria et al. (2025) berpendapat bahwa intensitas modal bukan hanya menggambarkan seberapa banyak investasi perusahaan terhadap aset tetap, melainkan juga bagaimana kebijakan perusahaan yang ditetapkan untuk mengelola sumber pendanaan dan aset tetapnya dalam meningkatkan pertumbuhan suatu perusahaan. Penelitian Catherine (2024) menunjukkan bahwa intensitas modal tidak memberikan dampak terhadap adanya perubahan nilai suatu perusahaan di pasar. Sedangkan sebaliknya, hasil penelitian yang dilakukan oleh Freshillya et al. (2025) menunjukkan bahwa intensitas modal memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan nilai suatu perusahaan.

Penelitian ini juga mengkaji rasio profitabilitas sebagai variabel pemoderasi untuk mengetahui apakah rasio tersebut memperkuat atau memperlemah pengaruh yang ditimbulkan oleh adanya Penerapan CSR dan intensitas modal pada suatu perusahaan kepada peningkatan nilai perusahaan. Kusumaningrum dan Iswara (2022) menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa baik perusahaan memperoleh keuntungan dan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnisnya dalam periode tertentu.

Berikut adalah beberapa pertanyaan yang ingin dijawab di dalam penelitian ini:

1. Apakah penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah intensitas modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas memperkuat pengaruh penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan?
5. Apakah profitabilitas memperkuat pengaruh intensitas modal terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah profitabilitas memperkuat pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan?

Reviu Literatur Dan Hipotesis

Teori Stakeholder/Pemangku Kepentingan

Freeman et al. (2020) menyatakan bahwa teori pemangku kemungkinan adalah pendekatan strategis yang mengambil sudut pandang bahwa suatu perusahaan merupakan bagian dari jaringan yang saling terhubung, yang bertujuan untuk memberikan nilai yang bermanfaat kepada semua pihak yang terlibat. Terakhir, Horisch et al. (2020) menyatakan organisasi harus terus berusaha untuk memenuhi kepentingan semua pemangku kepentingan. Teori ini sangat berkaitan dengan Penerapan CSR, karena penerapan CSR mengedepankan kepentingan

masyarakat secara luas yang terkena dampak dari kegiatan bisnis perusahaan, tidak hanya pemegang saham dan organisasi internal perusahaan saja.

Teori Agensi

Sutisna et al. (2024) menyatakan bahwa teori agensi memiliki beberapa dasar asumsi utama, yaitu sifat manusia, struktur organisasi, serta asimetri informasi antara prinsipal (pemegang saham) dengan agen (manajemen). Pemegang saham atau pemilik perusahaan memberikan otoritas kepada manajemen untuk menentukan kebijakan perusahaan, mengambil keputusan, dan menjalankan aktivitas bisnis, berdasarkan perjanjian yang sudah disepakati sebelumnya dan dituangkan di dalam kontrak yang sah. Teori agency ini menjelaskan hubungan antara agen dan prinsipal, dimana manajemen memiliki kepentingan pribadi yang mendasari tindakan-tindakannya, ketimbang mengedepankan kepentingan pemilik perusahaan.

Asumsi mengenai sifat dasar manusia menyatakan bahwa setiap individu memiliki kebutuhan dan keinginan pribadi masing-masing. Asumsi organisasi mencakup hal-hal seperti kinerja aktivitas bisnis sebagai ukuran produktivitas, dan ketidakseimbangan dalam hubungan antara manajemen dengan pemegang saham. Asumsi informasi memperlakukan informasi sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan. Oyong Lisa (2021) berpendapat biasanya manajemen memiliki informasi yang lebih banyak dan memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan hal tersebut untuk melakukan tindakan-tindakan yang mengakibatkan keuntungan pribadi. Sebagai bagian dari praktik bisnis, prinsipal dapat mengurangi tingkat pergantian karyawan melalui audit rutin yang dilakukan oleh auditor internal maupun eksternal.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Istilah Corporate Social Responsibility (CSR) atau yang diartikan sebagai tanggung jawab sosial merujuk pada upaya yang dilaksanakan oleh suatu perusahaan guna menunjukkan komitmennya tidak hanya kepada pemegang saham saja, tetapi juga kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholders) lainnya yang memiliki keterkaitan dengan aktivitas bisnis perusahaan tersebut, baik berdampak maupun memberikan dampak kepada perusahaan. Para pemangku kepentingan ini mencakup berbagai pihak, seperti karyawan, konsumen, masyarakat sekitar, pemasok, hingga pemerintah.

Secara teoritis, CSR merupakan landasan penting dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan dan beretika. Perusahaan saat ini memperhatikan dampak lingkungan serta sosial dari kegiatan usahanya. Dengan kata lain, CSR mendorong perusahaan untuk menjalankan bisnis secara bertanggung jawab, transparan, dan berkontribusi positif terhadap pembangunan sosial.

Menurut pedoman ISO 26000, CSR merupakan suatu tindakan sosial yang diterapkan oleh entitas secara sukarela sebagai bagian dari perannya dalam masyarakat. Tindakan ini kini dipandang sangat penting dalam upaya meningkatkan produktivitas bisnis dan membangun reputasi perusahaan yang positif di mata publik (Irawan & Muarifah, 2020). CSR bukan hanya sekadar kegiatan filantropi, tetapi juga merupakan strategi jangka panjang dalam memperkuat hubungan dengan stakeholders dan menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan.

Menurut Scully-Russ dan Torraco (2020), penerapan CSR memberikan manfaat yang positif untuk manajemen internal, yaitu alternatif strategi aktivitas bisnis di tengah globalisasi yang pesat, peningkatan kinerja dan prestasi, penajaman kapabilitas yang berkaitan dengan pekerjaan, serta perluasan lingkup bisnis di tengah masyarakat. Selain itu, CSR juga memiliki dampak yang positif untuk perusahaan, sesuai dengan pernyataan Zhang et al. (2020), manfaat yang didapatkan oleh perusahaan yaitu peningkatan kinerja perusahaan secara menyeluruh karena kemampuan karyawan yang meningkat, peningkatan reputasi di tengah masyarakat atas kebijakan dan aktivitas bisnis perusahaan yang berdampak positif kepada masyarakat.

Intensitas Modal

Nathalie (2024) menyatakan bahwa intensitas modal merupakan rasio yang menjadi dasar bagi perusahaan dalam menilai keuangan yang berkaitan dengan pemanfaatan modal perusahaan. Intensitas modal sendiri didefinisikan sebagai rasio yang menggambarkan sejauh mana perusahaan berinvestasi dan menggunakan aset tetap atau aktiva tetap dalam kegiatan operasionalnya. Struktur modal yang tepat sangat membantu dalam menciptakan efisiensi operasional serta meningkatkan produktivitas perusahaan secara keseluruhan. Santaria et al. (2024) berpendapat bahwa intensitas modal bukan hanya menggambarkan seberapa banyak investasi perusahaan terhadap aset tetap, melainkan juga bagaimana kebijakan perusahaan yang ditetapkan untuk mengelola sumber pendanaan dan aset tetapnya dalam meningkatkan pertumbuhan suatu perusahaan.

Efisiensi yang dicapai perusahaan dalam pemanfaatan aset tetap menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan untuk menggunakan *resource* yang tersedia dengan tepat untuk mencapai output dalam jumlah yang maksimal. Peningkatan efisiensi dalam penggunaan aktiva pada akhirnya berdampak positif terhadap tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh perusahaan, karena produktivitas dapat ditingkatkan secara signifikan.

Sejalan dengan itu, seiring meningkatnya rasio intensitas modal, maka proporsi aset tetap yang digunakan untuk menghasilkan pendapatan atau laba juga meningkat. Hal ini menunjukkan efektivitas perusahaan dalam mengalokasikan sumber dayanya pada aktivitas yang berkaitan dengan aset tetap.

Dalam praktiknya, investasi pada aset tetap yang bersifat tangible/berwujud mudah diawasi oleh pemegang saham selaku prinsipal, sehingga asimetri informasi dapat diminimalisir. Investasi modal yang tinggi juga menjadikan kecenderungan perusahaan untuk diawasi oleh investor dengan lebih ketat, hal ini akan mendorong manajemen untuk bertindak efisien dan sesuai dengan kepentingan pemegang saham.

Kebijakan Dividen

Kebijakan Dividen adalah strategi yang ditetapkan oleh suatu perusahaan untuk menentukan apakah keuntungan perusahaan akan dibagikan, dalam porsi tertentu, kepada para pemegang saham, dengan catatan bahwa laba yang tersisa (laba ditahan) cukup untuk mengakomodasi aktivitas bisnis pada periode berikutnya/di masa depan. Adanya penetapan kebijakan dividen harus mempertimbangkan prospek nilai saham saat ini dan di masa depan.

Kebijakan dividen bertujuan untuk mensejahterakan pemegang saham dan meningkatkan daya tarik perusahaan untuk diinvestasikan oleh para calon investor. Kebijakan dividen harus dipertimbangkan dengan matang, karena apabila dividen dibayarkan terlalu tinggi tanpa menahan laba yang cukup, maka sumber daya perusahaan di masa depan untuk aktivitas operasi dan investasi akan semakin terbatas, sebaliknya, apabila perusahaan menetapkan tidak ada pembagian dividen, pemegang saham akan menurunkan ekspektasinya lalu akan menjual kepemilikan sahamnya, dan sumber pembiayaan perusahaan dari investor pun akan semakin berkurang. Selain itu kebijakan dividen yang tinggi menjadi sinyal positif oleh perusahaan kepada investor bahwa prospek perusahaan saat ini dan di masa depan memiliki pertumbuhan yang menjanjikan.

Kebijakan dividen umumnya diukur menggunakan beberapa rasio keuangan. Indikator yang paling sering digunakan adalah Dividend Payout Ratio (DPR), yaitu rasio yang menunjukkan persentase laba bersih yang dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Selain itu, beberapa penelitian juga menggunakan Dividend Yield (DY), yang mengukur tingkat pengembalian dividen terhadap harga saham, sehingga mencerminkan imbal hasil yang diterima investor. Metode lainnya adalah Dividend per Share (DPS), yang menunjukkan besarnya dividen yang dibagikan untuk setiap lembar saham. Semakin tinggi nilai rasio-rasio tersebut, semakin besar kebijakan pembagian dividen yang diterapkan perusahaan, yang mencerminkan komitmen perusahaan dalam memberikan imbal hasil kepada pemegang saham.

Nilai Perusahaan

Dalam konteks manajemen keuangan, perusahaan memiliki tujuan utama untuk meningkatkan nilainya di pasar. Kenaikan nilai perusahaan dipandang sebagai tujuan yang diharapkan oleh *stakeholder* perusahaan karena memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi terhadap kinerja dan prospek perusahaan ke depan. Menurut Riyanti dan Suwaidi (2023), valuasi atau penilaian suatu perusahaan dapat ditentukan melalui harga saham yang dimilikinya.

Secara sederhana, nilai suatu perusahaan diperoleh dari gabungan antara ekuitas dan liabilitas. Total nilai perusahaan secara keseluruhan dapat dihitung dari kombinasi kedua komponen tersebut. Dalam dunia bisnis, kehadiran perusahaan di setiap proses bisnis sangat diperlukan, termasuk interaksi dengan karyawan serta kepemilikan terhadap sumber daya seperti modal, tanah, dan aset lainnya.

Banyak metode yang digunakan untuk menghitung nilai perusahaan, yang pertama adalah *Price Book Value (PBV)*, rasio ini merupakan rasio yang menggambarkan nilai buku saham suatu perusahaan di pasar, semakin tinggi PBV menggambarkan tingkat kepercayaan perusahaan di pasar terkait prospek di masa depan karena perusahaan dapat memberikan timbal balik yang tinggi kepada stakeholder. Metode kedua adalah menggunakan tingkat *return* saham yang mencakup *capital gain* (keuntungan modal) yang diperoleh dari selisih antara harga saham saat ini dengan harga awal saham di periode sebelumnya, dan tingkat dividen yang diberikan kepada pemegang saham, rasio ini menggambarkan persepsi pasar terhadap fundamental perusahaan, karena nilai saham sangat dipengaruhi oleh ekspektasi stakeholder terhadap kinerja perusahaan dan prospeknya di masa depan. Lalu

metode yang ketiga adalah *Tobin's Q*, rasio ini merupakan rasio yang mengukur nilai suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar perusahaan (*market capitalization*) ditambah nilai liabilitas terhadap nilai buku asetnya, semakin tinggi nilai *Tobin's Q*, maka memberikan gambaran bahwa nilai perusahaan lebih tinggi dari nilai asetnya, dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat pertumbuhan yang baik.

Profitabilitas

Kusumaningrum dan Iswara (2022) menyatakan bahwa profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan seberapa baik perusahaan memperoleh keuntungan dan seberapa efektif perusahaan dalam mengelola aktivitas bisnisnya dalam periode tertentu. Profitabilitas yang besar berarti perusahaan memiliki peluang yang baik di masa depan untuk meningkatkan pertumbuhan dan memenuhi ekspektasi investor sehingga secara langsung dapat meningkatkan nilainya di pasar.

Nurhayati et al. (2021) menyatakan bahwa Profitabilitas juga menjadi salah satu faktor yang membuat manajemen lebih fleksibel dalam menjalankan operasional perusahaan dan dalam mengkomunikasikan komitmen tanggung jawab sosial kepada para pemegang saham. Hal ini memberikan simpulan bahwa profitabilitas tidak hanya berdampak pada aspek keuangan, melainkan memberikan dampak juga terhadap aspek sosial perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya, karena aktivitas bisnis perusahaan memberikan dampak terhadap masyarakat.

Profitabilitas dapat diukur melalui beberapa pendekatan. Pendekatan pertama adalah menggunakan rasio ROA (*Return on Assets*), ROA memberikan gambaran seberapa baik perusahaan menghasilkan keuntungan dari aset yang dikuasai oleh perusahaan, semakin tinggi ROA, maka semakin tinggi kemampuan perusahaan memanfaatkan asetnya secara efisien untuk memperoleh laba. Pendekatan yang kedua adalah ROE (*Return on Equity*), rasio ini menunjukkan seberapa besar laba yang dihasilkan terhadap nilai ekuitas pemegang saham, semakin tinggi ROE maka semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan modal yang diberikan investor untuk memperoleh laba. Pendekatan ketiga adalah dengan menggunakan rasio NPM (*Net Profit Margin*) yang memberikan gambaran seberapa besar tingkat pendapatan (*revenue*) perusahaan dapat dikonversi menjadi laba, yang berarti seberapa efisien perusahaan dalam mengelola biaya-biaya untuk memperoleh pendapatan yang tinggi, sehingga menghasilkan laba yang besar.

Berikut adalah penjelasan hipotesis dalam penelitian ini:

H1: Penerapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Nurhayati et al. (2021) menyatakan pencapaian tujuan perusahaan harus memerlukan hubungan timbal balik antara suatu perusahaan dengan stakeholdernya, baik pemegang saham, pegawai, dan masyarakat. Dalam hal ini, tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilainya di pasar, laporan keberlanjutan berfungsi sebagai representasi nyata dari komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya, khususnya kepada para pemangku kepentingan. Salah satu manfaat paling signifikan dari pembuatan laporan keberlanjutan adalah kemampuannya untuk meningkatkan kesadaran investor, terutama bagi investor yang berorientasi jangka panjang. Pelaporan keberlanjutan juga bermanfaat untuk menggambarkan bagaimana perusahaan berkontribusi dalam menjaga sosial dan lingkungan, untuk meningkatkan reputasinya di pasar.

Di masa sekarang, masyarakat sudah semakin sadar terkait isu-isu sosial dan lingkungan yang memberikan dampak buruk terhadap kesejahteraan masyarakat, terlebih lagi aktivitas-aktivitas bisnis perusahaan di pasar yang semakin beragam, menyebabkan masyarakat semakin skeptis dan kritis terhadap dampak aktivitas bisnis tersebut yang memberikan dampak buruk terhadap lingkungan dan sosial. Pandangan buruk ini akan menyebabkan reputasi perusahaan menurun, dan tentunya secara langsung dapat menurunkan nilai perusahaan di pasar yang digambarkan melalui harga saham yang menurun. Hal ini sejalan dengan teori pemangku kepentingan yang menyimpulkan bahwa dalam pelaksanaan aktivitas bisnisnya, perusahaan saat ini tidak hanya harus berfokus pada timbal balik yang diberikan kepada pemegang saham saja, tetapi harus berfokus juga untuk memberikan dampak yang positif kepada masyarakat dan lingkungan sekitar serta memenuhi ekspektasi semua pihak yang terkait.

H2: Intensitas Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Zhafira et al. (2024) menyatakan bahwa keuntungan yang dihasilkan dari investasi modal/aset tetap yang efektif dapat menarik penanaman modal serta memberikan reputasi yang baik bagi perusahaan di pasar, sehingga kedua hal ini mencerminkan seberapa besar nilai perusahaan di pasar, dapat disimpulkan bahwa intensitas modal memberikan dampak yang positif atau berbanding lurus kepada peningkatan nilai perusahaan.

Dengan ketidakstabilan ekonomi global saat ini yang dipengaruhi berbagai faktor seperti perubahan politik dan dampak berkepanjangan yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 mengharuskan perusahaan-perusahaan di pasar untuk meneliti secara mendalam terkait faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Siregar dan Yanti (2024) menyatakan bahwa intensitas modal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, komponen ini memberikan gambaran sebaik apa suatu perusahaan dalam memanfaatkan aset tetap untuk meningkatkan kinerja operasional bisnis. Indikator rasio yang memberikan gambaran seberapa baik suatu perusahaan dalam menggunakan aset tetap untuk menghasilkan pendapatan adalah Capital Intensity Ratio (CIR).

Terdapat perbedaan hasil penelitian terkait pengaruh intensitas modal terhadap nilai perusahaan yang menjadi motivasi penelitian ini. Hasil penelitian Ismiati et al. (2023) menunjukkan bahwa intensitas modal memberikan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan secara signifikan. Sebaliknya, Supia et al. (2021) menyatakan bahwa intensitas modal tidak memberikan dampak terhadap nilai perusahaan.

H3: Kebijakan Dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Hipotesis ini didasarkan pada teori sinyal dan teori agensi. Kebijakan dividen dipandang sebagai sinyal yang diberikan manajemen kepada investor mengenai kondisi keuangan dan prospek perusahaan di masa depan. Pembayaran dividen yang stabil atau meningkat mencerminkan keyakinan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang berkelanjutan. Selain itu, pembagian dividen dapat mengurangi konflik agensi dengan membatasi dana bebas yang dikelola manajemen. Oleh karena itu, kebijakan dividen yang baik diharapkan meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

H4: Profitabilitas memperkuat pengaruh positif Penerapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan berpotensi meningkat seiring dengan bertambahnya penjualan yang diperoleh melalui keterlibatan perusahaan dalam berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitar. Nurhayati et al. (2021) berpendapat bahwa profitabilitas memberikan gambaran seberapa baik suatu perusahaan mencapai keuntungan yang tinggi dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Dengan keuntungan yang semakin tinggi, kapabilitas perusahaan dalam menetapkan dan mengimplementasikan kebijakan CSR akan semakin besar, yang tentunya Penerapan CSR yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan. Secara teori, tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan memperkuat Penerapan CSR dalam suatu perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut di pasar.

Berdasarkan pemahaman tersebut, penelitian ini menetapkan profitabilitas sebagai variabel moderasi, karena entitas dengan profitabilitas yang baik cenderung memiliki hubungan yang lebih kuat antara penerapan CSR dan peningkatan nilai perusahaan. Pandangan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Machmuddah et al. (2020), Rahmatari (2021), serta Nurhayati et al. (2021), yang menunjukkan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

H5: Profitabilitas memperkuat pengaruh positif Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan

Kusumaningrum et al. (2022) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang menghitung kapabilitas perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada tingkat aset tertentu dalam suatu periode. Aktivitas bisnis perusahaan tidak akan pernah terlepas dari pemanfaatan aset tetap, dengan profitabilitas yang tinggi, akan menjadi sinyal bahwa pemanfaatan aset tetap yang dilakukan perusahaan menghasilkan kinerja yang efektif dan efisien, sehingga kepercayaan *stakeholders* akan semakin kuat dan nilai perusahaan akan meningkat. Sebelum ini belum ada penelitian yang mengkaji apakah Profitabilitas sebagai pemoderasi mampu memperkuat pengaruh intensitas modal terhadap peningkatan nilai perusahaan, hal ini menjadi motivasi dilakukannya penelitian ini.

H6: Profitabilitas memperkuat pengaruh positif Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ini menyatakan bahwa profitabilitas memperkuat hubungan antara kebijakan dividen dan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki kemampuan yang lebih besar untuk membagikan dividen secara konsisten tanpa mengganggu kebutuhan pendanaan internal. Dividen yang dibayarkan oleh perusahaan yang profitable akan dipersepsikan sebagai sinyal yang kredibel oleh investor mengenai stabilitas dan prospek perusahaan. Sebaliknya, pada perusahaan dengan profitabilitas rendah, kebijakan dividen cenderung kurang dipercaya pasar. Oleh karena itu, profitabilitas diharapkan memperkuat pengaruh positif kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kausatif untuk mengkaji dampak/pengaruh apa yang ditimbulkan oleh variabel dependen terhadap variabel independen dengan variabel pemoderasi yang memperkuat pengaruhnya (pemoderasi). Data penelitian yang diambil bersumber dari BEI, website resmi yang dipublikasikan oleh perusahaan yang menjadi objek *sampling*, serta sumber lain yang terpercaya. Ruang lingkup sumber data yang diteliti dalam penelitian ini adalah data keuangan serta laporan keberlanjutan (*sustainability reports*) yang diterbitkan oleh perusahaan secara resmi yang diterbitkan di BEI, *website* perusahaan, maupun sumber terpercaya lainnya selama periode 2022 – 2024. Berikut adalah kriteria sampel yang ditetapkan di dalam penelitian ini sehingga dengan rincian sebagai berikut:

1. Perusahaan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan Annual Report serta memiliki data variabel penelitian tahun 2022 – 2024
2. Perusahaan terdaftar di BEI yang masuk ke dalam kategori IDX 80 selama periode 2022 - 2024
3. Perusahaan yang sudah menerapkan CSR dan menerbitkan Laporan Keberlanjutan (*sustainability report*) sesuai standar GRI 2021 selama periode 2022 - 2024

Variabel Dependen (Variabel Y)

Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rasio Tobin's Q dalam mengukur Variabel Y (Nilai Perusahaan), Tobin's Q diukur dalam skala rasio. Secara matematis, Rasio Tobin's Q dirumuskan dengan rincian sebagai berikut:

$$Q = \frac{MV + BV \text{ of Debt}}{BV \text{ of Assets}}$$

Keterangan:

- MV : Market Value/Market Capitalization, yang dihitung dengan Harga Saham x Jumlah Saham Beredar
BV of Assets : Nilai total aset perusahaan yang hitung berdasarkan nilai buku yang tercatat di dalam laporan keuangan
BV of Debts : Nilai buku utang perusahaan yang diambil dari laporan keuangan

Kategori:

- $Q > 1$: Pasar menilai perusahaan lebih tinggi dari nilai asetnya, sehingga menunjukkan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik
 $Q = 1$: Pasar menilai perusahaan sesuai dengan asetnya, sehingga menunjukkan perusahaan dinilai secara wajar.
 $Q < 1$: Pasar menilai perusahaan lebih rendah dari nilai asetnya, sehingga menunjukkan bahwa pasar memiliki persepsi negatif terhadap kinerja perusahaan.

Variabel Dependen (Variabel X)

Penerapan Corporate Social Responsibility

Penilaian penerapan CSR dilakukan berdasarkan ketaatan pengungkapan Sustainability Report terhadap GRI 2021 yang terbagi ke dalam 31 poin utama pengungkapan. Setiap poin yang diungkapkan di dalam pelaporan CSR akan dinilai 1 poin, dan poin yang tidak diungkapkan akan dinilai 0 poin. Variabel ini diukur dalam skala rasio. Secara matematis, rasio Tobin's Q dirumuskan dengan rincian sebagai berikut:

$$CSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

- CSR_j : Nilai indeks CSR perusahaan
 $\sum X_{ij}$: Jumlah variabel yang menunjukkan apakah item CSR tertentu diungkapkan. Dinilai 1 apabila diungkapkan, dinilai 0 apabila tidak diungkapkan.
 n_j : Total jumlah item CSR yang harus diungkapkan sesuai dengan pedoman GRI Standards 2021

Semakin indeks mendekati 1, atau bahkan mencapai angka 1, menunjukkan bahwa perusahaan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi, dan perusahaan transparan dalam mengimplementasikan CSR. Sebaliknya, apabila indeks mendekati 0, menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tingkat pengungkapan CSR yang rendah, dan perusahaan memiliki tingkat yang rendah dalam mengimplementasikan CSR atau kurang transparan dalam Penerapan CSR.

Intensitas Modal

Dalam penelitian ini, Intensitas modal dihitung dengan menggunakan CIR (*Capital Intensity Ratio*). Variabel ini diukur dalam skala rasio. Secara matematis, rasio ini dirumuskan dengan rincian sebagai berikut:

$$CI2 = \frac{\text{Aset Tetap}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Keterangan:

| | | |
|------------------|---|--|
| CI2 | : | <i>Capital Intensity Ratio</i> |
| Aset Tetap | : | Nilai buku aset tetap perusahaan yang diambil di dalam laporan keuangan |
| Penjualan Bersih | : | Nilai penjualan bersih perusahaan (setelah dikurangi return penjualan dan diskon penjualan) yang diambil di dalam laporan keuangan |

Semakin tinggi rasio ini berimplikasi bahwa perusahaan membutuhkan aset tetap yang banyak untuk menghasilkan penjualan. Semakin rendah rasio ini berimplikasi bahwa perusahaan dapat menggunakan aset tetap yang sedikit untuk menghasilkan penjualan, dan mencerminkan bahwa perusahaan efisien dalam memanfaatkan aset tetapnya untuk memperoleh penjualan.

Kebijakan Dividen

Penelitian ini menghitung suatu Kebijakan Dividen perusahaan dengan memanfaatkan rumus matematis DPR (*Dividend Payout Ratio*). Variabel ini diukur dalam skala rasio. Secara matematis, rasio ini dirumuskan dengan rincian sebagai berikut:

$$DPR = \frac{DPS}{EPS}$$

Keterangan:

| | | |
|-----|---|--|
| DPR | : | <i>Dividend Payout Ratio</i> (Kebijakan Dividen) |
| DPS | : | Dividen per Lembar Saham (Rp) |
| EPS | : | Laba per Lembar Saham (Rp) |

Variabel Pemoderasi (Variabel Z)

Profitabilitas

Dalam penelitian ini, Profitabilitas dihitung menggunakan Rasio ROA (*Return on Assets*). Variabel ini diukur dalam skala rasio. Secara matematis, rasio ini dirumuskan dengan rincian sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Keterangan:

| | | |
|-------------|---|---|
| ROA | : | <i>Return on Assets</i> |
| Total Aset | : | Nilai total aset perusahaan yang diambil di dalam laporan keuangan |
| Laba Bersih | : | Nilai laba bersih perusahaan yang diambil di dalam laporan keuangan |

Semakin tinggi nilai ROA, menunjukkan bahwa perusahaan dapat menggunakan asetnya secara efisien untuk menghasilkan laba perusahaan, dan menggambarkan bahwa kinerja perusahaan baik. Semakin rendah nilai ROA, menunjukkan bahwa perusahaan tidak dapat menggunakan asetnya dengan efisien untuk menghasilkan laba, dan menggambarkan bahwa kinerja perusahaan buruk.

Hasil Dan Pembahasan Deskripsi Objek Penelitian

Sesuai dengan kriteria *sampling* yang telah ditetapkan sebelumnya, peneliti mendapatkan 87 data perusahaan yang sudah terdaftar di BEI dan masuk ke kategori IDX80 periode 2022 – 2024, di antaranya terdapat 20 perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keberlanjutannya dengan lengkap dan didasarkan pada standar GRI 2021 pada periode tertentu, namun perusahaan-perusahaan tersebut tetap dijadikan sebagai sampel di dalam penelitian ini, sehingga sampel yang diambil berjumlah 261 sampel. Berikut adalah tabel rincian penetapan sampel penelitian.

Tabel 1
Data Penetapan Sampel

| No | Kategori | Total |
|----|---|-------|
| 1. | Perusahaan yang terdaftar di BEI yang periode 2022 – 2024 serta melakukan pelaporan keuangan dengan lengkap | 947 |
| 2 | Perusahaan yang terdaftar di BEI tidak masuk kategori IDX80 periode 2022 – 2024 | (860) |
| 3 | Perusahaan yang tidak menerbitkan Sustainability Report/Annual Report berdasarkan GRI 2021 | (0) |

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

| | TOBINSQ | INTENSITAS _MODAL | ROA | SRSCORE | DPR |
|--------------|----------------|------------------------------|------------|----------------|------------|
| Mean | 1.485415 | 0.676033 | 0.065560 | 0.491344 | 9.910470 |
| Median | 1.000000 | 0.329000 | 0.055000 | 0.548387 | 0.292091 |
| Maximum | 10.57000 | 7.324000 | 0.557000 | 1.000000 | 1389.908 |
| Minimum | 0.253707 | -0.010000 | -0.936000 | 0.000000 | -3.112777 |
| Std. Dev. | 1.352923 | 1.010459 | 0.100229 | 0.296005 | 99.89173 |
| Skewness | 3.256902 | 3.551425 | -3.173415 | -0.285371 | 12.19464 |
| Kurtosis | 16.34696 | 17.72541 | 42.99473 | 2.267425 | 157.2773 |
| | | | | | |
| Jarque-Bera | 2380.329 | 2884.486 | 17696.83 | 9.306869 | 263276.9 |
| Probability | 0.000000 | 0.000000 | 0.000000 | 0.009529 | 0.000000 |
| | | | | | |
| Sum | 384.7226 | 175.0925 | 16.98000 | 127.2581 | 2566.812 |
| Sum Sq. Dev. | 472.2431 | 263.4253 | 2.591848 | 22.60572 | 2574416. |
| | | | | | |
| Observations | 259 | 259 | 259 | 259 | 259 |

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif, berikut adalah penjelasan distribusi data di dalam penelitian ini:

1. Penerapan CSR (Variabel X1) memiliki nilai minimum **0.000000**, nilai maksimum **1.000000**, dengan median sebesar **0.548387**, serta rata-rata **0.491344**, hal ini menandakan bahwa sebagian perusahaan yang masuk ke dalam kategori IDX80 belum mengimplementasikan dan mempublikasikan penerapan CSR dengan baik (mean < median), Standar deviasi variabel ini adalah sebesar **0.296005**, nilai ini menunjukkan bahwa variasi antar perusahaan dalam Penerapan CSR tidak terlalu besar.
2. Intensitas Modal (Variabel X2) memiliki nilai minimum **-0.010000**, nilai maksimum **7.324000**, dengan median sebesar **0.329000**, serta rata-rata **0.676033** dan standar deviasi sebesar **1.010459**, hal ini menandakan bahwa distribusi data cenderung ke arah positif, intensitas modal rata-rata perusahaan tergolong cukup tinggi karena mean lebih besar daripada median
3. Kebijakan Dividen (Variabel X3) memiliki nilai minimum **-3.112777**, nilai maksimum **1389.908**, dengan median sebesar **0.292091**, serta rata-rata **9.910470** dan standar deviasi sebesar **99.89173**, hal ini

menandakan bahwa distribusi data cenderung ke arah positif, dan terdapat nilai ekstrem karena nilai maksimum yang sangat jauh dari nilai median dan mean.

4. Nilai Perusahaan (Variabel Y) memiliki nilai minimum **0.253707**, nilai maksimum **10.57000**, dengan median sebesar **1.000000**, serta rata-rata **1.485415** dan standar deviasi sebesar **1.352923**, hal ini menandakan bahwa rata-rata nilai perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini sudah masuk ke dalam kategori baik karena $Q > 1$, yang berarti Pasar menilai perusahaan lebih tinggi dari nilai asetnya, sehingga menunjukkan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik, dari keseluruhan 261 data sampel, terdapat 128 data sampel yang memiliki $Q > 1$ atau sebesar 49,04%.
5. Profitabilitas (Variabel Z) memiliki nilai minimum **-0.936000**, nilai maksimum **0.557000**, dengan median sebesar **0.055000**, serta rata-rata **0.065560** dan standar deviasi sebesar **0.100229**, hal ini menandakan bahwa profitabilitas perusahaan secara umum rendah, bahkan terdapat 9 perusahaan yang mengalami kerugian dalam periode tertentu. Nilai standar deviasi menunjukkan terdapat variasi yang signifikan dalam tingkat profitabilitas antar perusahaan

Pemilihan Model Terbaik

Dalam pemilihan model terbaik melalui aplikasi Eviews, peneliti melakukan 3 tahapan uji model dengan rincian sebagai berikut

1. Chow Test (Common vs Fixed)

Peneliti menggunakan uji Chow Test untuk mengetahui apakah model yang digunakan dalam penelitian ini fixed effect model (FEM) atau common/pool model (CEM). Berdasarkan hasil dari *chow test*, ditemukan bahwa probabilitas cross-section chi-square sebesar 0,0000 atau 0%, nilai ini lebih kecil dari 5%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *fixed effect model* lebih baik daripada *common/pool model*. Sehingga model yang lebih diutamakan adalah FEM.

2. Hausman Test (Fixed vs Random)

Di tahapan selanjutnya, peneliti melakukan uji Hausman Test untuk mengetahui apakah model yang sebaiknya digunakan adalah fixed effect model (FEM) atau random effect model (REM). Berdasarkan hasil dari *hausman test*, ditemukan bahwa probability cross section random adalah sebesar **0.6380 atau 63,80%**, nilai ini lebih besar dari 5%, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *random effect model* (REM) lebih baik daripada *fixed effect model* (FEM). Sehingga model yang diutamakan adalah REM.

3. Langrange Multiplier (LM) Test (Common vs Random)

Untuk melakukan *cross-check*, peneliti menggunakan uji Langrange Multiplier (LM) Test untuk memastikan bahwa menggunakan random effect model (REM) lebih baik dari penggunaan common/pool model (CEM), sehingga random effect model adalah model terbaik untuk digunakan di dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari *LM test*, ditemukan bahwa probability Breusch-Pagan (Both) sebesar 0,0000 atau 0%, nilai ini lebih kecil dari 5% sehingga dapat ditarik kesimpulan *random effect model* (REM) lebih baik daripada *common/pool model* (CEM).

Berdasarkan ketiga pengujian yang telah dilakukan di atas, model REM adalah yang diutamakan sehingga akan digunakan sebagai model untuk pengujian hipotesis di dalam penelitian ini.

Goodness of Fit Test dan Pengujian Koefisien

Tabel 3
Goodness of Fit Test dan Pengujian Koefisien

| Variabel | Prediksi | RANDOM | | Hasil |
|-----------------|----------|-----------|--------|--------------------|
| | | Beta | Prob | |
| C | | 4.842998 | 0.0000 | |
| INTENSITASMODAL | + | 0.492868 | 0.6225 | Hipotesis Ditolak |
| SRSCORE | + | 2.193086 | 0.0292 | Hipotesis Diterima |
| DPR | + | -0.134334 | 0.8932 | Hipotesis Ditolak |

| | | | | |
|-----------------------|--------------------------|-----------|--------|------------------|
| ROA | | -0.098906 | 0.9213 | |
| CAPITALINTENSITY*ROA | + | 1.538294 | 0.1252 | Tidak Memperkuat |
| SRSCORE*ROA | + | 0.933719 | 0.3513 | Tidak Memperkuat |
| DPR*ROA | + | 0.131079 | 0.8958 | Tidak Memperkuat |
| Goodness of Fit Model | | | | |
| Adj R-squared | | 0.061609 | | |
| Prob F-stat | | 0.001644 | | |
| Uji Pemilihan Model | | | | |
| Chow Test | Cross-section Chi-square | | Prob | Keputusan |
| | 629.266132 | | 0.0000 | FEM DITERIMA |
| Hausman Test | Cross-section random | | Prob | Keputusan |
| | 5.180311 | | 0.6380 | REM DITERIMA |
| LM Test | Breusch-Pagan (Both) | | Prob | Keputusan |
| | 186.6698 | | 0.0000 | REM DITERIMA |

1. Goodness of Fit Test

Pengolahan data menunjukkan adj. R-square menunjukkan angka 0.061609, yang berarti pengaruh variabel dependen terhadap variabel independen hanya mampu dijelaskan sebesar 6,16% dan sebesar 93,84% sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak menjadi fokus dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Lalu probability dari Fstat sebesar 0.001644 atau 0,16%, nilai ini lebih kecil dari 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara statistik terdapat paling sedikit variabel independen yang memberikan pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. Pengujian Koefisien secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil pengujian Goodness of Fit Model, diperoleh nilai Probabilitas F-statistic sebesar 0,001644. Nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa seluruh variabel independen dalam model secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel-variabel independen yang dimaksud meliputi implementasi Corporate Social Responsibility (SR Score), intensitas modal (Capital Intensity), kebijakan dividen (Dividend Payout Ratio), profitabilitas (ROA), serta interaksi variabel moderasi ROA.

Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan telah memenuhi kelayakan (fit) secara statistik, sehingga layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini.

3. Pengujian Koefisien secara Parsial

Hasil estimasi uji kausalitas antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel pemoderasi menunjukkan bahwa:

1. Penerapan CSR/tanggung jawab sosial berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan;
2. Intensitas Modal berpengaruh tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan;
3. Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan;
4. Profitabilitas tidak memperkuat pengaruh Penerapan CSR terhadap Nilai Perusahaan;
5. Profitabilitas tidak memperkuat pengaruh Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan; dan
6. Profitabilitas tidak memperkuat pengaruh Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Pembahasan

H1 : Penerapan CSR Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui koefisien regresi Penerapan CSR yang dihasilkan sebesar 2.193086, hal ini menunjukkan apabila Penerapan CSR mengalami peningkatan sebanyak 1 unit maka Nilai

Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 2.193086 unit. Penerapan CSR memiliki dampak yang berbanding lurus terhadap perubahan nilai suatu perusahaan. Hasil dari uji statistik yang dilakukan menunjukkan tanda beta sejalan dengan hipotesis yang sudah ditetapkan. Sehingga pengujian signifikansi variabel langsung dilakukan. Hasil dari pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0.0292 atau sebesar 2,92%, nilai ini lebih kecil dari alpha 5% yang berarti H_0 ditolak. Kesimpulan dapat diambil bahwa pada tingkat kepercayaan 95 persen Penerapan CSR memberikan pengaruh yang Positif terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Zulkifli (2025), Sulbahri (2021), dan Karina dan Setiadi (2020) yang menunjukkan bahwa penerapan CSR berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena pada kondisi ekonomi saat ini, sudah banyak terjadi krisis iklim dan kesenjangan sosial, serta kesadaran masyarakat akan transisi energi dari yang tidak terbarukan menjadi energi terbarukan. Kesadaran ini mendorong persepsi pasar terhadap aktivitas bisnis, terutama di perusahaan-perusahaan besar yang memiliki likuiditas yang tinggi, untuk tetap memberikan dampak yang baik kepada lingkungan dan sosial sekitarnya. Sehingga hal ini dapat disimpulkan dengan jelas bahwa penerapan dan publikasi CSR yang baik akan meningkatkan reputasi di pasar, memenuhi ekspektasi pemangku kepentingan, dan pada akhirnya akan memberikan peningkatan yang positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan

H2 : Intensitas Modal Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui koefisien regresi Intensitas Modal yang dihasilkan sebesar 0.492868, hal ini menunjukkan apabila Intensitas Modal mengalami peningkatan sebesar 1 unit maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0.492868 unit. Intensitas Modal memiliki dampak yang berbanding lurus terhadap perubahan nilai suatu perusahaan. Sehingga pengujian signifikansi variabel langsung dilakukan. Hasil dari pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0.6225 atau sebesar 62,25%, nilai ini lebih besar dari alpha 5% yang berarti H_0 diterima. Kesimpulan dapat diambil bahwa Intensitas Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Clareta dan Kiki (2025) yang menyatakan bahwa intensitas modal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan intensitas modal tidak memberikan pengaruh karena tiap industri perusahaan di pasar memiliki karakteristik yang berbeda-beda, terdapat sektor yang memiliki kecenderungan untuk berinvestasi pada aset tetap yang besar seperti perusahaan properti, sebaliknya perusahaan SaaS (Software as a Service) seperti Google atau Zoom berfokus pada investasi aset tak berwujud, sehingga intensitas modalnya cenderung rendah. Saat ini pemegang saham/investor lebih menghargai investasi perusahaan pada aset tak berwujud seperti paten, goodwill, dll). Lalu, rasio intensitas modal menggambarkan perbandingan investasi aset tetap terhadap penjualan, hal ini tidak mempertimbangkan biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan, sehingga bisa saja penjualan tinggi, namun memiliki laba yang rendah, tentu saja hal ini menjadi penilaian yang negatif bagi para pemangku kepentingan dalam menilai kinerja suatu perusahaan.

H3 : Kebijakan Berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui koefisien regresi Kebijakan Dividen yang dihasilkan sebesar -0.134334, hal ini menunjukkan bahwa Kebijakan Dividen tidak memberikan pengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Setelah pengujian signifikansi variabel dilakukan. Hasil dari pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0.8932 atau sebesar 89,32%, nilai ini lebih besar dari alpha 5% yang berarti H_0 diterima. Kesimpulan dapat diambil bahwa Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Anindya dan Muzakir (2023) yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan dividen yang tinggi tidak menjamin bahwa Nilai Perusahaan akan meningkat, saat ini investor lebih menghargai perusahaan yang menahan laba untuk reinvestasi dibandingkan perusahaan yang membagikan dividen dalam jumlah besar. Laba ditahan dipersepsikan mampu mendukung pertumbuhan perusahaan di masa depan, seperti ekspansi usaha, peningkatan kapasitas produksi, atau investasi proyek baru yang memberikan nilai tambah jangka panjang. Selain itu, pembayaran dividen yang tinggi juga dapat dipandang sebagai sinyal terbatasnya peluang investasi perusahaan, sehingga pasar tidak memberikan penilaian yang lebih tinggi terhadap perusahaan tersebut. Dengan demikian, kebijakan dividen tidak secara langsung meningkatkan nilai perusahaan karena investor lebih fokus pada prospek pertumbuhan, kinerja operasional, dan potensi capital gain dibandingkan pendapatan dividen semata.

H4 : Profitabilitas Memperkuat Pengaruh Positif Penerapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui koefisien regresi Profitabilitas yang memperkuat dampak Penerapan CSR yang dihasilkan sebesar 0.933719, hal ini menunjukkan apabila Profitabilitas memperkuat

Penerapan CSR mengalami peningkatan sebesar 1 unit maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0.933719 unit. Hasil dari uji statistik yang dilakukan menunjukkan tanda beta sejalan dengan hipotesis yang telah ditetapkan di dalam penelitian. Sehingga pengujian signifikansi variabel langsung dilakukan. Hasil dari pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0.3513 atau sebesar 35,13%, nilai ini lebih besar dari alpha 5% yang berarti H_0 diterima. Kesimpulan dapat diambil bahwa Profitabilitas tidak mampu Memperkuat Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Prabaningrum dan Santoso (2025) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memperkuat pengaruh implementasi CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam praktiknya, penerapan CSR dan profitabilitas memang penting dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan, namun profitabilitas tidak secara praktis meningkatkan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, karena perusahaan yang memiliki keuntungan yang tinggi belum tentu melakukan penerapan CSR yang optimal untuk memperoleh reputasi yang baik. Ketersediaan sumber daya dari profitabilitas yang tinggi tidak menjamin penerapan CSR akan dihargai oleh pemangku kepentingan, karena efektivitas penerapan CSR bergantung pada apa saja kebijakan dan program CSR yang diterapkan oleh perusahaan yang dipandang baik oleh pemangku kepentingan, bukan hanya pada tingginya tingkat laba yang dihasilkan perusahaan, karena selain itu, biaya-biaya yang dikeluarkan untuk Penerapan CSR diakui sebagai beban (biaya lingkungan dan biaya sosial) yang menurunkan laba. Tingkat laba yang tinggi bisa saja menandakan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk melaksanakan program CSR tidak besar.

H5 : Profitabilitas Memperkuat Pengaruh Positif Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui koefisien regresi Profitabilitas yang memperkuat Pengaruh Intensitas Modal yang dihasilkan sebesar 1.538294, hal ini menunjukkan apabila Profitabilitas memperkuat Intensitas Modal mengalami peningkatan sebesar 1 unit maka Nilai Perusahaan juga akan mengalami peningkatan sebesar 1.538294 unit. Hasil dari uji statistik yang dilakukan menunjukkan tanda beta sejalan hipotesis yang telah ditetapkan di dalam penelitian. Sehingga pengujian signifikansi variabel langsung dilakukan. Hasil dari pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0.1252 atau sebesar 12,52%, nilai ini lebih kecil dari alpha 5% yang berarti H_0 diterima. Kesimpulan dapat diambil bahwa Profitabilitas tidak mampu memperkuat Pengaruh Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan dari hipotesis kedua, dimana intensitas modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas tidak mampu memperkuat pengaruh tersebut. Profitabilitas yang tinggi berarti perusahaan memperoleh laba yang tinggi dalam satu periode, laba yang tinggi ini berbanding lurus dengan tingkat penggunaan aset tetap yang intensif untuk memperoleh keuntungan yang nyata, bukan hanya berdasarkan tingkat penjualan saja, melainkan dengan pengeluaran biaya yang efisien, hal ini merupakan penilaian yang positif di mata pemegang saham/investor, namun, meskipun arah dan besaran pengaruhnya positif, pasar belum secara konsisten merespons kombinasi antara profitabilitas dan intensitas modal sebagai penentu utama nilai perusahaan. Artinya, tidak semua perusahaan dengan intensitas modal tinggi dan profitabilitas tinggi secara otomatis memperoleh penilaian pasar yang lebih tinggi.

H6: Profitabilitas Memperkuat Pengaruh Positif Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik, dapat diketahui koefisien regresi Profitabilitas yang memperkuat Pengaruh Intensitas Modal yang dihasilkan sebesar 0.131079, hal ini menunjukkan apabila Profitabilitas memperkuat Intensitas Modal mengalami peningkatan sebesar 1 unit maka Nilai Perusahaan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0.131079 unit. Hasil dari uji statistik yang dilakukan menunjukkan tanda beta sejalan hipotesis yang telah ditetapkan di dalam penelitian. Sehingga pengujian signifikansi variabel langsung dilakukan. Hasil dari pengujian signifikansi menunjukkan nilai sebesar 0.8958 atau sebesar 89,58%, nilai ini lebih besar dari alpha 5% yang berarti H_0 diterima. Kesimpulan dapat diambil bahwa Profitabilitas tidak memperkuat Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Asril et al. (2021) yang menyatakan bahwa pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh profitabilitas tidak berpengaruh. Berdasarkan kesimpulan dari hipotesis ketiga, dimana kebijakan dividen tidak memberikan pengaruh terhadap, profitabilitas yang tinggi/baik tidak mampu memperkuat pengaruh tersebut. Profitabilitas yang tinggi berarti perusahaan memperoleh laba yang tinggi dalam satu periode, menjadi sinyal bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang aman untuk menjalankan operasinya walau secara persentase, laba ditahan tidak tinggi. Namun hal ini tetap menjadi persoalan, karena apabila tingkat dividen yang dibayarkan terlalu tinggi, hal ini menjadi memberikan penafsiran bagi investor bahwa perusahaan memiliki keterbatasan untuk menginvestasikan labanya kembali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

tingkat profitabilitas yang tinggi, akan memperkuat pengaruh positif kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan namun tidak signifikan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan secara signifikan.
2. Intensitas Modal tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Kebijakan Dividen tidak berpengaruh yang Positif terhadap Nilai Perusahaan.
4. Profitabilitas tidak memperkuat Pengaruh Implementasi CSR terhadap Nilai Perusahaan..
5. Profitabilitas tidak memperkuat Pengaruh Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan.
6. Profitabilitas tidak memperkuat Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini adalah penerapan CSR yang masih cukup minim di tahun 2022, karena kurangnya pemahaman CSR karena pedoman teknis yang kurang jelas dan minimnya koordinasi antara pemerintah dan dunia usaha, Standar GRI ditetapkan di tahun 2021, sehingga informasi tersebut belum dapat diketahui oleh perusahaan di Indonesia di tahun 2022. Selain itu, penelitian ini juga mengambil sampel secara rata dari seluruh sektor perusahaan yang masuk ke dalam kategori IDX 80, sedangkan tiap sektor memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menginvestasikan sumber dayanya pada aset tetap, hal ini berarti terdapat satu sektor yang cenderung memiliki tingkat intensitas modal yang tinggi seperti perusahaan di sektor properti, sebaliknya, terdapat juga sektor yang cenderung memiliki intensitas modal yang rendah seperti perusahaan di sektor TI yang berfokus pada aset tak berwujud.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian-penelitian selanjutnya disarankan untuk memperdalam penelitian terkait penerapan CSR, yaitu kinerja lingkungan dan kinerja sosial, karena CSR merupakan satu variabel agregat dan belum tergambar secara rinci bagaimana masing-masing komponen CSR (yaitu kinerja lingkungan dan kinerja sosial), memberikan kontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan secara spesifik, karena kedua komponen tersebut memiliki karakteristik dan dampak yang berbeda terhadap nilai perusahaan, dan satu komponen dapat memberikan pengaruh yang lebih besar dibanding komponen yang lain

Daftar Pustaka

1. Anindya, K.N., & Muzakir, M. F. A. (2023). Pengaruh kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 20(1), 357–366. <https://doi.org/10.20885/jabis.vol20.iss1.art5>
2. Asril, Yeni F., & Sanjaya S. (2021). Pengaruh kebijakan hutang, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Journal of Business and Economics (JBE) UPI YPTK*, 6(3), 104–112. <https://doi.org/10.35134/jbeupiypk.v6i3.130>
3. Batubara, F. S., & Wenny, C. D. (2025). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(2), 973–985. <https://doi.org/10.60036/jbm.529>
4. Catherine, C. (2024). Analisis pengaruh intensitas modal dan penghindaran pajak terhadap nilai perusahaan. *Media Bisnis*, 16(1), 87–98. <https://doi.org/10.34208/mb.v16i1.2313>
5. Clareta, C., & Kiki, D. (2025). Pengaruh kepemilikan manajerial, risiko bisnis, leverage dan intensitas modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor infrastruktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2023. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 5(1).
6. Freeman, R. E., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020). Tensions in stakeholder theory. *Business & Society*, 59(2), 213-231. <https://doi.org/10.1177/0007650318773750>
7. Freshillya, W., Luayyi, S., & Yani, A. (2025). Pengaruh risiko litigasi, intensitas modal dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan pada sektor telekomunikasi. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 95–110. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.25456>
8. Hanindia, C., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility* (csr) terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 481–492. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14310>
9. Hörisch, J., Schaltegger, S., & Freeman, R. E. (2020). Integrating stakeholder theory and sustainability accounting: a conceptual synthesis. *Journal of Cleaner Production*, 275. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124097>
10. Indilla, F. I., & Yuliani, R. (2024). Pengaruh pengungkapan csr, kebijakan dividen, kepemilikan institusional, leverage, profitabilitas, dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 582–596. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.456>
11. Irawan, F., & Muarifah, E. (2020). Analisis penerapan corporate social responsibility (csr) dalam perspektif sharia enterprise theory: analisis penerapan corporate social responsibility (csr) dalam perspektif sharia enterprise theory. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(2), 149–178. <https://doi.org/10.52431/minhaj.v1i2.309>
12. Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh csr terhadap nilai perusahaan dengan gcg sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37. <https://doi.org/10.26486/jramb.v6i1.1054>

13. Kelly, M. M., Martin-Peters, T., & Farber, J. S. (2024). Secondary data analysis: using existing data to answer new questions. *Journal of Pediatric Health Care*, 38(4), 615–618. <https://doi.org/10.1016/j.pedhc.2024.03.005>
14. Kifli, A. Z. A. (2025). Pengaruh pengungkapan csr, emisi karbon dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 12(1), 129-146.
15. Kusuma Wardhani, K., & Hexana Sri Lastanti. (2023). Pengaruh corporate social responsibility dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan komite audit sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3775-3784. <http://dx.doi.org/10.25105/jet.v3i2.18019>
16. Kusumaningrum, D. P., & Iswara, U. S. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIaku)*, 1(3), 295–312. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i3.5509>
17. Lisa, O., & Hermanto, B. (2021). The effect of tax amnesty and taxpayer awareness to taxpayer compliance with financial condition as intervening variable. *E-Repository Dosen Universitas Gajayana Malang*.
18. Nathalie, C. (2024). Pengaruh ukuran perusahaan, intensitas modal, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan sektor industri barang konsumsi sub sektor makanan dan minuman yang telah terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2019-2022). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 3(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/2955>
19. Nurhayati, N., Eliana, E., & Jusniarti, N. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode tahun 2016-2018). *JHBIJ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 73-80.
20. Prabaningrum, E. D., & Santoso, T. R. (2025). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 8(1), 583-592.
21. Riyanti, Z. D., & Suwaidi, R. A. (2023). Analisis nilai perusahaan ritel di bursa efek Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2789–2803. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3648>
22. Santaria, N., Wibowo, A. S., & Setiawan, R. Y. (2025). Analisis manajemen laba, intensitas modal, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan: studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi sub sektor industri makanan & minuman di bei (2019-2021). *Jurnal Revenue : Jurnal Akuntansi*, 5(2), 1793–1803. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i2.726>
23. Sulbahri, R. A. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 215-226. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.140>
24. Sutisna, D., Nirwansyah, Moch., Ningrum, S. A., & Anwar, S. (2024). Studi literatur terkait peranan teori agensi pada konteks berbagai issue di bidang akuntansi. *Karimah Tauhid*, 3(4), 4802–4821. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i4.12973>
25. Vivian, G., Siregar, R. A., & Yanti, H. B. (n.d.). Pengaruh Intensitas Modal, Kinerja Keuangan, Pertumbuhan Perusahaan dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Properties and Real Estate. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4, 16178–16187.
26. Wulandari, C., & Efendi, D. (2022). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(6).
27. Yudhanti, M. C., & Susi Dwi Mulyani. (2025). Pengaruh csr, kebijakan dividen, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 5(2), 771–782. <https://doi.org/10.25105/jet.v5i2.23622>
28. Zulkifli, A. A. (2025). Pengaruh pengungkapan csr, emisi karbon dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *12 Nomor. 1 Februari, 2025*, 129–146. <https://doi.org/10.25105/jat.v12i1>