

Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan Dan Likuiditas Terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure* Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi

Kartika Wulandari^{1*}, Yani Suryani¹, Ahmad Sani¹

¹Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan Medan
Jl. Imam Bonjol, Jati, Kota Medan, Sumatera Utara
*Email: kartikawulandari2000@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel *moderating*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel berjumlah 23 perusahaan dan dalam pengamatan 5 tahun berturut-turut sehingga total data pengamatan berjumlah 115. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi. Metode analisis penelitian ini menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan *Property* dan *Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of corporate social responsibility, firm size, and leverage on firm value with profitability as a moderating variable. This type of research is quantitative research with causality approach. The population used in this study is property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020. The sample in this study used purposive sampling which is 23 companies and the observation 5 years in a row so it counts 115. Data collection techniques in this study using documentation techniques. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression. The results of this study prove that corporate social responsibility has an effect on firm value, firm size and leverage have no effect on firm value, profitability can moderate the relationship of corporate social responsibility, company size and leverage to firm value in Property and Real Estate Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2016-2020.

Keywords: *Corporate Social Responsibility*, Company Size, *Leverage*, Company Value, Profitability.

DOI: <https://doi.org/10.55983/inov.v1i5.290>



PENDAHULUAN

Umumnya suatu perusahaan akan selalu berusaha untuk mencapai tujuannya, baik itu tujuan jangka panjang maupun tujuan jangka pendek. Memaksimalkan keuntungan perusahaan dengan sumber daya yang tersedia adalah salah satu tujuan jangka pendek perusahaan, sedangkan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan salah satunya adalah mampu meningkatkan nilai perusahaan dan mensejahterahkan para *shareholder* serta *stakeholder* (Novari dan Lestari, 2016). Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan salah satu tujuan manajemen keuangan secara normatif (Wiagustini, 2014:9).

Menurut Wahyuni, dkk (2013) tujuan utama perusahaan yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan pemangku kepentingan. Mengoptimalkan nilai perusahaan dapat dicapai dengan melaksanakan tiga fungsi keuangan dimana satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya yang akan berdampak pada nilai perusahaan (Wahyuni dkk, 2013).

Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007), nilai perusahaan adalah pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Selain itu, Margaretha (2005) juga menjelaskan bahwa nilai perusahaan yang sudah *go public* tercermin dalam harga pasar saham perusahaan. Sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* nilainya terealisasi apabila perusahaan akan dijual. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *proxy* PBV (*Price to Book Value*) yang menggambarkan seberapa baik buruknya *firm value* suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. PBV juga menggambarkan seberapa jauh suatu perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang relatif terhadap jumlah modal yang diinvestasikan (Prasetya dkk, 2014).

Sektor *property* dan *real estate* merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan karena kebutuhan akan hunian dan perumahan meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk Indonesia. Kecenderungan masyarakat Indonesia yang ingin memiliki sebuah hunian akan memberikan peluang bagi perusahaan *property* dan *real estate*, perkembangan infrastruktur di Indonesia pun terus meningkat. Biaya properti yang berkembang secara konsisten akan membuka pintu keuntungan bagi para pendukung keuangan yang menempatkan asetnya di bisnis properti. Namun, pada kenyataannya harga saham pada sektor properti cenderung berfluktuatif (Suwardika dan Mustanda, 2017).

Kerangka Konseptual

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

CSR merupakan sebuah gagasan perusahaan yang tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang hanya bertumpu pada *single bottom line*, dimana nilai perusahaan direfleksikan dalam kondisi *financial*, melainkan juga direfleksikan dalam sosial dan lingkungan. Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan juga memerhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Wati, 2019). Retno dan Anggraini (2006) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena hal ini akan meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Chairiri dan Ghazali (2014:438) mengungkapkan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencari laba. Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Lim (2018) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian

tersebut menyimpulkan bahwa CSR yang dilaksanakan dalam suatu perusahaan akan membawa beberapa manfaat yang dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Pendapat ini juga didukung oleh penelitian Hermawati, dkk (2018) yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Rudangga dan Sudiarta (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Investor cenderung menyukai perusahaan besar yang dapat menghasilkan laba lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil yang menghasilkan laba lebih sedikit karena dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengidentifikasikan bahwa semakin besar skala suatu perusahaan maka dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang stabil. Pendapat ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Lim (2018) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Penggunaan hutang pada perusahaan berpengaruh pada perkembangan dan percepatan dalam melakukan penyelesaian setiap proyek yang dimiliki perusahaan. Sartono (2001) menyebutkan bahwa *leverage* adalah penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham. Dengan makin banyaknya proyek yang dapat diselesaikan perusahaan akan berdampak terhadap peningkatan *net income* yang selanjutnya akan berpengaruh pada PBV perusahaan. Kinerja perusahaan juga akan meningkat dengan menyeimbangkan biaya utang, sementara manfaat yang dapat diterima ketika manajemen dapat mengatur utang dan meminimalkan biaya modal. Hal ini akan berdampak pada pertimbangan para investor dalam menilai suatu perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi di suatu perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyebutkan bahwa nilai *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang berarti bahwa semakin tinggi nilai *leverage* maka nilai perusahaan juga akan semakin meningkat hal tersebut dapat terjadi karena pelunasan bunga atas pinjaman dapat mengurangi beban biaya yang semestinya dialokasikan untuk pembayaran pajak, dengan adanya kegiatan tersebut maka dapat meningkatkan nilai EAT sehingga laba perusahaan meningkat dan penilaian pasar terhadap perusahaan juga akan meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020) juga menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Retno dan Anggraini (2006) menyebutkan bahwa banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR. Semakin baik kinerja perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya, maka nilai perusahaan semakin meningkat dan akibatnya para investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryana dan Bhebe (2019) yang menyebutkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Hermawati, dkk (2018). Profitabilitas dapat memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pratama dan Wiksuana (2016) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan yang besar mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas yang tinggi juga. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Dengan banyaknya sumber pendanaan yang diperoleh, perusahaan akan mendapatkan peluang yang lebih banyak untuk memperoleh laba karena sumber dana yang dimiliki untuk menunjang kegiatan operasionalnya pun lebih banyak. Jika tingkat perolehan laba tinggi, maka akan meningkatkan harga saham yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

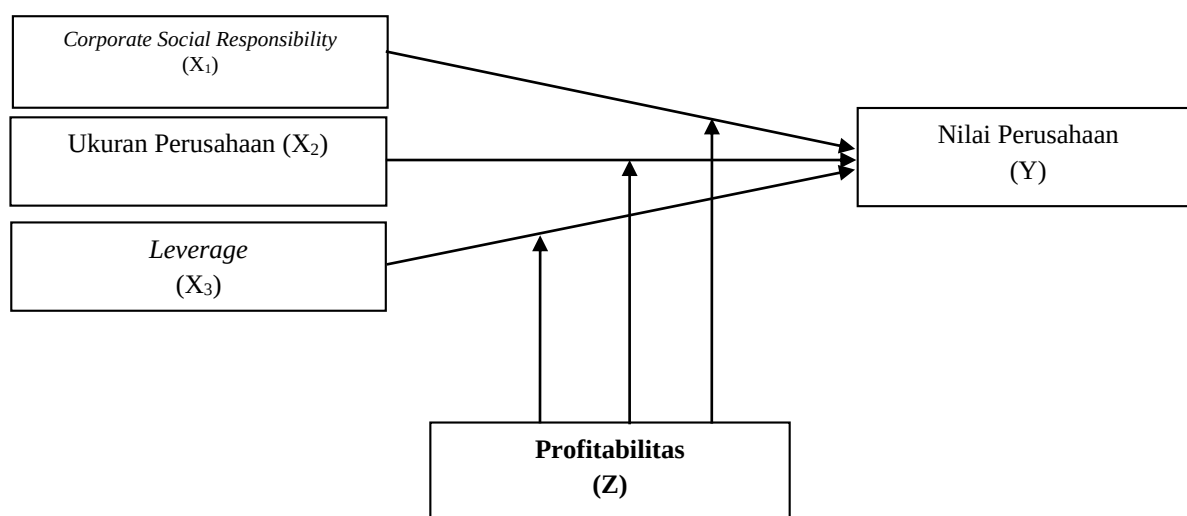
Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020) yang menyebutkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar mempunyai pengaruh terhadap peningkatan profitabilitas (Hansen, 2014). Perusahaan yang mampu meningkatkan laba, mengindikasikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan dapat meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Pendapat ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Abudanti (2019). Profitabilitas dapat memoderasi hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Leverage rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva dibiayai dari hutang. Menurut Fahmi (2014) rasio *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana kemampuan perusahaan untuk mengelola hutangnya untuk memperoleh keuntungan dan juga mampu melunasi kembali hutangnya. Profitabilitas mampu memperkuat hubungan *leverage* menandakan bahwa dengan meningkatnya laba dapat

menutupi hutang kepada pihak luar sehingga kebutuhan pendanaan dalam operasional perusahaan menjadi tidak terganggu. Jadi jika perusahaan ingin memenuhi dana untuk operasional perusahaan yang tidak mampu didanai perusahaan sendiri, maka perusahaan perlu meningkatkan laba perusahaannya, karena profitabilitas merupakan pertimbangan beberapa jumlah pinjaman yang akan dilakukan. Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah, dkk (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh penelitian Dewi dan Abundanti (2019).

Profitabilitas dapat memoderasi hubungan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Menurut (Sugiyono, 2018) penelitian kausalitas adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel yang lain yang menjadi variabel terikat. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah populasi perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020 yang berjumlah 63 perusahaan. Pada penelitian ini pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, jumlah perusahaan yang dapat dijadikan sampel sebanyak 23. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji hipotesis, koefisien determinasi dan uji residual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

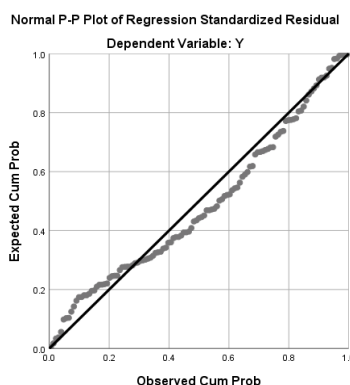
Analisis Statistik Deskriptif

Tabel . Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	115	.03	.35	.1793	.05989
X2	115	25.81	31.74	29.3820	1.37065
X3	115	.03	4.56	.8374	.70308
Y	115	.00	3.43	.8559	.66024
Z	115	.00	.84	.0618	.08862
Valid N (listwise)	115				

Nilai Perusahaan (Y) diketahui bahwa nilai rata-rata nilai perusahaan adalah 0.855 dengan standar deviasi 0.660. Nilai minimum nilai perusahaan adalah 0,00 dengan nilai maksimum 3,43. CSR (X1) diketahui bahwa nilai rata-rata CSR adalah 0.1793 dengan standar deviasi 0.059. Nilai minimum CSR adalah 0,03 dengan nilai maksimum 0,35. Ukuran Perusahaan (X2) diketahui bahwa nilai rata-rata ukuran perusahaan adalah 29.38 dengan standar deviasi 1.37. Nilai minimum ukuran perusahaan adalah 25,81 dengan nilai maksimum 31,74. *Leverage* (X3) diketahui bahwa nilai rata-rata *leverage* adalah 0.837 dengan standar deviasi 0.703. Nilai minimum *leverage* adalah 0,03 dengan nilai maksimum 4,56. Profitabilitas (Z) diketahui bahwa nilai rata-rata profitabilitas adalah 0.061 dengan standar deviasi 0.088. Nilai minimum profitabilitas adalah 0,00 dengan nilai maksimum 0,84.

Uji Asumsi Klasik



Gambar 2. Uji Normalitas

Berdasarkan gambar grafik 1 *normal probability plot* dapat dilihat bahwa gambar *P-Plot* terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3. *One Sampel Kolmogrov Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.8559130
	Std. Deviation	.31726410
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.117
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

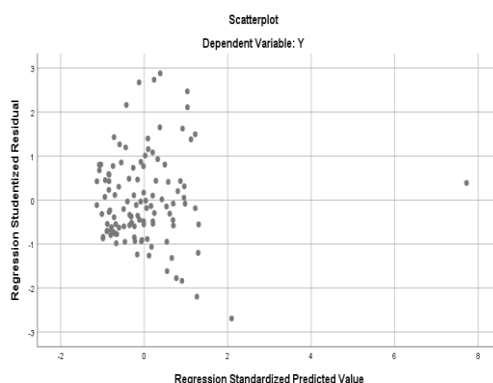
Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi diperoleh dengan nilai *Asymp Sig* 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual pada penelitian yang dilakukan menunjukkan data berdistribusi secara normal.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.778	1.285
X2	.792	1.263
X3	.821	1.218
Z	.854	1.170

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Tabel 3, Nilai VIF untuk variabel CSR $1.285 < 10$ dan angka *tolerance* $0,778 > 0,10$, maka variabel CSR dinyatakan terbebas dari multikolineritas. Nilai VIF untuk variabel ukuran perusahaan $1.263 < 10$ dan angka *tolerance* $0,792 > 0,10$, maka variabel ukuran perusahaan dinyatakan terbebas dari multikolineritas. Nilai VIF untuk variabel *leverage* $1.218 < 10$ dan angka *tolerance* $0,821 > 0,10$, maka variabel *leverage* dinyatakan terbebas dari multikolineritas.



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas

Grafik *scatterplot* pada gambar 2 dapat dilihat bahwa titik-titik telah menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y yang artinya model terbebas dari heteroskedastisitas. Selain itu, uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan cara statistik yaitu uji *glejser*. Uji *Glejser* digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan meregresikan variabel bebas terhadap *Absolute* residual. Suatu model regresi dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tingkat signifikansi masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,05.

Tabel 4. Hasil Uji *Glejser*

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.059	.808		.073	.942
X1	.064	.652	.010	.098	.922
X2	.014	.028	.050	.479	.633
X3	.056	.054	.106	1.026	.307
Z	.782	.421	.188	1.860	.066

a. Dependent Variable: ABSRES
Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai signifikan semua variabel independen lebih besar dari 0,05 yang artinya model regresi tidak lagi mengalami masalah heteroskedasitas.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.481 ^a	.231	.203	.58944	1.683

a. Predictors: (Constant), Z, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 diketahui nilai *Durbin-Watson* (DW) adalah sebesar 1.683. Selanjutnya nilai yang didapat akan dibandingkan dengan nilai tabel DW pada signifikansi 5% yaitu ditemukan nilai dL sebesar 1.078 dan dU sebesar 1.660. Jadi dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1.683 lebih besar dari batas dU yakni 1,660 dan kurang dari $(4-D_u) = 2,34$ atau dapat ditulis dengan $d_U < d < 4-d_U$, yaitu $1,660 < 1,683 < 2,34$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi. Dengan demikian, analisis regresi linear berganda untuk uji hipotesis penelitian dapat dilakukan.

Regresi Liner Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.320	1.348		.979	.330
X1	3.198	1.133	.290	2.823	.006
X2	-.033	.048	-.068	-.685	.495
X3	-.092	.090	-.098	-1.017	.311

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah, 2022

Berdasarkan *output* SPSS pada tabel 6, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 1.320 + 3.198X_1 - 0.033X_2 - 0,092X_3$. Model tersebut menunjukkan arti bahwa: Konstanta memiliki nilai positif sebesar 1,320. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika semua variabel independen yang meliputi CSR (X_1), ukuran perusahaan (X_2), dan *leverage* (X_3) tidak mengalami perubahan, maka nilai konstanta nilai perusahaan adalah 1,320. Nilai koefisien CSR (X_1) sebesar 3,198 dengan bernilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan pada CSR sebesar 1 kali, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 3,198 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Nilai koefisien ukuran perusahaan (X_2) sebesar -0.033 dengan bernilai negatif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan pada ukuran perusahaan sebesar 1 kali, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0.033 dengan asumsi variabel yang lain konstan. Nilai koefisien *leverage* (X_3) sebesar -0.092 dengan bernilai negatif Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan pada *leverage* sebesar 1 kali, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0.092 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

Uji Kelayakan Model Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.262 ^a	.069	.043	.64573

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel 7, Nilai R^2 = 0.069 berarti nilai perusahaan mampu dijelaskan oleh variabel CSR, ukuran perusahaan, dan *leverage* sebesar 69% sedangkan sisanya sebesar 31% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya diluar lingkup penelitian

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.411	3	1.137	2.727	.048 ^b
	Residual	46.283	111	.417		
	Total	49.694	114			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 8 menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$, selain itu pada tabel 8 juga menunjukkan F-hitung (2,727) > F-tabel (2,69) yang berarti bahwa CSR, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dapat disimpulkan CSR, ukuran perusahaan, dan *leverage* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error		Beta		
1	(Constant)	1.320	1.348		.979	.330
	X1	3.198	1.133	.290	2.823	.006
	X2	-.033	.048	-.068	-.685	.495
	X3	-.092	.090	-.098	-1.017	.311

a. Dependent Variable: Y

Pengujian H_1 CSR terhadap Nilai Perusahaan berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa variabel CSR memiliki nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$, yang berarti bahwa H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengujian H_2 ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan berdasarkan table 9 dapat dilihat bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,495 >$

0,05, yang berarti bahwa H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengujian H_3 *leverage* terhadap Nilai Perusahaan berdasarkan tabel 9 dapat dilihat bahwa variabel *leverage* memiliki nilai signifikan sebesar $0,311 > 0,05$, yang berarti bahwa H_0 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengujian Variabel Moderating

Tabel 10. Hasil Uji Signifikan Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.072	.026		2.750	.007
X1	-.058	.139	-.039	-.419	.676

a. Dependent Variable: Z

Dari tabel 10 diperoleh persamaan:

$$Z_1 = 0.072 - 0.058X_1 + 0.139$$

Tabel 11. Hasil Uji Residual-1

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.016	.011		1.435	.154
Y	-.036	.010	.314	3.520	.001

a. Dependent Variable: ABS_RES1
 Sumber: data diolah, 2022

Dari tabel 11 diperoleh persamaan: $0,010 = 0,016 - 0,036Y$

Sehingga dapat disimpulkan dari tabel 11 bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* periode 2016-2020. Dengan koefisien parameter sebesar 0,036 bernilai negatif dan nilai signifikansi $0,001 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Tabel 12. Hasil Uji Signifikan Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.486	.174		2.784	.006
X2	-.014	.006	-.223	-2.432	.017

a. Dependent Variable: Z

Dari tabel 12 diperoleh persamaan:

$$Z_2 = 0.486 - 0.014X_2 + 0.006$$

Tabel 13. Hasil Uji Residual-2

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.018	.010		1.731	.086
Y	-.035	.010	.321	3.600	.000

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber: Data diolah 2022

Dari tabel 13 diperoleh persamaan: $0,010 = 0,018 - 0,035Y$. Sehingga dapat disimpulkan dari tabel 13, variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* periode 2016-2020. Dengan koefisien parameter sebesar 0,035 bernilai negatif dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 14. Hasil Uji Signifikan Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.091	.012		7.331	.000
X3	-.035	.011	-.278	-3.101	.002

a. Dependent Variable: Z

Dari tabel 14 diperoleh persamaan:

$$Z_3 = 0,091 - 0,035X_3 + 0,011$$

Tabel 15. Hasil Uji Residual-3

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.018	.011		1.671	.098
Y	-.029	.010	.256	2.810	.006

a. Dependent Variable: ABS_RES3

Sumber: Data diolah 2022

Dari tabel 15 diperoleh persamaan: $0,010 = 0,018 - 0,029Y$. Sehingga dapat disimpulkan dari tabel 15 bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap hubungan antara *leverage* dengan nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* periode 2016-2020. Dengan koefisien parameter sebesar 0,029 bernilai negatif dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa secara parsial CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dapat dilihat pada tabel 9 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$. Maka, hipotesis pertama pada penelitian ini diterima. Hal ini berarti bahwa CSR mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di BEI.

Perusahaan harus memahami bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya bekerja untuk keuntungan sendiri, tetapi harus memberikan keuntungan kepada mitra. Salah satu teknik perusahaan untuk memenuhi kepentingan mitra adalah dengan melaksanakan CSR. CSR adalah kegiatan yang disengaja dilakukan oleh perusahaan untuk mengejar misi dan memenuhi komitmennya kepada mitra, seperti karyawan, lingkungan, dan masyarakat pada umumnya. Definisi ini sensitif terhadap tiga perhatian utama: kekhawatiran bagi individu, lingkungan, dan manfaat (Retno dan Anggraini, 2006).

Chairiri dan Ghozali (2014:438) mengungkapkan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan maka *stakeholder* akan semakin puas dan memberikan dukungannya kepada perusahaan yang bertujuan untuk menaikkan kinerja dan mencari laba. Dengan terpenuhinya kepentingan *stakeholder*, maka akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan dimata para *stakeholder* (Firda dan Efriadi, 2020). Hal ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Lim (2018) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa CSR yang dilaksanakan dalam suatu perusahaan akan membawa beberapa manfaat yang dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Salah satu diantaranya adalah kontribusi positif perusahaan yang melakukan CSR akan mendapatkan image positif dari investor. Pendapat ini juga didukung oleh penelitian Hermawati, dkk (2018) yang menyebutkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Namun, pendapat ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryana dan Bhebbhe (2019) yang menyebutkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang mengindikasikan bahwa informasi CSR belum menjadi pertimbangan penting bagi investor. Pengungkapan CSR yang tinggi atau rendah yang dilakukan oleh perusahaan, tidak menjadi informasi yang penting bagi investor. Pengungkapan CSR bagi investor tidak akan berdampak langsung pada nilai investasi dan *expected return* dari investasinya.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dapat dilihat pada tabel 9 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,495 < 0,05$. Maka, hipotesis kedua pada penelitian ini tidak diterima. Hal ini berarti bahwa ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan hasil uji analisis berganda menunjukkan jika nilai ukuran perusahaan bernilai negatif, ini menunjukkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan tidak diikuti dengan nilai perusahaan Menurut Cheng *et al* (2010) menyatakan bahwa perusahaan dengan ukuran lebih tinggi umumnya memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah, ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan yang terlalu besar dianggap sebagai sinyal negatif bagi para investor ataupun calon investor. Selain itu, ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap akan menyebabkan kurangnya efisiensi pengawasan kegiatan operasional

dan strategi oleh jajaran manajemen, sehingga dapat mengurangi nilai perusahaan. Kondisi ini disebabkan karena adanya perbedaan kepentingan antara pemegang saham dengan manajer.

Selain itu, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan yang besar belum tentu bisa menjamin nilai perusahaan tinggi, karena perusahaan besar mungkin belum tentu berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi, sebelum kewajiban sudah terlunasi (Khotimah dkk, 2020). Setiap kali seorang investor perlu mengevaluasi sebuah perusahaan, dia tidak akan melihat ukuran perusahaan yang digambarkan melalui total aktiva perusahaan tersebut. Namun, para investor akan mensurvei berbagai perspektif seperti kinerja perusahaan, nama baik perusahaan, serta kebijakan dividen sebelum memilih untuk menempatkan aset mereka didalam perusahaan.

Pendapat ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dilihat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pendapat ini sejalan dengan penelitian Languju, dkk (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan bukan merupakan bahan pertimbangan investor dalam melakukan investasi.

Namun pendapat berlawanan dikemukakan oleh Firda dan Efriadi (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini berarti bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan. Ini karena para investor akan lebih menyukai perusahaan besar yang dapat menghasilkan lebih banyak keuntungan dibandingkan dengan perusahaan kecil yang menghasilkan lebih sedikit keuntungan karena perusahaan besar dianggap memiliki kondisi yang lebih stabil.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini dapat dilihat pada tabel 9 yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,311 < 0,05$. Maka, hipotesis ketiga pada penelitian ini tidak diterima. Hal ini berarti bahwa *leverage* tidak mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di BEI.

Semakin tinggi nilai *leverage* semakin turun nilai perusahaan. Oleh karena itu penggunaan hutang harus dibatasi alangkah lebih baik juga jika manajemen lebih memanfaatkan pendanaan. Besar kecilnya *leverage* tidak ada hubungannya dengan nilai perusahaan atau dengan kata lain *leverage* tidak dapat dikelola untuk meningkatkan nilai perusahaan (Khotimah dkk, 2020). Menurut Prasetyorini (2013) mengatakan bahwa perusahaan dalam mendanai aktivitasnya cenderung menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang. Kecukupan dana yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivitasnya yang diperoleh dari modal sendiri membuat perusahaan mengurangi proporsi hutangnya. Penggunaan hutang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima atas penggunaan hutang karena manfaat yang diterima tidak sebanding dengan biaya yang ditimbulkan, sehingga proporsi hutang yang tinggi dapat menurunkan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Letari (2016) yang mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang menyiratkan bahwa perusahaan dalam membiayai aktivitasnya umumnya akan menggunakan modal sendiri (*internal financing*) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada

memanfaatkan kewajiban. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviarni, dkk (2019) yang mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai DER dapat menggambarkan kebijakan pendanaan dalam perusahaan, manajemen dapat memutuskan untuk menaikkan pendanaan melalui hutang dalam bentuk obligasi atau melalui modal dalam bentuk saham. Utang yang optimal terjadi ketika manfaat penghematan pajak mencapai jumlah yang maksimal terhadap biaya modal, perusahaan akan terus berhutang sampai dengan tingkat tertentu dimana penghematan pajaknya lebih besar daripada biaya modalnya. Namun jika utang tersebut terus ditingkatkan maka akan dialami keadaan dimana biaya modalnya lebih besar dari tingkat penghematan pajak karena semakin banyak uang yang dipinjam maka akan menaikkan biaya modalnya.

Hal ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwardika dan Mustanda (2017) yang menyatakan bahwa nilai *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan, dan itu berarti bahwa semakin tinggi nilai *leverage* maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini dapat terjadi karena pelunasan bunga atas pinjaman dapat menurunkan biaya, yang harus dibagi untuk pembayaran pajak, dengan kegiatan ini dapat meningkatkan nilai EAT sehingga keuntungan perusahaan meningkat dan nilai pasar perusahaan juga akan meningkat.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa profitabilitas mempengaruhi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 11 yang menunjukkan koefisien parameter sebesar 0,036 bernilai negatif dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

Retno dan Anggraini (2006) menyebutkan bahwa banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor. Sehingga masyarakat akan memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Semakin baik kinerja perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya, maka nilai perusahaan semakin meningkat dan akibatnya para investor akan tertarik untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pula pengungkapan informasi sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryana dan Bhebhe (2019) yang menyebutkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang semakin besar menunjukkan perusahaan mampu mendapatkan laba yang semakin besar, sehingga perusahaan mampu untuk meningkatkan aktivitas tanggung jawab sosial, serta mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan dengan lebih luas. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Sulistyaningsih, dkk (2017) yang menyebutkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat. Selain itu profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan usaha dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah usaha tersebut memiliki prospek yang baik dimasa yang akan datang. Dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam waktu yang lama maka akan meningkatkan penjualan dan hal ini akan langsung berdampak pada

tingkat profitabilitas perusahaan. Dengan demikian tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan akan memperkuat hubungan pengungkapan tanggungjawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan

Pada penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020) menunjukkan bahwa profitabilitas sebagai variabel pemoderasi melemahkan hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Terlepas dari seberapa besar tingkat profitabilitas perusahaan, tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa profitabilitas mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 13 yang menunjukkan koefisien parameter sebesar 0,035 bernilai negatif dan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pratama dan Wiksuana (2016) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan yang besar mampu meningkatkan nilai perusahaan dengan adanya profitabilitas yang tinggi juga. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Dengan banyaknya sumber pendanaan yang diperoleh, perusahaan akan mendapatkan peluang yang lebih banyak untuk memperoleh laba karena sumber dana yang dimiliki untuk menunjang kegiatan operasionalnya pun lebih banyak. Jika tingkat perolehan laba tinggi, maka akan meningkatkan harga saham yang akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020) yang menyebutkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu meningkatkan laba, mengindikasikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan dapat meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut (Rudangga dan Sudiarta, 2016). Pendapat ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Abudanti (2019) yang menyebutkan bahwa semakin besar skala perusahaan maka profitabilitas juga akan meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, maka nilai perusahaan akan meningkat. Hal tersebut dikarenakan investor mendapat sinyal positif dari perusahaan sehingga permintaan saham juga akan meningkat, yang akan ditandai dengan meningkatnya nilai PBV. Penilaian ini tidak sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah, dkk (2020) yang mengatakan bahwa profitabilitas melemahkan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas dalam Memoderasi *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa profitabilitas mempengaruhi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Hasil ini dapat dilihat pada tabel 15 yang menunjukkan koefisien parameter sebesar 0,029 bernilai negatif dan nilai signifikansi $0,006 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Menurut Fahmi (2014) rasio *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan bagaimana kemampuan perusahaan untuk mengelola hutangnya untuk memperoleh keuntungan dan juga mampu melunasi kembali hutangnya. Profitabilitas mampu memperkuat hubungan

leverage menandakan bahwa dengan meningkatnya laba dapat menutupi hutang kepada pihak luar sehingga kebutuhan pendanaan dalam operasional perusahaan menjadi tidak terganggu. Jadi jika perusahaan ingin memenuhi dana untuk operasional perusahaan yang tidak mampu didanai perusahaan sendiri, maka perusahaan perlu meningkatkan laba perusahaannya, karena profitabilitas merupakan pertimbangan beberapa jumlah pinjaman yang akan dilakukan. Pendapat ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khotimah, dkk (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas dapat memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan dan didukung oleh penelitian Dewi dan Abundanti (2019) yang menyebutkan bahwa profitabilitas memiliki peran penting dalam kebijakan hutang, dimana kebijakan ini pada akhirnya dapat memaksimalkan nilai perusahaan. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Firda dan Efriadi (2020) menyebutkan bahwa variabel moderasi, profitabilitas, memperlemah pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan pengujian yang dilakukan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020, dapat disampaikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari Uji t menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
2. Hasil dari Uji t menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
3. Hasil dari Uji t menunjukkan bahwa secara parsial *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
4. Berdasarkan hasil dari Uji Variabel *Moderating* dengan Uji Residual menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
5. Berdasarkan hasil dari Uji Variabel *Moderating* dengan Uji Residual menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.
6. Berdasarkan hasil dari Uji Variabel *Moderating* dengan Uji Residual menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020.

Berdasarkan hasil analisis pembahasan dan simpulan pada penelitian ini, adapun saran-saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk penelitian selanjutnya disarankan agar menambah variabel independen agar dapat mengetahui faktor-faktor lain apa saja yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Misalnya penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel struktur modal karena struktur modal merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk mengubah sektor penelitian yang tidak hanya perusahaan *property and real estate* saja agar hasil penelitian nantinya dapat menggambarkan perkembangan nilai perusahaan di Indonesia mengingat bahwa investor akan melihat nilai

perusahaan suatu perusahaan untuk melakukan investasi. Bagi Perusahaan diharapkan untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan nya dengan baik karena dengan meningkatnya nilai perusahaan dapat menjadi sebuah prestasi tersendiri bagi perusahaan tersebut, sehingga kesejahteraan para *stakeholders* juga akan meningkat.

REFERENSI

- Athanasius, T. (2012). *Berinvestasi Saham*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Bisnis. (2021). Pasar properti masih bertumbuh di 2020 <http://rei.or.id/newrei/berita-rei-pasar-properti-masih-bertumbuh-di-2020.html> diakses tanggal 17 Januari 2021
- Bisnis. (2021). Tren Data Pertumbuhan Industri Real Estate (Properti), 2011 – 2021 <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-real-estate-properti-2010-2021/> diakses tanggal 17 Januari 2021
- Brigham, E.F dan Houston, Joel F. (2001). *Manajemen Keuangan*. Edisi 8. Jakarta: Erlangga.
- Brigham dan Huston. (2006). *Fundamental of Financial Management : Dasar Dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan, Buku Satu*. Edisi Kesepuluh, Ahli Bahasa Ali Akbar Yulianto. Jakarta: Salemba Empat.
- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joel F. (2011). *Essentials of Financial Management*. Edisi 11. Terjemahan oleh Ali Akbar Y. Jakarta: Salemba Empat
- Chariri, A., dan Ghozali, I., (2014). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Edisi keempat.
- Chandrarini, G. (2017). *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat
- Cheng, Y., Liu, Y., & Chien, C. (2010). *Capital structure and firm value in China : A panel threshold regression analysis*, 4(12), 2500–2507.
- Dewi, N. P. I. K., dan Abundanti, N. (2019). Pengaruh leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi. *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 3028-3056. ISSN: 2302-8912
- Edusaham. (2019). INDIKATOR PENGUNGKAPAN CSR MENURUT GRI G4 PDF <https://www.edusaham.com/2019/02/download-indikator-pengungkapan-csr-menurut-gri-g4-pdf.html> diakses tanggal 25 November 2021
- Fahmi, Irham. (2014). *Pengantar Manajemen Keuangan, Teori dan Soal Jawab*. Alfabeta, Bandung
- Firda, Y., dan Efriadi, A. R. (2020). Pengaruh CSR Disclosure, Firm Size, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Moderasi Perusahaan Pertambangan di BEI. *Indonesian Journal of Economics Application (IJE)*, 2(1), 34-43. ISSN: 2622-2299
- Fitriani, A. (2017). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*. Skripsi, Universitas Negeri Semarang.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBS SPSS 21*. Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 (ED KE-8)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Undip

- Hansen, V. (2014). Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, dan Leverage terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi. *Business Accounting Review*, 2(1), 121-130.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Harmono, (2014). *Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard*, Edisi Pertama, Bumi Aksara, Jakarta.
- Hartono, Jogiyanto. (2008). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Edisi Kelima. BPFE. Yogyakarta.
- Hendraliany, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kebijakan Deviden Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013–2017). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1), 47-58. ISSN: 2252-6226
- Hermawati, D., Paramita, P. D., dan Oemar, A. (2018). Pengaruh Return On Investment (ROI) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia, Sub Sektor Pulp & Kertas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016). *Journal Of Accounting*, 4(4).
- Hertina, D., Hidayat, M. B. H., dan Mustika, D. (2019). Ukuran perusahaan, kebijakan hutang dan profitabilitas pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ecodemica*, 3(1), 1-10. ISSN: 2355-0295
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini Dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta : Grasindo.
- Husaini, A. (2012). Pengaruh Variabel Return On Assets, Return On Equity, Net Profit Margin Dan Earning Per Share Terhadap Harga Saham Perusahaan. *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1).
- Husnan, Suad. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapan (Keputusan Jangka Panjang)*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmu Akuntansi*, 10(2), 333-348.
- Ikatan Akuntansi Indonesia. (2013). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan. No. 1 Revisi 2013. Paragraf 15. Tentang Penyajian Laporan Keuangan.
- Jama'an. (2008). *Teori Manajemen Keuangan, Pemasaran, Perbankan dan SDM*. <http://ekonomi.kabo.biz/2011/07/teori-sinyal.html>
- Jensen, M. C., dan Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.
- Kasmir. (2008). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Kasmir. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: RajaGrafindo Persada
- Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT . Raja Grafindo Persada
- Khotimah, S. N., Mustikowati, R. I., dan Sari, A. R. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 8(2).
- Kusuma, R. A. W., dan Priantinah, D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi Dan Konvensional Periode 2014-2016. *Jurnal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 7(2), 91-105. e-ISSN: 2715-7016

- Languju, O. (2016). Pengaruh return on equity, ukuran perusahaan, price earning ratio dan struktur modal terhadap nilai perusahaan property and real estate terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2).
- Liputan 6. (2021). Tiap Tambahan Anggaran Rp 1 ke Sektor Properti, Dampaknya ke Ekonomi <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4597212/tiap-tambahan-anggaran-rp-1-ke-sektor-properti-begini-dampaknya-ke-ekonomi> diakses tanggal 17 Januari 2021
- Mahendra, Rendi. (2016). ISO 26000 sebagai Standar Global dalam Pelaksanaan CSR <https://isoindonesiacenter.com/sekilas-tentang-iso-26000/> diakses tanggal 25 November 2021
- Manoppo, H., dan Arie, F. V. (2016). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(2). ISSN: 2303-1174
- Mardiyanto, Handono.(2009). *Inti Sari Manajemen Keuangan*. Jakarta: Grasindo
- Margaretha, Farah. (2005). *Teori dan Aplikasi Manajemen Keuangan Investasi dan Sumber Dana Jangka Panjang*. Jakarta : Penerbit PT Grasindo
- Melewar, TC. (2008). *Facets of Corporate Identity, Communications and Reputations*. New York: Routledge
- Myers, S. C. (2001). Capital structure. *Journal of Economic perspectives*, 15(2), 81-102.
- Novari, P. M., dan Lestari, P. V. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate* (Doctoral dissertation, Udayana University). Vol 05, No 09. ISSN: 2302-8912
- Nuryana, I., dan Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 142-146. ISSN: 2598-777
- Oktaviarni, F., Murni, Y., dan Suprayitno, B. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Sektor Real Estate, Properti, dan Konstruksi Bangunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 4(3), 335218. ISSN: 2303-0356
- Pramana, I G N Agung Dwi dan I Ketut Mustanda. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*. 5(1): h: 561-594
- Praselia, T. E., Tommy, P., & Saerang, I. S. (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei. *Ukuran Jurnal EMBA*, 8792(2), 879–889
- Pratama, I. G. B. A., dan Wiksuana, I. G. B. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel mediasi* (Doctoral dissertation, Udayana University). Vol. 5, No. 2, Hal: 1338-1367. ISSN: 2302-8912
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, price earning ratio dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal ilmu manajemen*, 1(1), 183-196.
- Rahmawati. (2012). *Teori Akuntansi Keuangan*. Edisi 1. Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.www.ojk.go.id
- Republik Indonesia. Peraturan Pemerintah Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbataswww.ojk.go.id
- Retno, Reni dan Anggraini, Fr. (2006) “Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor

- yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan”. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang, 23-26 Agustus.
- Rivai dan Veithzal. (2013). *Financial Institution Management*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Riyanto, Bambang. (2010). *Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Riyanto, B. (2012). *Dasar - Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE
- Rudangga, I. G. N. G., dan Sudiarta, G. M. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University). Vol. 5, No. 7, Hal: 4394-4422. ISSN: 2302-8912
- Sanusi, A. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Sari, Ratna Chandra dan Zuhrotun. (2006). “Keinformatifan Laba Di Pasar Obligasi Dan Saham: Uji Liquidation Option Hypothesis”. Simposium Nasional Akuntansi 9, Padang.
- Sartono, Agus. (2001). *Manajemen Keuangan : Teori dan Aplikasi*. Edisi Keempat. Yogyakarta: BPFE
- Setiawati, L. W., dan Lim, M. (2018). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011--2015. *Jurnal Akuntansi*, 12(1).
- Setiyadi. (2007). Pengaruh Company Size, Profitability, dan Institutional Ownership Terhadap CSR Disclosure. *Jurnal Ekonomi*. Bandung : Universitas Padjajaran
- Sihombing, G. (2008). *Kaya dan Pinter Jadi Trader & Investor Saham*. Indonesia Cerdas, Yogyakarta.
- Sinaga, Benni. (2012). *Cara Tercepat Temukan Sinyal Jual Beli Saham*. Jakarta: Duajari Terangkat
- Sinaga, L. V., Nababan, A. M., Sinaga, A. N., Hutahean, T. F., dan Guci, S. T. (2019). Pengaruh Sales Growth, Firm Size, Debt Policy, Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 2(2), 345-355. doi: <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.664>
- Sudiyanto, B., dan Puspitasari, E. (2010). *Tobin's Q dan Altman Z-Score sebagai Indikator Pengukuran Kinerja Perusahaan*. 2 No. 1, 9–21.
- Sugiyono, (2003). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sujoko dan Soebiantoro, Ugy. (2007). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(1): h: 41- 48.
- Sukmadi. (2010). *Pengantar Ekonomi Bisnis*. Bandung: Humaniora.
- Sulistyaningsih, S., Wijayanti, A., dan Masitoh, E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi*. ISSN: 2337-4349
- Sutama, D., dan Lisa, E. (2018). Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(1), 21-39.
- Suwardika, I. N. A., dan Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh leverage, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada*

- perusahaan properti* (Doctoral dissertation, Udayana University). Vol. 6, No. 3, Hal: 1248-1277. ISSN: 2302-8912
- Tandelilin, Eduardus. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. BF: Yogyakarta
- Valerie, A., dan Dermawan, E. S. (2019) Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Property Dan Real Estate. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(4), 1094-1103. doi: <http://dx.doi.org/10.24912/jpa.v1i4.5687>
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-117.
- Wahyuni, T., Ernawati, E., dan Murhadi, W. R. (2013). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan di sektor property, real estate & building construction yang terdaftar di BEI periode 2008-2012. *Calyptra*, 2(1), 1-18. ISSN: 2623-2634
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myria Publisher.
- Wiagustini, Ni Luh Putu. (2014). *Manajemen Keuangan*. Cetakan Pertama. Denpasar: Udayana University Press.
- Wijaya, Bayu Irfandi dan Panji, I. B. Sedana. (2015). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi). *E-Jurnal Manajemen Unud*. 4(12): h: 4477- 4500.