

**PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMODERASI
PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE**

Dimas Ilham Nur Rois^{1)*}, Fithri Setya Marwati²⁾

Akuntansi, Universitas Islam Batik Surakarta¹

Manajemen, Universitas Islam Batik Surakarta²

Email : dimasilham94@gmail.com¹, fithri_marwati@yahoo.com²

Abstract

Penelitian mengenai "Peran Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti dan Real Estate" bertujuan untuk menganalisis bagaimana CSR mempengaruhi hubungan antara profitabilitas dan leverage dengan nilai perusahaan pada sektor properti dan real estate. Penelitian ini akan menguji apakah CSR dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini difokuskan untuk menguji pengaruh profitabilitas, leverage, corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan serta peran corporate social responsibility dalam memoderasi pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. Subjek penelitian adalah perusahaan properti dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021-2022. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan. Metode pengambilan sampel ditentukan dengan menggunakan metode purposive sampling. Metode penelitian dalam penelitian adalah analisis regresi linier berganda dan Moderated Regression Analysis (MRA) dihitung menggunakan aplikasi SPSS Versi 21.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Leverage, Nilai Perusahaan, Profitabilitas

1. PENDAHULUAN

masyarakat Indonesia melakukan pembelian properti masih dibiayai dari fasilitas KPR. Hasil survei kementerian keuangan menunjukkan bahwa sebanyak 75,08% masyarakat membeli dengan menggunakan fasilitas KPR, 16,89% secara tunai bertahap dan 8,04% secara tunai. (**Kemenkeu**). Untuk mengatasi penurunan minat masyarakat untuk membeli properti di masa pandemi covid-19, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 138/2020 tentang Tata Cara Pemberian Subsidi Bunga/Subsidi Margin dalam rangka pemulihan perekonomian nasional. Program pemberian subsidi kredit pemilikan rumah dan insentif pajak pertambahan nilai yang ditanggung oleh pemerintah ini menunjukkan peningkatan kepemilikan rumah oleh masyarakat

sebesar 3,9% ditahun 2022 dari tahun 2020 yang hanya ada 80,1% masyarakat yang memiliki rumah. (BPS)

Profitabilitas berperan penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas merupakan gambaran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional perusahaan yang dapat meningkatkan daya tarik investor. Profitabilitas digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditujukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjual maupun investasi (Irham Fahmi, 2014:81). Tingginya nilai profitabilitas menunjukkan bahwa pertumbuhan laba dan efisiensi operasional perusahaan sangatlah baik sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan

di mata investor.

Perusahaan bukan hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham namun juga perlu memperhatikan tanggung jawab social perusahaan. Tanggung jawab social juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Konsep CSR yang berfokus pada pemenuhan kesejahteraan *triple bottom line* tidak hanya berorientasi pada profit bagi *stakeholder* semata, akan tetapi juga berfokus membangun hubungan sosial terhadap *stakeholder* dan kelestarian lingkungan yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan mempererat hubungan perusahaan dengan *stakeholder* dan menarik investor sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yang menekankan bahwa perusahaan wajib mengungkapkan informasi kegiatan CSR sebagai bentuk rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pihak *stakeholder* yang terkena dampak dari keberadaan perusahaan (Chairiri dan Ghozali, 2007).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mipo (2023), Fitri (2022), Natasha (2024), Maria (2022), Debi (2021) dan Devina (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap perusahaan, hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Bima (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rina (2023), Debi (2021) dan Devina (2024), namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mipo (2022), Natasha (2024) dan Bima (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Mipo (2022) menunjukkan hasil penelitiannya bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan,

sedangkan hasil penelitian Maria (2022) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Natasha (2024), Bima (2021) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berperan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan Fitri (2022) dan Rina (2023) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* juga berperan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Natasha (2024), namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2022), Bima (2021), dan Rina (2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan ketidak konsistenan hasil penelitian, maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan judul **“Peran *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti Dan Real Estate”**.

2. METODE PENELITIAN

Desain penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan melakukan uji hipotesis. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012:13).

Variabel Dependen

a. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang beroperasi, adanya kelebihan jual diatas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen

yang menjalankan perusahaan itu (Agus Sartono, 2010:48). Nilai perusahaan dapat diukur dengan membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku perlembar saham atau sering disebut dengan rasio *Price to Book Value* (PBV). Harga pasar saham dapat diperoleh dari harga penutupan akhir tahun, sedangkan nilai buku perlembar saham dapat dihitung dari ekuitas dibagi dengan jumlah saham yang beredar. *Price to Book Value* (PBV) dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Weston dan Copeland, 2008:244) :

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar persaham}}{\text{Nilai Buku Perlembar saham}}$$

Variabel Independen

a. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan total aktiva maupun modal sendiri (Agus Sartono, 2010:122). Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba perusahaan. Profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan laba dengan total aset perusahaan atau sering disebut dengan rasio *Return on Asset* (ROA). ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}}$$

b. Leverage

Leverage adalah rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan-perusahaan menggunakan pendanaan yang berasal dari utang dan sejauh mana perusahaan mampu untuk memenuhi kewajiban finansialnya. Perusahaan yang memiliki nilai *Leverage* yang tinggi menandakan kondisi perusahaan yang buruk. *Leverage* dapat dihitung dengan menggunakan rasio *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu membandingkan total hutang perusahaan terhadap aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus perhitungan *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

Variabel Moderasi

a. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak, keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat, dengan mempertimbangkan harapan serta penghormatan terhadap HAM (ISO, 26000). *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen sosial perusahaan atas kepedulian perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan dan kesejahteraan tenaga kerja perusahaan dalam praktek bisnis perusahaan. *Corporate Social Responsibility* diungkapkan di dalam laporan yang disebut dengan Sustainability Reporting. Menurut, Kastitutisari (2014) Sustainability Reporting adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (sustainable development). CSR dapat diukur dengan rumus sebagai berikut (*Global Reporting Initiative* (GRI) versi G-4) :

$$CSDI = \frac{\sum x_{ij}}{n}$$

3. METODE ANALISIS DATA

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Untuk menghasilkan yang memenuhi model regresi dengan kriteri BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) sehingga dapat dinyatakan tidak bias, handal dan terpercaya maka harus memenuhi syarat uji asumsi klasik terlebih dahulu. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan uji auto korelasi.

Model Regresi Linier Berganda pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan untuk menguji peran *corporate social responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai

perusahaan dalam penelitian ini menggunakan metode *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Model regresi dalam penelitian ini adalah :

$$NP = \alpha + \beta_1 PRO + \beta_2 LEV + \beta_3 CSR + e$$

$$NP = \alpha + \beta_4 PRO + \beta_5 LEV + \beta_6 CSR + \beta_7 PRO_CSR + \beta_8 LEV_CSR + e$$

Keterangan :

NP = Nilai Perusahaan

PRO = Profitabilitas

LEV = *Leverage*

CSR = *Corporate Social Responsibility*

α = Konstanta

β = Koefisien

e = *Kesalahan Residual*

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari laporan keuangan perusahaan tahun 2021 – 2022 yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sesuai dengan kriteria yang ditetapkan sehingga diperoleh sampel seperti pada tabel VI.1 sebagai berikut :

Tabel IV.1
Kriteria Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah Bank
a. Perusahaan sektor properti dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI periode 2021-2022.	75
b. Perusahaan sektor properti dan <i>real estate</i> yang tidak mempublikasikan laporan keuangan selama periode 2021-2022	(17)
c. Perusahaan sektor industri barang dan konsumsi yang tidak menggunakan mata uang rupiah	(0)
d. Perusahaan properti dan <i>real estate</i> yang tidak menyajikan kelengkapan informasi terkait pengukuran variabel dalam penelitian ini	(16)
e. Perusahaan sektor industri barang dan konsumsi yang tidak memperoleh laba positif.	(19)
f. Sampel yang memenuhi kriteria	23
g. Total sampel penelitian (23 x 2)	46
h. Data outlier	(12)
i. Sampel penelitian yang digunakan	34

Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2024

Statistik Deskriptif

Tabel IV.2
Kriteria Pengambilan Sampel

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NP	34	.16	26.27	2.3371	5.52263
PRO	34	.00	.25	.0520	.04981
LEV	34	.01	1.02	.4156	.26902
CSR	34	.43	.83	.6016	.09248
Valid N (listwise)	34				

Penelitian ini terdiri dari 34 sampel penelitian perusahaan property dan *real estate*. Nilai perusahaan memiliki nilai terendah sebesar 0,16 dan nilai tertinggi sebesar 26,27. Sedangkan nilai rata-rata dari variabel nilai perusahaan sebesar 2,3371 dengan standar deviasi sebesar 5,52263. Nilai terendah variabel profitabilitas adalah sebesar 0,00 dan memiliki nilai tertinggi sebesar 0,25. Sedangkan nilai rata-rata variabel profitabilitas adalah sebesar 0,0520 dengan standar deviasi sebesar 0,04981.

Leverage memiliki nilai terendah sebesar 0,01 dan nilai tertinggi sebesar 1,02. Sedangkan nilai rata-rata variabel *leverage* sebesar 0,4156 dengan standar deviasi sebesar 0,26902. Nilai terendah variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,43 dan nilai tertinggi sebesar 0,83. Sedangkan nilai rata-rata variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,6016 dengan standar deviasi sebesar 0,09248.

b. Uji Asumsi Klasik

• Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji bahwa model regresi yang memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data berdistribusi normal apabila nilai *Asymp. Sig* (2-tailed) lebih dari 0,05 (probabilitas < 0,05). Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel VI.3 sebagai berikut :

Tabel IV.3
Hasil Uji Normalitas Data

	Persamaan 1	Persamaan 2
	Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,157	0,874
Asymp. Sig	0,138	0,429

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan hasil uji normalitas persamaan 1 dan 2 diperoleh nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,138 dan 0,429 yang berarti lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam model penelitian baik pada persamaan 1 dan persamaan 2 berdistribusi normal.

• Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linier memiliki korelasi antar pengganggu pada periode sebelumnya. Penelitian ini menggunakan uji *Durbin Watson* (D-W test) untuk mendeteksi ada atau tidaknya gangguan autokorelasi. Penelitian dikatakan terbebas dari autokorelasi apabila nilai *Durbin Watson* berada diantara du dan 4-du. Hasil uji autokorelasi dapat disajikan dalam tabel IV.4 sebagai berikut :

Tabel IV.4
Hasil Uji Autokorelasi

Persamaan 1		Persamaan 2	
Durbin-Watson	2,008	Durbin-Watson	1,864

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Hasil uji autokorelasi diatas diperoleh nilai DW pada persamaan 1 sebesar 2,008. Berdasarkan tabel *Durbin Watson* (DW) dengan K = 3 dan n = 34 maka diperoleh du = 1,6519 dan 4-du = 2,3481. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* berada diantara du dan 4-du ($1,6519 < 2,008 < 2,3481$) yang menandakan bahwa persamaan 1 pada penelitian ini telah terbebas dari autokorelasi.

Hasil uji autokorelasi diatas diperoleh nilai DW pada persamaan 2 sebesar 1,864. Berdasarkan tabel *Durbin Watson* (DW) dengan K = 5 dan n = 34 maka diperoleh du = 1,8076 dan 4-du = 2,1924. Hal ini menunjukkan bahwa nilai *Durbin Watson* berada diantara du dan 4-du ($1,8076 < 1,864 < 2,1924$) yang menandakan bahwa persamaan 2 pada penelitian ini telah terbebas dari autokorelasi.

• Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011:105-106). Model regresi dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10. Hasil uji multikolinearitas dapat disajikan dalam tabel IV.5 sebagai berikut :

Tabel VI.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
LEV	,840	1,190	Tidak ada masalah Multikolinieritas
FCF	,997	1,003	Tidak ada masalah Multikolinieritas
PRO	,823	1,215	Tidak ada masalah Multikolinieritas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Hasil perhitungan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 yang artinya tidak ada korelasi antar variabel independen dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini terbebas dari autokorelasi.

• Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model Regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran baik kecil, sedang dan besar (Ghozali, 2011:139). Model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai p-value dari hasil uji heteroskedastisitas Rank Spearman's rho lebih dari 0,05. Hasil uji heteroskedastisitas dapat disajikan dalam tabel IV.6 sebagai berikut :

Tabel IV.6

Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Persamaan 1	Persamaan 2	Keterangan
	p-value	p-value	
PRO	0,210	0,524	Bebas Heteroskedastisitas
LEV	0,655	0,672	Bebas Heteroskedastisitas
CSR	0,219	0,245	Bebas Heteroskedastisitas
PRO_CSR		0,809	Bebas Heteroskedastisitas
LEV_CSR		0,570	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Hasil perhitungan uji heteroskedastisitas Rank Spearman's rho menunjukkan bahwa seluruh variabel pada persamaan 1 dan 2 memiliki nilai *p-value* lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada penelitian ini.

c. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan model statistik yaitu analisis regresi berganda dengan metode *Ordinary Least Square* (OLS) untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas, *leverage* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai perusahaan. sedangkan peran *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan menggunakan pendekatan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS 21 disajikan pada tabel IV. 7 sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Uji Regresi Berganda

Variabel	Persamaan 1			Persamaan 2		
	Koefisien	Signif.	Sig.	Koefisien	Signif.	Sig.
(Constant)	-26,244	-7,394	0,000	-26,121	-4,817	0,000
PRO	-12,367	-1,108	0,277	164,331	0,745	0,462
LEV	10,896	5,292	0,000	13,674	0,000	0,000
CSR	41,046	7,416	0,000	41,668	0,000	0,000
PRO_CSR				-244,571	0,483	0,483
LEV_CSR				-323,636	0,002	0,002
Fhitung	29,322			25,663		
Probabilitas	0,000			0,000		
Adjusted R ²	0,720			0,789		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2024

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Persamaan 1 :

$$NP = -26,244 - 12,367 \text{ PRO} + 10,896 \text{ LEV} + 41,046 \text{ CSR} + e$$

Persamaan 2 :

$$NP = -26,121 + 164,331 \text{ PRO} + 13,674 \text{ LEV} + 41,668 \text{ CSR} - 244,571 \text{ PRO_CSR} - 323,636 \text{ LEV_CSR} + e$$

d. Uji Hipotesis

Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Tujuan dilakukan uji F dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *leverage* dan CSR secara simultan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel VI.7 dan diperoleh nilai F hitung sebesar 29,322 dengan nilai probabilitas 0,000 ($p < 0,05$) pada persamaan 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah fit. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Sehingga model regresi dapat digunakan dalam penelitian ini.

Hasil regresi pada persamaan 2 diperoleh nilai F hitung sebesar 25,663 dengan nilai probabilitas 0,000 ($p < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah fit. Hal ini berarti nilai perusahaan dapat dijelaskan variabel profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* interaksinya. Sehingga model regresi dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Koefisien determinasi R²

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara 0 dan 1. Gujarati dan Porter (2010: 266-267) menjelaskan bahwa nilai *Adjusted R²* yang rendah tidak berarti model tersebut tidak bagus. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel VI. 7 diatas.

Hasil uji koefisien determinasi pada persamaan 1 diperoleh nilai *Adjusted R²* sebesar 0,720 (72%) hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 72%, sedangkan sisanya sebesar 28% dijelaskan oleh

variabel lain diluar model penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi pada persamaan 2 diperoleh nilai *Adjusted R2* sebesar 0,789 (78,9%) hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* beserta interaksinya mampu menjelaskan variabel nilai perusahaan sebesar 78,9%, sedangkan sisanya sebesar 21,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

e. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan pengaruh profitabilitas, *leverage* dan CSR secara individual terhadap nilai perusahaan. Hasil uji t dapat dilihat pada **tabel IV**. Diatas :

1. Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,227 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel *leverage* memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukan nilai signifikansi PRO_CSR lebih dari 0,05 ($0,483 > 0,05$) maka β_4 tidak signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak terbukti memoderasi hubungan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, maka Hipotesis 4 ditolak. Selain itu, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* termasuk kedalam jenis variabel predictor moderation (moderasi penjas) dikarekanakan β_3 signifikan dan β_4 tidak signifikan.
5. Hasil pengujian hipotesis 5 menunjukan nilai signifikansi LEV_CSR kurang dari 0,05

($0,002 > 0,05$) maka β_5 signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* terbukti memoderasi hubungan pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, maka Hipotesis 5 diterima. Selain itu, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* termasuk kedalam jenis variabel *quasi moderation* (moderasi potensial) dikarekanakan β_3 signifikan dan β_5 signifikan.

5. PEMBAHASAN

- Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bima (2021) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mipo (2023), Fitri (2022), Natasha (20224), Maria (2022), Debi (2021) dan Devina (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap perusahaan.

- Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rina (2023), Debi (2021) dan Devina (2024) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mipo (2022), Natasha (2024) dan Bima (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

- Pengaruh Corporate Soscial Responsibility terhadap Nilai Perusahan

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mipo (2022) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun bertenangan dengan hasil penelitian Maria (2022) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap

nilai perusahaan.

- **Peran Corporate Soscial Responsibility dalam memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fitri (2022) dan Rina (2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun bertentangan dengan hasil penelitian Natasha (2024), Bima (2021) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berperan memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

- **Peran Corporate Soscial Responsibility dalam memoderasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Natasha (2024) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* juga berperan memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. Namun bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri (2022), Bima (2021), dan Rina (2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.

6. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji peran *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh Profitabilitas, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *nilai perusahaan*, maka Hipotesis 1 ditolak.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *nilai perusahaan*, maka Hipotesis 2 diterima
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh

terhadap *nilai perusahaan*, maka Hipotesis 3 diterima

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap *nilai perusahaan*, maka Hipotesis 4 ditolak.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memoderasi pengaruh *leverage* terhadap *nilai perusahaan*, maka Hipotesis 5 diterima.

7. KETERBATASAN PENELITIAN

- a. Sampel penelitian ini sebatas pada perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesai sehingga tidak dapat digeneralisasikan dengan perusahaan lain.
- b. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan data yang digunakan, yaitu hanya mencakup periode tahun 2021 hingga 2022.

8. SARAN

- a. Memperluas ruang lingkup penelitian, karena masih banyak sektor yang dapat diteliti sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.
- b. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk menggunakan data dengan rentang waktu yang lebih panjang agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif dan akurat mengenai pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

REFERENSI

- Abreu, R. (2016), "From Accounting to Firm Value", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 39, pp.685–692.
- Adiputra, I. G., & Hermawan, A. (2020). The effect of corporate social responsibility, firm size, dividend policy and liquidity on firm value: Evidence from manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(6),

325-338.

- Al-Slehat, Z. A. F., (2020). Impact of financial leverage, size and assets structure on firm value: Evidence from industrial sector, Jordan. *International Business Research*, 13(1), 109-120.
- Bagaskara, Ramsa, Titisari, Kartika & Dewi, Riana (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. Vol.23, No. 1.
- Chen, R. C., & Lee, C. H. (2017). Assessing whether corporate social responsibility influence corporate value. *Applied Economics*, 49(54), 5547-5557.
- Dewi, A. A. A. K., & Badjra, I. B. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Doctoral dissertation, Udayana University)
- Dewi, Komala & Sulisty, Hari (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol 5, No 3.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Freeman, R.E. (1994). The politics of stakeholder theory: Some future directions. *Business Ethics Quarterly*, 4(4), 409–421.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Ghozali, Imam & Anis, Chariri. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, B. D., Rohman, A., Chariri, A., & Pamungkas, I. D. (2020). Corporate financial performance on corporate governance mechanism and corporate value: Evidence from Indonesia. *Montenegrin Journal of Economics*, 16(3), 161-171.
- Haryadi, Entis (2016). Pengaruh Size Perusahaan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. Vol. 3, No.2.
- Hersugondo, H., Pertiwi, S. N. A., & Udin, U. (2019). Corporate social responsibility and corporate value: Evidence from an emerging economy, Indonesia. *Calitatea*, 20(172), 51-55.
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects of return on asset, debt to asset ratio, current ratio, firm size, and dividend payout ratio on firm value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50.
- Hirdinis, M. (2019). Capital structure and firm size on firm value moderated by profitability.
- Ilyukhin, E. (2015). The impact of financial leverage on firm performance: Evidence from Russia. *Корпоративные финансы*, 9(2), 24-36.
- Iqbal, U., & Usman, M. (2018). Impact of financial leverage on firm performance: Textile composite companies of Pakistan. *SEISENSE Journal of Management*, 1(2), 70-78.
- Lumapow, L. S., & Tumiwa, R. A. F. (2017). The effect of dividend policy, firm size, and productivity to the firm value. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(22), 20-24.
- Nandita, Asna & Kusumawati, Rita (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Size dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *CAM JOURNAL*, Vol 2, No.2.
- Noghondari, A. T., & Taebi Noghondari, A. (2017). The mediation effect of financial leverage on the relationship between ownership concentration and financial corporate performance. *Iranian Journal of Management Studies*, 10(3), 697-714.
- Nugraha, Rizky & Alfarisi, Mohammad (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal STIEMKOP*, Vol 5, No. 2.
- Pristianingrum, N. (2018). Pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *UNEJ e-Proceeding*, 353-364.
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Rahayu, S. M. (2019). Corporate governance, corporate profitability toward corporate social responsibility disclosure and corporate value (comparative study in Indonesia, China and India stock exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983-999.
- Rahayu, S. M., Suhadak, & Saifi, M. (2019). The reciprocal relationship between profitability and capital structure and its impacts on the corporate values of manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Productivity and Performance Management*.

- Rehman, S. S. F. U. (2013). Relationship between financial leverage and financial performance: Empirical evidence of listed sugar companies of Pakistan. *Global Journal of Management and Business Research*, 13(C8), 33-40.
- Sartono, R. Agus. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE.
- Seo, H. J., Kim, K. W., & Park, J. W. (2015). A study on relation between corporate social responsibility and profitability-and-corporate value. *International Journal of Business and Social Research*, 5(10), 45-54.
- Shim, J., Moon, J., Lee, W. S., & Chung, N. (2021). The impact of CSR on corporate value of restaurant businesses using triple bottom line theory. *Sustainability*, 13(4), 2131.
- Siahaan, F. O. (2014). The effect of good corporate governance mechanism, leverage, and firm size on firm value. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, 2(4).
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabetha
- Sugiyono (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabetha.
- Suhadak, S., Kurniaty, K., Handayani, S. R., & Rahayu, S. M. (2018). Stock return and financial performance as moderation variable in influence of good corporate governance towards corporate value. *Asian Journal of Accounting Research*.
- Tarek, Y. (2019). The impact of financial leverage and CSR on the corporate value: Egyptian case. *International Journal of Economics and Finance*, 11(4), 74-81.
- Timbuleng, F., Nangoy, S. C., & Saerang, I. S. (2015). The Effect Of Factors Liquidity, Leverage, Npm, And Roi On Corporate Values (Study on Consumer Goods Companies Listed on Stock Indonesia Stock Period 2010-2013). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Trisnadewi, A. E., & Amlayasa, A. (2020). Corporate Values: The Role Of Corporate Social Responsibility, Managerial Ownership And Profitability In Indonesia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 4(7), 279-287.
- Wahyudi, S. M., & Chairunesia, W. (2019). The Effect of Good Corporate Governance on Investment Decisions and Profitability and Its Impact on Corporate Value. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 9(3), 140-149.