

Dampak nilai perusahaan yang dipengaruhi pengungkapan kinerja lingkungan, profitabilitas dengan pemoderasi *leverage*

Keri Boru Hotang

keriboruhotang@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti, Bekasi, Jawa Barat, Indonesia

Abstract

The research objective is to provide empirical evidence of the impact of environmental performance disclosure, and profitability on firm value with leverage moderation. The data collection technique in this study used a purposive sampling technique with a total of 28 companies in the property and real estate sub-sector. The analytical method used is multiple linear with the expansion of moderating regression. This study gives the results that disclosure of environmental performance (PROPER) has no impact on firm value (Tobin's Q), profitability (ROA) has a positive impact on firm value (Tobin's Q), leverage moderation strengthens the positive impact of disclosure of environmental performance (PROPER) on firm value. (Tobin's Q), furthermore moderating leverage weakens the positive impact of disclosure of profitability (ROA) on firm value (Tobin's Q).

Keywords: *environmental performance; profitability; leverage; corporate value*

Abstrak

Tujuan penelitian untuk memberikan bukti empiris dampak pengungkapan kinerja lingkungan, profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pemoderasi *leverage*. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah 28 perusahaan sub sektor *property* dan real estate. Metode analisis yang digunakan linier berganda dengan perluasan regresi moderasian. Penelitian ini memberikan hasil pengungkapan kinerja Lingkungan (PROPER) tidak memberikan dampak terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q), profitabilitas (ROA) memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q), pemoderasi *leverage* memperkuat dampak positif pengungkapan kinerja Lingkungan (PROPER) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q), selanjutnya pemoderasi *leverage* memperlemah dampak positif pengungkapan profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q).

Kata Kunci : *kinerja lingkungan; profitabilitas; leverage; nilai perusahaan*

PENDAHULUAN

Kondisi pandemik COVID-19 yang melanda seluruh dunia membawa dampak buruk di berbagai sektor bisnis. *Real estate* mengalami penurunan drastis, karena lesunya transaksi jual-beli perumahan saat ini (Septalisma, 2020). Hal tersebut semakin meningkatnya persaingan bisnis antar perusahaan dalam meningkatkan labanya, profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat menunjukkan bagaimana cara perusahaan mempertahankan kelangsungan hidupnya, hal tersebut juga dapat membantu menjaga para pemilik modal yang

telah berinvestasi di perusahaan tersebut berusaha untuk tidak akan menarik modalnya kembali serta pemilik modal yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang bersangkutan.

Untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya pada saat kondisi pandemi COVID-19 tanpa disadari membuat perusahaan semakin mengkesplotasi sumber daya alam, khususnya perusahaan di Indonesia. CSR adalah *corporate social responsibility* dapat diartikan wujud dedikasi dan kewajiban perseroan terbatas (PT) yang menghasilkan tindakan aktivitas sosial dan lingkungan. Dasar dari pelaksanaan CSR, yaitu UU. Perseroan No. 40 tahun 2007 selanjutnya ditambahkan pada PP No. 47 Tahun 2012. Hal ini berpengaruh signifikan terhadap pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Keadaan ini membuat beberapa perusahaan menjadikan alasan untuk mengurangi anggaran terhadap pelaksanaan program CSR (Yuliardi, 2021).

Berdasarkan informasi dari daftar pemenang Indonesia *Corporate Social Responsibility Awards* (ICSRA) 2021 terpilih sebanyak 85 perusahaan, dan hanya 5% perusahaan *property* yang terpilih, seperti: PT Puradelta Lestari Tbk (Indonesia *Best CSR Award with Outstanding Program in Local Community Disaster Relief*), PT Agung Podomoro Land Tbk. (Indonesia *Best CSR Award with Outstanding Program in Implementation of Green Waste Management*), PT Lippo Karawaci Tbk. (Indonesia *Best CSR Award with Outstanding Program in Local Health Care Support*, (Yuliardi, 2021). Melihat data ini penulis tertarik ingin meneliti apakah perusahaan *property* dan *real estate* lainnya masih banyak yang tidak mengungkapkan CSR atau sebaliknya.

Kesadaran terhadap kepentingan dalam melaksanakan CSR sudah banyak disadari oleh berbagai perusahaan. Dalam upaya perusahaan dapat berkelanjutan maka perusahaan tersebut harus lebih responsif terhadap permintaan masyarakat. Dengan demikian, pelaksanaan CSR tidak lagi dianggap sebagai pengeluaran perusahaan, tetapi merupakan investasi jangka panjang dan hal tersebut dengan tidak langsung berpengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Berlandaskan penelitian (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020), pengungkapan CSR secara positif dan signifikan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan, hal ini dapat terlihat karena aktivitas CSR sesuai dengan permintaan dari masyarakat dan lingkungan, sehingga masyarakat dapat memilih produk dari perusahaan yang terbaik.

Faktor lain yang dapat memengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan yaitu *leverage*, Salah satu strategi perusahaan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya melalui pembiayaan dari kreditur, akan tetapi hal ini dapat meningkatkan resiko dari nilai perusahaan. *Leverage* adalah suatu resiko keuangan yang digunakan untuk mengukur pendanaan suatu perusahaan yang bersumber dari utang. Semakin tinggi rasio *leverage* suatu perusahaan, maka perusahaan lebih memilih untuk mengurangi biaya-biaya yang digunakan untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya. Berdasarkan penelitian dari (Nurhayati et al., 2019) membuktikan bahwa semakin banyaknya hutang perusahaan, akan mengurangi pelaksanaan CSR nya, hal tersebut dapat menurunkan nilai perusahaan dimata *stakeholder*.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menjelaskan pengaruh profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, yaitu pada penelitian (Apriyani & Sutjahyani, 2018) memberikan hasil profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan, berbeda hasil penelitian (Kristanti, 2020) dimana menghasilkan bahwa *return on assets* (ROA) dan CSR mampu memperkuat pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya yang menghasilkan perbedaan hasil penelitian dan fenomena yang di jelaskan pada paragraph sebelumnya, sehingga peneliti tertarik untuk menguji kembali dengan penambahan variabel pemoderasi.

KAJIAN TEORI

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham paling maksimum. Nilai perusahaan dapat diukur dengan nilai harga saham di pasar berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan dipasar. yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara nyata. Nilai perusahaan (Hafidz & Deviyanti, 2022) dapat diartikan tingkat skala kesuksesan dari perusahaan melalui sudut pandangan investor, hal tersebut tergambar berdasarkan perbandingan nilai pasar dan liabilitas yang perusahaan miliki dengan asetnya. Nilai perusahaan diukur melalui Tobins'Q.

Tobin's Q = Total nilai pasar - total nilai liabilitas / Total nilai aset

Keterangan;

TNP = Harga penutupan x jumlah saham beredar

TNL = Nilai total liabilitas pada *annual report*

TNA = Nilai total aset dalam laporan keuangan

Kinerja Lingkungan

Masyarakat Indonesia pada umumnya semakin hari semakin memiliki kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan perlu juga untuk memperhatikan perhatian atas lingkungan, Pemerintah juga turut mengambil peranan penting dengan menerbitkan Undang undang No. 40 Pasal 74 tahun 2007, tentang perseroan terbatas yang melaksanakan kegiatan usaha terkait dengan eksploitasi sumber daya alam wajib hukumnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan berada. CSR merupakan salah satu wujud nyata dari tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki lingkungan yang rusak dan gap sosial yang terjadi karena adanya kegiatan operasional perusahaan tersebut. Menurut (Sari & Azizah, 2019), CSR harus bersinergi dengan pengembangan konsep *triple bottom line* melalui *social justice*, *enviromental quality* dan *economic prosperity*. Entitas yang menginginkan usahanya tetap bertahan, harus mempedulikan elemen "3P". Selain dapat menciptakan *profit*, entitas juga harus mempedulikan dan ikut serta dalam mensejahterakan masyarakat (*people*) serta aktif dalam mempertahankan kelestarian lingkungan (*planet*).

Menurut, (Bella, 2018) menemukan bahwa pengukuran CSR (kinerja lingkungan), dari prestasi perusahaan yang mengikuti kegiatan program penilaian peringkat kinerja perusahaan dalam pengelolaan lingkungan hidup (PROPER). Program ini merupakan salah satu upaya yang dilakukan kementerian lingkungan hidup (KLH) untuk mengupayakan penataan perusahaan dalam mengelola lingkungan hidup.

Tabel 1. Kriteria peringkat PROPER

Peringkat	Skor	Kriteria	Keterangan
Emas	5	Sangat baik	Keunggulan lingkungan dalam proses produksi dan bertanggung jawab terhadap masyarakat
Hijau	4	Sangat baik	Pelaksanaan kegiatan secara efisien melalui 4R (<i>Reduce, reuse, recycle, dan recovery</i>) dan melakukan upaya tanggung jawab sosial
Biru	3	Baik	Melakukan kegiatan sesuai dengan ketentuan dan peraturan perundang-undangan
Merah	2	Buruk	Pelaksanaan kegiatan belum sesuai dengan persyaratan pengelolaan lingkungan dan

Peringkat	Skor	Kriteria	Keterangan
Hitam	1	Sangat buruk	melaksanakan sanksi administrasi Kegiatan yang dilaksanakan menyebabkan pencemaran lingkungan dan tidak melaksanakan sanksi administrasi

Sumber : <https://proper.menlhk.go.id>

Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2019) rasio profitabilitas merupakan perbandingan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau profit dalam suatu periode tertentu dari pendapatan terkait penjualan, aset dan ekuitas. Dalam rasio profitabilitas ini juga dapat diketahui tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang diperoleh dari penjualan usaha atau pendapatan investasi (Prihadi, 2020). Berdasarkan informasi diatas, profitabilitas merupakan suatu kemampuan entitas untuk mendapatkan keuntungan, hal ini merupakan menjadi suatu ukuran mengenai efektivitas dan efisiensi manajemen dalam suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari hasil penjualan produknya. Rasio ini dapat dihitung dengan membagi laba bersih perusahaan dengan asset yang dimiliki oleh perusahaan (Hanafi, 2016).

Return on asset = Laba bersih/Total aset

Leverage

Menurut (Kasmir, 2019) Jika nilai *leverage* tinggi perusahaan akan mengalami kerugian, tetapi perusahaan diberikan kesempatan untuk memperoleh laba yang tinggi. Tetapi sebaliknya, jika nilai *leverage* rendah, perusahaan memiliki risiko kerugian yang lebih kecil, terutama saat perekonomian menurun. Dengan demikian, akan berakibat pada rendahnya tingkat hasil pengembalian (*return*) saat perekonomian tinggi. Berdasarkan uraian diatas dapat diartikan *leverage* memberikan sebuah gambaran dari tinggi atau rendahnya sebuah resiko yang dimiliki dalam perusahaan, maka *leverage* perlu dimanage dengan cara mengatur posisi hutang supaya tidak terlalu tinggi dibandingkan kemampuan perusahaan untuk membayar hutang karena dengan hutang yang terlalu besar secara tidak langsung akan mempengaruhi nilai perusahaan tersebut.

Menurut (Kasmir, 2019) rasio *leverage* bertujuan untuk mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam membayarkan kewajiban, baik jangka panjang maupun jangka pendeknya. Adapun mengukur *leverage* pada penelitian ini dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

Debt to equit ratio (DER) = (Total utang/Total modal)x100

Dampak pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan

Berlandaskan penelitian (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020), pengungkapan CSR secara positif dan signifikan dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini dapat terlihat ketika kegiatan perusahaan memenuhi permintaan masyarakat dan lingkungan , maka masyarakat akan memiliki pandangan yang baik pada perusahaan tersebut, sehingga masyarakat akan secara konsisten memilih produk yang memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

H₁: Pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Dampak profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Kapabilitas suatu perusahaan dalam menghasilkan profit atau laba dapat terlihat dari perolehan margin dengan menggunakan penggunaan sumber yang dimiliki perusahaan seperti volume penjualan yang dicapai. Perusahaan yang memberikan tingkat pengembalian yang besar menjadi sinyal bagi pemilik modal yang mencerminkan tingkat margin yang diperoleh emiten tinggi sehingga investor tinggi yang diikuti dengan nilai perusahaan karena memiliki prospek yang bagus (Pratiwi & Wiksuana, 2020).

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

Dampak Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan pemoderasi *Leverage*

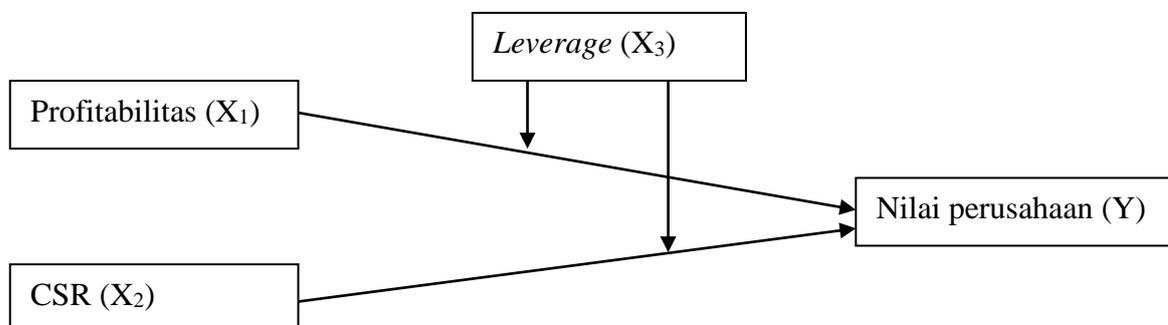
Pada penelitian (Rady Darmastika & Ratnadi, 2019) memberikan bukti pengaruh secara tidak langsung antara pengungkapan CSR pada nilai perusahaan dengan *profitabilitas* dan *leverage* sebagai pemoderasi, dapat dikatakan semakin tinggi rasio *leverage* mempunyai tanggung jawab untuk melaksanakan kegiatan CSR daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

H₃: *Leverage* memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Dampak Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan pemoderasi *Leverage*

Berdasarkan penelitian (Siallagan et al., 2019) menghasilkan kesimpulan bahwa *leverage* mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

H₄: *Leverage* memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1. Kerangka pemikiran

METODE PENELITIAN

Sampel Penelitian

Adapun obyek dari penelitian ini menggunakan data seluruh perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan menggunakan metode yang digunakan *purposive sampling*. Untuk pemilihan sampel dengan beberapa kriteria diantaranya; perusahaan sub sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Alasan dipilihnya perusahaan sektor *property* dan *real estate* telah dijelaskan sebelumnya dalam uraian latar belakang. Laporan keuangan yang telah

di audit selama periode 2018-2020 dengan tidak mengalami kerugian; dan selanjutnya perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan dengan mata uang rupiah.

Desain Penelitian

Desain dalam penelitian ini bersifat metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2019) metode penelitian analisa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang telah terkumpul dengan sebenarnya dan berupa akumulasi data dasar dalam bentuk deskripsi.

Metode Analisis

Data yang disiapkan akan diolah dengan metode analistik statistik dengan menggunakan SPSS 22. Menurut (Ghozali, 2018) Adapun beberapa uji yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu; uji asumsi klasik; manfaatnya untuk melepaskan hasil penelitian yang bias. Uji asumsi klasik dilakukan agar data sampel yang diolah dapat benar – benar mewakili populasi secara keseluruhan. Tujuan dari uji normalitas untuk membuktikan apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Dalam uji normalitas ini menggunakan Uji Kolmogorov Smirnov. Maka dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah; jika nilai toleran $> 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Jika nilai toleran $< 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. Dari uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. *Moderated regression analysis* (MRA) adalah pendekatan analitik yang mempertahankan integritas sampel dan memberikan dasar untuk mengontrol pengaruh variabel moderator Menurut (Ghozali, 2018). *Moderated regression analysis* dinyatakan dalam bentuk model persamaan sebagai berikut :

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{1i} * X_{3i} + \beta_4 X_{2i} * X_{3i} + \varepsilon_i \quad (1)$$

Keterangan;

Y_i : Nilai perusahaan

β_0 : Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_4$: Koefisien regresi

X_{1i} : CSR

X_{2i} : ROA

X_{3i} : *Leverage*

ε_i : Residu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji multikolinieritas

Hasil uji asumsi klasik multikolinieritas dengan menggunakan pendekatan VIF (Variance inflation faktor) menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1 sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 2. Hasil asumsi klasik multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>tolerance</i>	Nilai VIF	Simpulan
X ₁ (CSR)	.999	1.001	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ (ROA)	.941	1.062	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₁ *X ₃ (CSR*Leverage)	.821	1.218	Tidak terjadi multikolinieritas
X ₂ *X ₃ (ROA*Leverage)	.439	2.280	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Hasil olah data

Uji autokorelasi

Hasil uji asumsi klasik autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 2.440 terletak diantara dua – 4 du atau 1,5723 – 1,7199. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

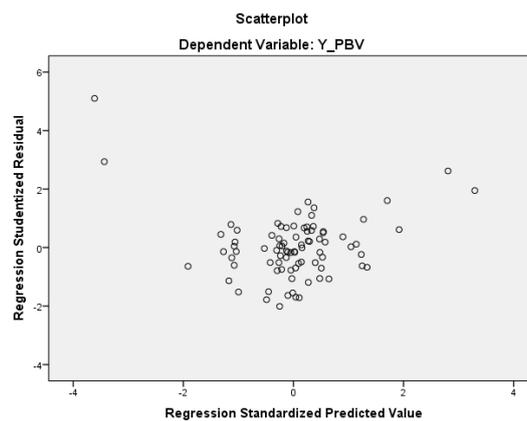
Tabel 3. Hasil uji autokorelasi

Model	R	R square	Adj. R square	SEE	Durbin-Watson
1	,586 ^a	,344	,310	,27584	2,440

Sumber : Hasil olah data

Uji heteroskedastisitas

Hasil uji asumsi klasik heteroskedastisitas menunjukkan bahwa scatter plot tidak membentuk suatu gambar/pola tertentu, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 2. Uji heteroskedastisitas

Sumber : Hasil olah data

Uji normalitas

Hasil uji asumsi klasik normalitas menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0.200 melebihi 0.05, hal ini menunjukkan bahwa variabel pengganggu/variabel yang tidak diteliti memiliki distribusi normal.

Tabel 4. Uji normalitas - KS

Item	Nilai
<i>N</i>	84
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	,0000000
<i>Mean</i>	
<i>Std. Deviation</i>	,24978615
<i>Most Extreme Absolute Differences</i>	,074
<i>Positive</i>	,074
<i>Negative</i>	-,070
<i>Test Statistic</i>	,074
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	,200 ^{c,d}

Hasil analisis regresi moderasian

Hasil analisis regresi moderasian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil pengujian hipotesis (MRA)

Item	Koef. regresi	Sig.	Simpulan
Konstanta	0.835	0.001	Signifikan
X ₁ (CSR)	-0.46	0.470	Tidak signifikan
X ₂ (ROA)	4.136	0.000	Signifikan
X ₁ *X ₃ (CSR*Leverage)	0.022	0.032	Signifikan
X ₂ *X ₃ (ROA*Leverage)	-0.749	0.390	Tidak signifikan

Sumber : Hasil olah data

PEMBAHASAN

Berdasarkan persamaan regresi dan tabel 5 di atas dapat dijelaskan bahwa, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi -0,046 dan tingkat signifikansi 0,470 lebih dari 0,05. Artinya CSR tidak memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mendukung penelitian (Nurhayati et al., 2019) yang menjelaskan dalam penelitiannya yaitu nilai perusahaan tidak dipengaruhi melalui CSR. Dampak ROA terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 4,136 dengan tingkat signifikansi 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian, ROA memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian (Narayana & Wirakusuma, 2021) yang menjelaskan dalam penelitiannya perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi, maka nilai perusahaan semakin tinggi. Nilai koefisien regresi pada hasil uji moderasi menunjukkan nilai koefisien regresi 0,022 dengan tingkat signifikansi 0,032 kurang dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel moderasi (interaksi CSR dan *leverage*) memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil ini mendukung penelitian (Nurhayati et al., 2019) yang menjelaskan dalam penelitiannya yaitu *leverage* mampu memoderasi pengaruh antara CSR dan nilai perusahaan. Untuk uji moderasi antara profitabilitas dan nilai perusahaan, *leverage* tidak dapat memoderasi pengaruh tersebut dengan nilai signifikansi

0.390. Hasil ini tidak mendukung penelitian (Siallagan et al., 2019) yang menjelaskan dalam penelitiannya yaitu *leverage* mampu memoderasi namun tidak signifikan hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa, tidak ada dampak CSR secara langsung terhadap nilai perusahaan. Untuk ROA secara langsung memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. CSR dengan pemoderasi *leverage* memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Ditemukan juga bahwa, tidak ada dampak ROA dengan pemoderasi *leverage* terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa fokus utama untuk meningkatkan nilai perusahaan adalah profitabilitas (ROA). CSR dapat membantu, terutama jika dikombinasikan dengan *leverage* yang terukur. Namun, *leverage* harus digunakan dengan hati-hati untuk menghindari risiko keuangan. Pengungkapan CSR pada penelitian ini hanya berfokus pada sektor *property* dan real estate, maka tidak dapat digeneralisasi pada sektor lain. Oleh karena itu, diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengambil data pengungkapan CSR dari sektor lain sehingga dapat mencerminkan keseluruhan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyani, Y. F., & Sutjahyani, D. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011 – 2015). *JEA17: Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(01), 69–78. <https://doi.org/10.30996/jea17.v3i01.3176>
- Bella, S.P, & Wahidahwati, (2018). Pengaruh GCG dan kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(12), 1-23.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hafidz, S. A., & Deviyanti, D. R. (2022). Pengaruh kinerja lingkungan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 19(2),366-374.
- Hanafi. (2016). *Analisis laporan keuangan*. UPP STIM YKP.
- Kasmir. (2019). *Analisis laporan keuangan (Pertama Ce)*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kristanti, N. (2020). Analisis pengaruh corporate social responsibility, profitabilitas, dan solvabilitas terhadap nilai perusahaan. *Global Financial Accounting Journal*, 4(2), 1. <https://doi.org/10.37253/gfa.v4i2.842>
- Narayana, I. P. L., & Wirakusuma, M. G. (2021). Pengungkapan CSR pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(4), 862–879. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i04.p06>
- Nurhayati, I., Poerwati, T., & Kartika, A. (2019). Dampak moderasi profitabilitas dan *leverage* terhadap pengaruh CSR pada nilai perusahaan di Indonesia. *Prosiding SENDI_U*, 1, 978–979.
- Pratiwi, I. D. A. I., & Wiksuana, I. G. B. (2020). Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan *property* di Bursa Efek. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(6), 23-94.

- <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i06.p17>
- Priyadi. (2020). *Analisis laporan keuangan* (2nd ed). PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rady Darmastika, I. W., & Ratnadi, N. M. D. (2019). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility pada nilai perusahaan dengan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 362. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i01.p14>
- Sari, K. C., & Azizah, D. F. (2019). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan perusahaan (Studi pada sektor agrikultur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 73. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2916>
- Septalisma, B. (2020). *Corona buat kinerja sektor properti terpukul*. <https://App.Cnnindonesia.Com/>. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20200515192225-92-503920/corona-buat-kinerja-sektor-properti-terpukul>
- Siallagan, M. E. P., Siahaan, Y., Jubi, J., & Inrawan, A. (2019). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* sebagai variabel moderating pada perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(2), 1–8. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v6i2.121>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Alfabeta.
- Tenriwaru, T., & Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. *Ajar*, 3(01), 68–87. <https://doi.org/10.35129/ajar.v3i01.104>
- Yuliardi, S. (2021). *Pemenang Indonesia corporate social responsibility awards 2021*.