

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

THE EFFECT OF COMPANY SIZE, PROFITABILITY, LEVERAGE, AND INSTITUTIONAL OWNERSHIP STRUCTURE ON COMPANY VALUE WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS MODERATING VARIABLES

R. Fadhilah, W. Idawati, Praptiningsih

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

rifkyfadhilah3517@gmail.com , wiji.idawati@ibs.ac.id , praptiningsih@upnvj.ac.id

ABSTRACT

The study is aimed at assessments of corporate performance, Leverage, and institutional ownership of corporate social holdings as moderate variables of the company's corporate holdings listed at the Indonesian stock exchange. The study is a quantitative used a secondary file of annual company reports. This study sample is 307 manufacturing companies. The data analysis with classic assumptions test, regression analysis tests, and hypothetical tests. Data analysis suggests that (1) firm size has a negative significant impact on firm value, (2) profitability has a positive significant impact on firm value, (3) Leverage has a positive significant impact on firm value, (4) institutional ownership does not significantly affect on firm value, (5) Corporate Social Responsibility has a role in modernizing firm size relationships with firm value, (6) Corporate Social Responsibility has no role in moderating profitability relationships with firm value, (7) Corporate Social Responsibility has no role in moderating Leverage relationships with firm value, and (8) Corporate Social Responsibility has no role in moderating institutional ownership relationships with firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Firm size, Institutional Ownership, Leverage, Profitability.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini sebagai analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, Leverage, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019. Penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan. Sampel penelitian ini berjumlah 307 perusahaan. Analisis data dengan uji asumsi klasik, uji analisis regresi, dan uji hipotesis. Hasil analisis yakni (1) ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan, (2) profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, (3) Leverage berpengaruh signifikan signifikan terhadap nilai perusahaan, (4) struktur kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (5) Corporate Social Responsibility memoderasi ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, (6) Corporate Social Responsibility tidak memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan, (7) Corporate Social Responsibility tidak memoderasi Leverage dengan nilai perusahaan, dan (8)

Corporate Social Responsibility tidak memoderasi hubungan kepemilikan institusional dengan nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, Struktur Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, bisnis semakin berkembang. Kebutuhan akan barang produksi yang terus meningkat seiring berkembangnya berbagai macam teknologi yang memudahkan proses produksi menjadi salah satu faktor pendorong semakin pesatnya perkembangan perusahaan manufaktur, khususnya di Indonesia. Indonesia menjadi titik industri manufaktur terbesar wilayah ASEAN dengan nilai MVA (Manufacturing Value Added) tertinggi serta peringkat 9 dari seluruh negara di dunia (www.investindonesia.go.id).

Besaran Ukuran Perusahaan berbanding lurus atas kesempatan dalam menerima sumber dana internal maupun eksternal dikarenakan nilai aset yang dijamin perusahaan juga lebih besar (Chumaidah & Priyadi, 2018; Hermuningsih, 2012). Besaran Ukuran Perusahaan menunjukkan adanya perkembangan kinerja yang dilakukan manajemen perusahaan (Pamungkas & Pusaningsih, 2013). Hal tersebut dapat menarik calon investor agar berinvestasi, kemudian sumber dananya akan dipakai perusahaan untuk menggapai tujuannya yakni peningkatan nilai perusahaan.

Profitabilitas menggambarkan besaran kinerja yang telah dilaksanakan manajemen perusahaan dalam mengatur berjalannya perusahaan sehingga bisa mencapai laba maksimal. Investor yang menanamkan modal akan memilih perusahaan yang tingkat profitabilitasnya tinggi, dikarenakan mereka berharap terdapat return yang tinggi atas profit yang dihasilkan perusahaan.

Leverage yakni sumber dana eksternal dimana perusahaan berkewajiban dalam pengembalianya pada waktu tertentu, baik saat ini atau yang akan datang bila terjadi likuidasi. *Leverage* juga diinterpretasikan bahwa perusahaan bergantung terhadap hutang untuk menjamin kegiatan usahanya.

Adapun faktor eksternal selain faktor internal diatas. Faktor eksternal menunjuk pada adanya peran pihak eksternal perusahaan dalam pengelolaan usaha secara menyeluruh terkait dengan pasar modal yakni salah satunya kepemilikan oleh eksternal yakni pihak institusional (Lukviarman, 2016). Institusional

yakni institusi maupun lembaga termasuk perusahaan asuransi, investasi, bank, dan lainnya (Tarjo, 2008).

Saat ini, ketentuan ekonomi tidak hanya melihat Nilai Perusahaan yang tercermin pada status keuangan perusahaan. faktor non-keuangan seperti *Corporate Social Responsibility* penting diamati suatu perusahaan (Wijaya & Linawati, 2015; N. M. I. Wulandari & Wiksuana, 2017). Perusahaan harus peduli dan bertanggung jawab dengan lingkungan tempat perusahaan melakukan aktivitasnya. Pemerintah Indonesia mengeluarkan UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas terkait CSR. Jika faktor-faktor di atas tidak diperhatikan dengan baik, maka akan menurunkan nilai perusahaan, seperti kasus salah satu perusahaan industri manufaktur PT Bakrie and Brothers Tbk (BNBR) yang belum membayar lunas hutangnya kepada pemerintah berupa dana talangan yang jatuh tempo pada 10 Juli 2019. Hingga saat ini pemerintah mencatat bahwa sebesar Rp 1,91 triliun belum diselesaikan (Kumpanan, 2020). Fenomena atas utang pun terjadi di perusahaan manufaktur lain seperti pada yang terjadi pada PT Nipress Tbk. (NIPS) yang perdagangan sahamnya dihentikan sementara per Juli 2019 di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena memiliki utang kepada PT Boxindah Gala Sejati sebesar Rp 2,04 miliar (investasi.kontan.co.id).

Ketertarikan didasari pada fenomena terbaru tentang Nilai suatu Perusahaan serta keberagaman hasil dari penelitian terdahulu. Peneliti juga menemukan tidak konsistennya penelitian terdahulu yang mendasari penelitian ini dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi”

Signalling Theory

Signalling Theory diperkenalkan Spence pada tahun 1973. *Signalling Theory* mengutarakan perusahaan memancarkan sinyal positif maupun negatif ke pemakai laporan keuangan berupa sinyal berbentuk informasi terkait kinerja manajemen perusahaan dalam merealisasikan kehendak pemilik. Teori ini

menyatakan pihak internal perusahaan merupakan pihak yang memiliki kendali atas informasi perusahaannya, dan memiliki wewenang untuk mempublikasikan informasi tersebut dimana nantinya nilai perusahaan akan naik karena pengungkapan laporannya (Scott, 2012).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah aspek penting dalam menggambarkan sebuah kesuksesan pemilik maupun pemegang saham perusahaan, tercermin pada harga saham. Hal ini dipandang tingkat nilai perusahaan yang tinggi agar dapat menjaga keberlangsungan usahanya dan memakmurkan perusahaan serta pemegang saham (Hemastuti, 2014).

Pengembangan Hipotesis

Ukuran Perusahaan

Besaran Ukuran Perusahaan menentukan dalam memperoleh pendanaan internal maupun eksternal. Pengelolaan pendanaan yang baik oleh manajemen perusahaan akan menyampaikan sinyal atas kondisi internal perusahaan yang dapat dijadikan acuan oleh calon investor. Investor cenderung akan melirik perusahaan skala besar sebab berkondisi stabil. Ketertarikan investor dalam kepemilikan saham akan mendorong permintaan saham di pasaran. Dengan uraian diatas, timbul hipotesis :

H₁ : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas

Kapabilitas pengelolaan investasi maupun kegiatan operasional (Kamatra & Kartikaningdyah, 2015; Sudarma & Darmayanti, 2017). *Return of Equity* digunakan untuk mengukurnya sekaligus memberikan gambaran atas tingkat pengembalian. Investor melihat citra perusahaan melalui rasio keuangan sebagai alat investasi. Hipotesis yang terbentuk:

H₂ : Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan.

Leverage

Penggunaan hutang ketika perusahaan mengambil keputusan keuangan mereka,

mereka harus mempertimbangkan faktor yang mempengaruhi hutang dan ekuitas yang berimbang pada pendapatan dan risiko pemegang saham. *Leverage* menggambarkan kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan profit sekaligus bertanggungjawab atas kewajibannya. Berdasarkan uraian tersebut, timbul hipotesis :

H₃ : *Leverage* berpengaruh signifikan negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Struktur Kepemilikan Institusional

Didalamnya termasuk badan asuransi, investasi, bank, dan lainnya (Tarjo, 2008). Hal tersebut berarti pihak institusional memiliki kemampuan pengendalian atas manajemen melalui proses monitoring guna meningkatkan kinerja. Pihak institusional memberi pengawasan ke pihak manajemen (Mulianti, 2010). Hipotesis yang terbentuk:

H₄ : Struktur Kepemilikan Institusional berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan memiliki andil saat perusahaan perusahaan mengumpulkan pendanaan dari internal maupun eksternal (Pramana & Mustanda, 2016). Keberadaan perusahaan besar lebih dilirik oleh pihak eksternal (Yao et al., 2011). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* semakin luas seiring besarnya perusahaan guna meningkatkan citranya dengan memperoleh nilai tambah. Investor akan melihat pengungkapan CSR menjadi poin tambahan, karena investor cenderung memilih perusahaan dengan citra yang baik dan peduli terhadap lingkungannya. Adanya uraian diatas, timbul hipotesis :

H₅ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas

Profitabilitas mengukur efisiensi atas penggunaan aktiva perusahaan terkait penjualan. Tingginya profitabilitas perusahaan

berbanding dengan tingkat *return* (Ratih dan Damayanthi, 2016). Tingginya tingkat Profitabilitas pun mendorong pengungkapan CSR semakin luas (Agustine, 2014; N. M. I. Wulandari & Wiksuana, 2017). Pengungkapan yang luas akan menarik citra baik yang bernilai dan menjanjikan kepada para investor. Adanya uraian diatas, timbul hipotesis :

H₆: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi Profitabilitas pada Nilai Perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan Leverage

Leverage memegang kendali atas penilaian pemegang saham yang biasanya mereka melihat kapabilitas perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kewajibannya. Tingginya tingkat *Leverage* menyulitkan perolehan dana pinjaman (Bernandhi & Muid, 2014). Apabila manajemen perusahaan dapat mengelola kewajibannya sehingga meningkatkan keuntungan, ini dapat meyakinkan masyarakat dan meningkatkan permintaan saham oleh investor yang kemudian diikuti dengan naiknya Nilai Perusahaan. Adanya uraian diatas, timbul hipotesis :

H₇: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi *Leverage* pada Nilai Perusahaan.

Corporate Social Responsibility dan Struktur Kepemilikan Institusional

Besaran Kepemilikan institusional mengartikan semakin tingginya pengawasan yang diberikan pihak institusional tersebut atas manajemen perusahaan. Pihak institusional sebagai pengawas dari pihak internal perusahaan akan merekomendasikan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial guna meningkatkan kepercayaan investor. Adanya uraian diatas, timbul hipotesis :

H₈: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi Struktur Kepemilikan Institusional pada Nilai Perusahaan.

Unit Analisa dan Sampel

Populasi yang dipakai yakni 374 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019. Selanjutnya diadakan *purposive sampling* melalui kriteria *Annual Report* tersedia dalam tahun penelitian yang bersangkutan, perusahaan yang melaporkan *Corporate Social Responsibility* di tahun penelitian, dan perusahaan yang memiliki Kepemilikan Institusional lebih dari 10%. Adapun penyeleksian sampel disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 Sampel Penelitian

Kriteria	Jumlah
Perusahaan sektor manufaktur terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2019	374
Tidak tersedia Annual Report dalam tahun penelitian yang bersangkutan guna memenuhi data dari variabel yang diteliti	(48)
Perusahaan yang tidak memiliki Kepemilikan Institusional lebih dari 10%.	(19)
Perusahaan yang menjadi sampel penelitian	307

Sumber: Data diolah peneliti (2021)

MODEL PENELITIAN

Berikut model regresi dalam pengujian hipotesis dengan persamaan sebagai berikut :

- $Y = \alpha + \beta_1 \text{SIZE} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{DER} + \beta_4 \text{INST} + \varepsilon$
- $Y = \alpha + \beta_1 \text{SIZE} + \beta_2 \text{ROE} + \beta_3 \text{DER} + \beta_4 \text{INST} + \beta_5 \text{GRI} + \beta_6 \text{LnASET} * \text{GRI} +$

$$\beta_7 \text{ROE} * \text{GRI} + \beta_8 \text{DER} * \text{GRI} + \beta_9 \text{INST} * \text{GRI} + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_9$	= Koefisien Regresi
SIZE	= Ukuran Perusahaan
ROE	= Profitabilitas
DER	= <i>Leverage</i>
INST	= Struktur Kepemilikan Institusional
GRI	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
e	= Error Term

Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan perlu perhatian untuk terus bersaing di pasar modal serta memakmurkan para pemegang saham (Hemastuti, 2014). Hal tersebut mencerminkan keandalan perusahaan sebagai bentuk timbal balik kepada investor atas dana yang diberikan (Cecilia et al., 2015).

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Ukuran Perusahaan (X₁)

Diperoleh dari rerata total penjualan bersih selama beberapa periode (Brigham & Houston, 2011). Ukuran perusahaan yang besar dan memiliki prinsip keberlanjutan mendorong tercapainya tingkat profitabilitas dan stabilitas (Weston & Copeland, 2008). Besarnya perusahaan dilihat dari jumlah aset.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{ Total Aset}$$

Profitabilitas (X₂)

Menandakan keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan, ditimbang berdasarkan tingkat perolehan laba bersih saat menjalankan aktivitas kegiatan operasionalnya. Profitabilitas menggambarkan prospek perusahaan yang akan membuat investor memandang nilai perusahaan dalam keadaan baik (Cecilia et al., 2015).

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}} \times 100\%$$

Leverage (X₃)

Mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh kewajibannya untuk menjalankan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* diukur menggunakan rasio hutang dimana perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaannya (Suyono et al., 2019). Semakin tinggi nilai *Leverage*, resiko perusahaan pun juga tinggi.

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Struktur Kepemilikan Institusional (X₄)

Memiliki peran saat mengawasi setiap keputusan manajemen yang ditaksir dapat menghindarkan perbuatan merugikan oleh manajemen (Ujiyantho & Agus Pramuka, 2007).

$$\text{Struktur Kepemilikan Institusional} = \frac{\text{Kepemilikan Saham oleh Institusional}}{\text{Jumlah Saham yang Beredar}}$$

Corporate Social Responsibility (Z)

Perusahaan harus peduli dan bertanggung jawab dengan lingkungan tempat perusahaan melakukan aktivitasnya. Kepedulian dan tanggung jawab perusahaan ini dapat diimplementasikan dengan kegiatan CSR dengan mengintegrasikan aspek keuangan dan non-keuangan sebagai *triple bottom line* (Hubbard, 2009; Painter-Morland, 2006). Secara umum, standar pengukuran didasarkan pada *Corporate Social Responsibility Range Index* versi 4.0 dari Global Reporting Initiative yakni :

$$CSRI = \frac{\sum X_i}{n} \times 100\%$$

Keterangan :

1. CSRI = *CSR Index* perusahaan
2. N = Jumlah item pengungkapan CSR, $n \leq 91$
3. X_i = 1: jika item i dilaporkan; 0: jika item i tidak dilaporkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Analisis Statistik Deskriptif**

Tabel 2 Statistik Deskriptif

	N	Mean	Std. Deviasi	Minimum	Maximum
PBV (Y)	301	1,914136	3,299881	-24,10771	29,66145
SIZE (X1)*	301	8529841	25408244	8278	351958000
ROE (X2)	301	0,0346909	0,3520522	-2,027788	3,386199
DER (X3)	301	1,161116	2,905776	-19,05558	23,9173
INST (X4)	301	0,691732	0,1980114	0,1333333	1
GRI (Z)	301	0,1195648	0,0632408	0,010989	0,3626374

Sumber: Output olah STATA Ver. 16, data diolah penulis

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Tabel 3 Uji Normalitas

Var	Model 1		adj		Model 2		adj	
	Skewness	Kurtosis	chi2	Prob>	Skewness	Kurtosis	chi2	Prob>
			(2)	chi2			(2)	chi2
res	0,4889	0,5795	0,79	0,6729	0,1868	0,4844	2,25	0,3253

Sumber: Output olah STATA Ver. 16, data diolah penulis

Dapat dilihat hasil pengujian normalitas model 1 dan 2 nilai Prob>chi2 diatas 0,05. Hasil

tersebut mencerminkan bahwa variabel yang digunakan memenuhi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Uji Multikolinearitas

Var	Model 1		Model 2	
	VIF	Tolerance	VIF	Tolerance
LnASET	1,01	0,989592	4,43	0,225780
ROE	1,81	0,551127	9,91	0,100917
DER	1,81	0,551590	6,36	0,157153
INST	1,01	0,991779	5,17	0,193251
GRI			362,63	0,002758

Sumber: Output olah STATA Ver. 16, data diolah penulis

Hasil pada model 1 menunjukkan nilai VIF dan tolerance masing-masing < 10 dan > 0,1, yang berarti tidak multikolinearitas. Namun,

model 2 menunjukkan adanya multikolonieritas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 5 Uji Heteroskedastisitas

Model 1		Model 2	
chi2 (1)	Prob > chi2	chi2 (1)	Prob > chi2
0,01	0,9222	0,70	0,4030

Sumber: Output olah STATA Ver. 16, data diolah penulis

Hasil uji pada model 1 dan 2 Prob>chi2 diatas 0,05, tidak terjadi heteroskedastisitas yang berarti data tersebut bersifat homokedastisitas.

Uji Hipotesis

Tabel 6 Uji Hipotesis

	Model 1			Model 2		
	Coef.	T	P> t	Coef.	T	P> t
(Constant)	1,999642	1,97	0,050	6,295885	3,01	0,003
LnASET	-0,0649753	-1,86	0,064	-0,202941	-2,80	0,006
ROE	1,267355	4,36	0,000	1,492126	2,21	0,028
DER	0,1025146	3,28	0,001	0,0400991	0,69	0,491
INST	-0,1071714	-0,37	0,709	-0,5296927	-0,82	0,413
GRI				-37,91499	-2,30	0,022
LnASET*GRI				1,180595	2,17	0,031
ROE*GRI				0,1113768	0,02	0,981
DER*GRI				0,694569	1,37	0,170
INST*GRI				4,29584	0,86	0,393

Sumber: Output olah STATA Ver. 16, data diolah penulis

Dapat diperoleh persamaan regresi model 1 dan 2 sebagai berikut :

- $$\log PBV = 1,999642 - 0,0649753LnASET + 1,267355ROE + 0,1025146DER - 0,1071714INST + \epsilon$$
- $$\log PBV = 6,295885 - 0,202941LnASET + 1,492126ROE + 0,0400991DER - 0,05296927INST - 37,91499GRI + 1,180595LnASET*GRI + 0,1113768ROE*GRI + 0,694569DER*GRI + 4,29584INST*GRI + \epsilon$$

Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan negatif

terhadap Nilai Perusahaan, diperoleh dari uji T bahwa Ukuran Perusahaan memiliki $t_{hitung} 1,86 \geq 1,645$ dengan signifikansi $0,032 < 0,05$. Hipotesis pertama (H_1) ditolak.

Meningkatnya Ukuran Perusahaan tidak berbanding lurus dengan Nilai Perusahaan. Sejalan dengan penelitian Rai Prastuti & Merta Sudiarta(2016), Ramdhonah et al.(2019), D. Wulandari & Hidayat(2020) menegaskan adanya peningkatan atas Ukuran Perusahaan cenderung memiliki Nilai Perusahaan yang rendah. Jumlah aset yang besar akan tertimbun dikarenakan terhambatnya perputaran (Rai Prastuti & Merta Sudiarta, 2016). Investor ingin kinerja manajemen secara efektif dan efisien, besarnya total aset yang dimiliki juga diartikan akan mengendurkan pengawasan atas

aktivitas operasional perusahaan (Driffield et al., 2007). Besarnya total aset yang dimiliki akan meningkatkan utang yang seharusnya digunakan berinvestasi menjadi tidak produktif serta perusahaan pun dibebankan pokok maupun bunga (Ramdhonah et al., 2019; D. Wulandari & Hidayat, 2020).

Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan, diperoleh uji T bahwa Profitabilitas memiliki $t_{hitung} 4,36 \geq 1,645$ dengan signifikansi $0,0000 < 0,05$. Hipotesis kedua (H_2) diterima.

Perusahaan terdorong untuk menyediakan informasi keuangan kepada pihak eksternal untuk memberi sinyal kepada pasar (Hartono, 2005). Besarnya Profitabilitas akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menumbuhkan minat beli atas saham perusahaan (Agusentoso, 2017). Sejalan dengan penelitian Agusentoso (2017), Sudarma & Darmayanti (2017), Hairudin et al. (2020) yang menegaskan tingginya Profitabilitas meningkatkan Nilai Perusahaan. Dari sisi manajemen peningkatan atas aktivitas perusahaan mendorong kinerja mengartikan perusahaan memiliki pengelolaan keuangan yang baik (Agusentoso, 2017). *Stakeholders* melihat kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari investasi dan penjualan (Sudarma & Darmayanti, 2017). Perusahaan perlu menilik tingkat Profitabilitas saat perusahaan ingin meningkatkan Nilai Perusahaannya (Hairudin et al., 2020).

Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan *Leverage* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan, diperoleh uji T bahwa *Leverage* memiliki $t_{hitung} 3,28 \geq 1,645$ dengan signifikansi $0,0005 < 0,05$. Hipotesis ketiga (H_3) ditolak.

Sejalan penelitian oleh Febrianti (2012), Mustanda & Suwardika (2017), Firda & Efriadi (2020). Dalam teorinya, besarnya *Leverage* memungkinkan resiko yang ditanggung perusahaan dalam membayar

kewajibannya jangka pendek maupun panjang menjadi tinggi, hal itu akan berakibat turunnya return atas saham investor, namun kenyataannya tidak selalu *Leverage* yang besar bisa menurunkan nilai perusahaan (Firda & Efriadi, 2020). *Leverage* menggambarkan besaran pembiayaan yang digunakan perusahaan sebagai pedoman investor mengambil keputusan pembiayaan di masa yang akan datang (Febrianti, 2012). Dari sisi lain, penelitian Mustanda & Suwardika (2017) mengemukakan penggunaan hutang merupakan bentuk strategi terkait pajak penghasilan, sebab pelunasan bunga pinjaman dapat mengurangi beban pajak, dengan begitu nilai *Earning After Tax* akan meningkat.

Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, diperoleh uji T bahwa Kepemilikan Institusional memiliki $t_{hitung} 0,37 \leq 1,645$ dengan signifikansi $0,305 > 0,05$. Hipotesis keempat (H_4) ditolak.

Sejalan penelitian Ambarwati & Stephanus (2014), Dewi & Sanica (2017), S. Sembiring & Trisnawati (2019). Investor tidak melihat besaran kepemilikan institusional sehingga tidak mempengaruhi harga saham (Sriwahyuni & Wihandaru, 2016). Anggapan bahwa manajemen sering mengambil kebijakan dan biasanya terfokus pada kepentingan pribadi yang menimbulkan kerjasama antara institusional dengan manajemen (Dewi & Sanica, 2017). Persentase kepemilikan saham oleh pihak institusional tidak efektif dalam memantau kinerja manajemen perusahaan, sebab masih ada asimetri informasi, investor mungkin belum sepenuhnya memiliki informasi atas manajemen sehingga sulit dikendalikan (Ambarwati & Stephanus, 2014). Hal tersebut terjadi sebab investor institusional merupakan pemilik sementara yang hanya fokus pada laba aktual, perubahan yang tidak menguntungkan mengakibatkan penarikan saham dengan jumlah besar (Dewi & Sanica, 2017). Mencerminkan bukan termasuk faktor yang meningkatkan Nilai Perusahaan (Ambarwati & Stephanus, 2014).

Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan *Corporate Social Responsibility* berperan dalam memoderasi Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan, diperoleh uji T bahwa $t_{hitung} 2,17 \geq 1,645$ dengan signifikansi $0,016 < 0,05$. Hipotesis kelima (H_5) diterima.

Besarnya aset sebuah perusahaan berbanding lurus atas kewajiban sosialnya, besaran perusahaan berusaha meningkatkan *image* dengan memperhatikan lingkungan sosialnya untuk menjunjung *going concern* sehingga investor semakin tertarik dalam berinvestasi (Setiawan et al., 2021). Sejalan penelitian Imron et al. (2013), Puspita Dewi & Mertha (2018). Semakin besarnya aset, aktivitas operasional perusahaan pun juga sehingga perusahaan dikatakan makin mampu melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* demi menumbuhkan *image* yang baik di mata stakeholder (Puspita Dewi & Mertha, 2018). Perusahaan besar berkewajiban terhadap pertanggungjawaban sosial yang lebih luas terhadap lingkungan sekitar akan tercermin pada harga saham (Imron et al., 2013). Perusahaan yang lebih kecil tidak memungkinkan mengekspos pertanggungjawabannya secara jelas, perusahaan besar akan lebih menarik perhatian dari lingkungan perusahaan (Sudana & Arlindania, 2011). Besarnya aset perusahaan semakin luas pula aktivitas perusahaan tersebut, perusahaan besar kian mampu dalam menjalankan program sosial guna meningkatkan *image* yang akan mendongkrak nilai dari perusahaan itu sendiri (Puspita Dewi & Mertha, 2018).

Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan *Corporate Social Responsibility* tidak berperan dalam memoderasi Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan, diperoleh uji T bahwa $t_{hitung} 0,02 \leq 1,645$ dengan signifikansi $0,981 > 0,05$. Hipotesis keenam (H_6) ditolak.

Sejalan dengan penelitian Suprantiningrum (2013), Itsnaini & Subardjo (2017), Raningsih

& Artini (2018), Tumanan & Ratnawati (2019). Investor tidak merespon atas pelaksanaan program CSR perusahaan, mereka menganggap sudah ada jaminan pada UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007, dimana perusahaan senantiasa mengungkapkan CSR, sebab jika tidak melaksanakannya terganjal oleh sanksi (Suprantiningrum, 2013). Perusahaanpun tidak memandang meningkatnya Profitabilitas terkait program CSR yang merupakan kewajibannya (Itsnaini & Subardjo, 2017). Program CSR seperti reboisasi, pengolahan emisi karbon dan limbah, kegiatan 3R (*reduce, reuse, recycle*) dan sebagainya yang dilakukan di lingkungan tidak memiliki *impact* ke investor, akan menurunkan minat berinvestasi (Raningsih & Artini, 2018).

Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan *Corporate Social Responsibility* tidak berperan dalam memoderasi *Leverage* dengan Nilai Perusahaan, diperoleh dari uji T bahwa $t_{hitung} 1,37 \leq 1,645$ dengan signifikansi $0,085 > 0,05$. Hipotesis ketujuh (H_7) ditolak.

Sejalan dengan Penelitian Nuansari et al., (2020), Putra & Sunarto (2021). Tingginya *Leverage* memicu manajemen meminimalisir program CSRnya untuk mengelabui pihak debtholders (Nuansari et al., 2020). Manajemen perusahaan tidak fokus pada menghimpun dana dari utang melainkan peningkatan laba sehingga CSR dikurangi (I Gusti Agung Arista Pradnyani & Sisdyani, 2015). Hal ini karena investor ingin modal perusahaan yang didanainya menggunakan modal sendiri daripada utang untuk menjalankan program CSR (Putra & Sunarto, 2021). Daya saing perusahaan akan menurun jika pelaksanaan CSR dengan penggunaan utang (Chang & Shen, 2014; Friedman, 1970).

Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan

Uji parsial menggambarkan *Corporate Social Responsibility* tidak berperan dalam memoderasi Kepemilikan Institusional dengan Nilai Perusahaan, diperoleh dari uji T bahwa $t_{hitung} 0,86 \leq 1,645$ dengan signifikansi $0,197 > 0.05$. Hipotesis kedelapan (H_8) ditolak.

Sejalan penelitian Bagus et al., (2017), Jamil et al., (2019). Umumnya investor di Indonesia berkiblat pada *capital gain* yang dapat dirasakan saat ini, sedangkan CSR merupakan prospek keberlanjutan usaha yang tidak dapat dirasakan dalam waktu dekat (Bagus et al., 2017). Rata-rata pengungkapan CSR perusahaan manufaktur di Indonesia sebesar 12% dapat dilihat pada Tabel 3. Pihak pemegang saham eksternal melihat perusahaan bukan dari sudut pandang CSR (Bagus et al., 2017). Pasal 74 ayat 1 UU No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas hanya mewajibkan melaksanakan pertanggungjawaban lingkungan, dengan begitu entitas hanya menjalankan program CSR sekedar untuk menghindari sanksi terhadap perusahaan, tidak adanya standar minimum yang jelas menimbulkan perbedaan interpretasi (Jamil et al., 2019).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan dari penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel Moderasi” pada sektor manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2019, kesimpulan yang didapat yakni Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh signifikan positif. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan negatif. Sedangkan Struktur Kepemilikan Institusional tidak memiliki pengaruh. Selanjutnya *Corporate Social Responsibility* memoderasi Ukuran Perusahaan. Namun tidak memoderasi Profitabilitas, *Leverage*, dan Struktur Kepemilikan Institusional.

Pada saat melakukan penelitian ini, ada keterbatasan yang menjadi salah satu hambatan agar mencapai hasil yang maksimal, yakni hanya menggunakan pengamatan satu periode 2019. Berdasarkan kesimpulan,

peneliti memberi rujukan yang mungkin bermanfaat. penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel, tahun pengamatan serta menggunakan sektor perusahaan selain sektor manufaktur. Untuk perusahaan manufaktur diharapkan lebih meningkatkan kinerja dari manajemen perusahaan guna meningkatkan labanya serta melihat pelaksanaan maupun pengungkapan CSR. Selanjutnya untuk investor diharapkan lebih jeli dalam melihat peluang investasi, salah satunya terkait adanya pelaksanaan CSR sebagai bentuk konsep Triple Bottom Line. Dan juga untuk Pemerintah, diharapkan membuat kebijakan yang lebih jelas terkait CSR yang harus diungkapkan oleh setiap perusahaan, sehingga perusahaan tidak hanya sebatas melaksanakan dan pengungkapan CSR untuk menghindari sanksi saja, melainkan untuk asas keberlanjutan usaha dan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusentoso, R. (2017). PENGARUH STRUKTUR MODAL, PERPUTARAN MODAL KERJA DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (PBV) Studi Kasus Perusahaan Pertambangan dan Energi di BEI Periode Tahun 2010 - 2014. *PEKOBIS Jurnal Pendidikan, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(4), 17–31. [dx.doi.org/10.32493/pekobis.v1i4.P17-31.722](https://doi.org/10.32493/pekobis.v1i4.P17-31.722)
- Agustine, I. (2014). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*. 2(1)(FINESTA), pp: 42-47.
- Ambarwati, I. E., & Stephanus, D. S. (2014). Struktur Kepemilikan, Kebijakan Dividen, dan *Leverage* sebagai Determinan atas Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(2). <https://doi.org/10.18202/jamal.2014.08.5015>
- Bagus, I., Rudy, P., Wijana, N., & Putra, A. (2017). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Pada Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 21(3),

- 1903–1932.
<https://doi.org/10.24843/EJA.2017.v21.i03.p08>
- Bernandhi, R., & Muid, A. (2014). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Kebijakan Dividen, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(1), 177–191.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan buku 2. (Alih Bahasa: Ali Akbar Yulianto)*. Salemba Empat.
- Cecilia, Rambe, S., & Torong, M. Z. B. (2015). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Jurnal Akuntansi*, Hal 1-22.
- Chang, Y., & Shen, C.-H. (2014). Corporate Social Responsibility and Profitability--Cost of Debt as the Mediator. *Taipei Economic Inquiry*, 50(2), 291–357.
- Chumaidah, & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 7(3), 1–20.
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). *Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Driffield, N., Mahambare, V., & Pal, S. (2007). How does ownership structure affect capital structure and firm value?: Recent evidence from East Asia. *Economics of Transition*, 15(3), 535–573.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-0351.2007.00291.x>
- Febrianti, M. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Industri Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 14(2), 141–156.
- Firda, Y., & 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*, 2(1), 34–43.
- Friedman, M. (1970). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. *The New York Times Magazine*, 13, 32–33.
- Hairudin, Bakti, U., & Rachmadi, A. (2020). Implikasi profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan kebijakan dividen sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 150–172.
<http://journal.undiknas.ac.id/index.php/magister-manajemen/>
- Hemastuti, C. P. (2014). “Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi dan Kepemilikan Insider Terhadap Nilai Perusahaan.” *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 3(4), 1–14.
- Hermuningsih, S. (2012). Pengaruh Profitabilitas, Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sruktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 232–242.
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol16.iss2.ar18>
- Hubbard, G. (2009). Measuring organizational performance: Beyond the triple bottom line. *Business Strategy and the Environment*, 18(3), 177–191.
<https://doi.org/10.1002/bse.564>
- I Gusti Agung Arista Pradnyani, & Sisdyani, E. A. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Dewan Komisaris Pada Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 11(2), 384–397.
- Imron, G. S., Hidayat, R. dan, & Alliyah, S. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Sosial Responsibility dan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *Potensio*, 18(2), 82–93.

- Itsaini, H. M., & Subardjo, A. (2017). Itsaini, H. M., & Subardjo, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(6), 1–16. Pengaruh Profitabilitas dan Solvabilitas Terhadap Nilai. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(6), 1–16.
- Jamil, S., NR, E., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(1), 487–503.
- Kamatra, N., & Kartikaningdyah, E. (2015). Effect corporate social responsibility on financial performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(2013), 157–164.
- Lukviarman, N. (2016). *Corporate Governance: Menuju Penguatan Konseptual dan Implementasi di Indonesia*. PT Era Adicitra Intermedia.
- Mulianti, F. M. (2010). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Hutang Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan*.
- Mustanda, I. K., & Suwardika, I. N. A. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *None*, 6(3), 254488.
- Nuansari, S., Widiastuti, N. P. E., & Mulyantini, S. (2020). Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(4), 371–394. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v7i4.15068>
- Painter-Morland, M. (2006). Triple bottom-line reporting as social grammar: integrating corporate social responsibility and corporate codes of conduct. *Business Ethics: A European Review*, 15(4), 352–364. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00457.x>
- Pamungkas, H. S., & Puspaningsih, A. (2013). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, kebijakan dividen dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 17(2), 155–164. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol17.iss2.art6>
- Pramana, I. G. N. A. D., & Mustanda, I. K. (2016). PENGARUH PROFITABILITAS DAN SIZE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CSR SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Perusahaan sebagai salah satu entitas ekonomi di suatu negara sudah se. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 561–594.
- Puspita Dewi, N. K. D., & Mertha, I. M. (2018). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Memoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(3), 2148–2176. <https://doi.org/10.24843/EJA.2018.v22.i03.p19>
- Putra, B. A. I., & Sunarto, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 149. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.195>
- Rai Prastuti, N., & Merta Sudiarta, I. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *None*, 5(3), 254202.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan

- yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82. <https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia PENDAHULUAN Manajemen perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memaksimalkan nilai perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(8), 1997–2026.
- Scott, W. R. (2012). *Financial Accounting Theory* (Sixth Edit). Pearson Canada Inc. Toronto.
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). FAKTOR - FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 21(1). <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p06>
- Setiawan, K., Novitasari, N. L. G., & Widhiastuti, N. L. P. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 302–312.
- Sriwahyuni, U., & Wihandaru. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Institusional, Dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 7(1), 84–109.
- Sudana, I. M., & Arlindania, P. A. (2011). Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Go-Public Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, 4(1), 37–49. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v4i1.2411>
- Sudarma, I. K. G. A. M., & Darmayanti, N. P. A. (2017). Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Pada Indeks Kompas 100. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 6(4), 1906–1932.
- Suprانتiningrum. (2013). Pengaruh Moderasi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Hubungan Return On Equity(ROE) dan Nilai perusahaan. *Serat Acitya*, 2(3), 83.
- Suyono, Yusrizal, & Solekhatun, S. (2019). Analisis Pengaruh Current Ratio, Total Debt To Equity Ratio, Inventory Turnover, Total Assets Turnover, Receivable Turnover Dan Size Perusahaan Terhadap Pertumbuhan Laba Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(4), 389–405.
- Tarjo. (2008). *PENGARUH KONSENTRASI KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL DAN LEVERAGE TERHADAP MANAJEMEN LABA, NILAI PEMEGANG SAHAM SERTA COST OF EQUITY CAPITAL*.
- Tumanan, N., & Ratnawati, D. (2019). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan, CSR sebagai Pemoderasi. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN BISNIS*, 14, 123–135.
- Ujiyantho, M. A., & Agus Pramuka, B. (2007). Mekanisme Corporate Governance, Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan (studi pada perusahaan go publik sektor manufaktur). *Simposium Nasional Akuntansi X, Juli*, 1–26.
- Weston, J. ., & Copeland. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Jilid II*. Erlangga.
- Wijaya, A., & Linawati, N. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *FINESTA*, 3(1), 46–51.
- Wulandari, D., & Hidayat, I. (2020). *PENGARUH STRUKTUR MODAL , UKURAN PERUSAHAAN , DAN TINGKAT SUKU BUNGA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PROPERTY DAN REAL*

ESTATE DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) Pada era globalisasi saat ini bisnis dalam sektor property dan real estate semakin meni.

Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). PERANAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM MEMODERASI PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278–1311.