



## PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* SEBAGAI PEMODERASI PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA NILAI PERUSAHAAN

Putu Pande R. Aprilyani Dewi<sup>1</sup>\*Kadek Linda Kusnita<sup>2</sup>  
Universitas Pendidikan Nasional  
\*email: [apriyanidewi@undiknas.ac.id](mailto:apriyanidewi@undiknas.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article History

Submission: 2023-09-25  
Reviewed: 2022-09-29  
Accepted: 2022-10-30  
Publish : 2022-12-30

#### Keyword:

*corporate social  
responsibility; firm value;  
profitability and leverage*

### ABSTRACT

*This study determines the effect of the corporate social responsibility on firm value. The population of this study is composed of mining companies listed on the Indonesian Stock Exchange from 2018 to 2021. The study used a purposive sampling technique and obtained a sample of 56 companies. The results of this study indicate that corporate social responsibility has an effect on the value of mining companies. Profitability strengthens the influence of corporate social responsibility on the value of mining companies, this is because high profitability is expected to increase the value of the company. Leverage weakens the influence of corporate social responsibility on the value of mining companies, this is because leverage reflects how much the company can finance company assets which will affect the level of investor confidence in investing their shares*

### PENDAHULUAN

Perusahaan sebagai salah satu entitas ekonomi biasanya mempunyai tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah guna mendapatkan laba secara optimal sementara itu tujuan jangka panjang yaitu guna menaikkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari suatu perusahaan, dengan nilai perusahaan yang terus menjadi baik akan menambah kemakmuran untuk para pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, sehingga semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, karena dengan nilai yang besar membuktikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Tidak hanya itu investor juga lebih cenderung menanamkan sahamnya pada perusahaan yang mempunyai kinerja baik dalam menaikkan nilai perusahaan.

Perusahaan yang sudah menjalankan *corporate social responsibility* pada umumnya akan mengungkapkan penerapan *corporate social responsibility* tersebut. Pengungkapan *corporate social responsibility* dilakukan melalui *social reporting disclosure* dalam laporan keuangan. *Corporate social responsibility* menggambarkan bentuk kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuannya saat ini serta jangka panjang.

Beberapa penelitian yang berkaitan dengan *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan, dalam penelitian tersebut ditemukan keanekaragaman hasil. Seperti yang dilakukan oleh (Karundeng et al., 2017) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai

perusahaan. (Mariani & Suryani, 2018) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Mustofa & Suaidah, 2020) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. (Tenriwaru & Nasaruddin, 2020) memberikan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Puspaningrum, 2017) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. (Fasya, 2018) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Sunaryo et al., 2018) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Murnita & Putra, 2018) memberikan hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan. (Aisanafi & Hernindita, 2022) memberikan hasil bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan serta pentingnya mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga dilakukan riset kembali dengan menambahkan variabel moderasi ke dalam riset ini, yakni profitabilitas dan leverage. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan pertambangan dipilih sebagai objek riset karena perusahaan pertambangan ialah perusahaan yang berhubungan langsung dengan kehidupan bermasyarakat maupun sumber daya alam sehingga memiliki dampak yang besar terhadap aspek sosial dan lingkungan. Penelitian ini memakai periode dari Tahun 2018 – 2021. Penelitian ini dilakukan guna mengetahui apakah hasil yang akan diperoleh nantinya dapat mendekati ataupun berbeda dengan penelitian penelitian sebelumnya.

### ***Corporate Social Responsibility***

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* yaitu laporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan keberlanjutan (*sustainable development*), *sustainability reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. *Sustainability report* harus menjadi dokumen strategi yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *sustainability development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

### ***Global Reporting Initiative (GRI)***

*Global reporting initiative* memberikan kerangka kerja pelaporan keberlanjutan yang saat ini telah digunakan oleh berbagai perusahaan di dunia. GRI secara *de facto* telah menjadi standar dunia untuk pelaporan. *GRI guidelines* mengajukan prinsip dan indikator untuk mengukur kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan, juga standar isi laporan keberlanjutan perusahaan. Misi *global reporting initiative* sesuai pedoman yang diterbitkan GRI adalah mengembangkan dan menyebarkan pedoman pelaporan keberlanjutan ke seluruh dunia.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan yaitu harga sebuah saham yang telah beredar di pasar saham yang harus dibayar oleh investor untuk dapat memiliki sebuah perusahaan (Sondakh & Morasa, 2019). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kemakmuran pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga atau nilai pasar dari saham perusahaan yang merupakan cerminan bagaimana pengelola manajemen perusahaan itu sendiri.

### **Profitabilitas**

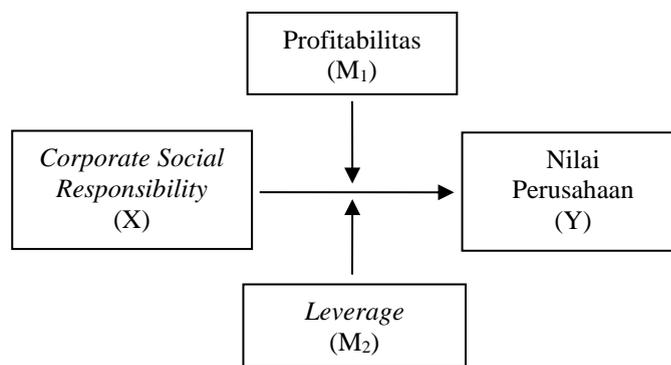
Profitabilitas merupakan faktor yang membuat manajemen menjadi bebas dan fleksibel untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial kepada pemegang saham. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi postulat untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial, sehingga semakin tinggi tingkat

profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Dianawati & Fuadati, 2016). Profitabilitas berkaitan dengan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa kinerja suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dapat berpengaruh pada pembuatan keputusan investasi yang artinya semakin baik kinerja keuangan yang dimiliki perusahaan, maka akan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk mengungkapkan tanggungjawab sosialnya (Herawati, 2017).

### Leverage

*Leverage* digunakan perusahaan untuk menggambarkan hubungan antara total aset dengan modal saham biasa dan untuk membuktikan pemakaian hutang untuk menaikkan profit (Kurniasih & Sari, 2013). Rasio *leverage* yaitu untuk mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang, sehingga sebaiknya perusahaan harus menyeimbangkan berapa utang yang layak diambil dan dari mana sumber-sumber yang dapat digunakan untuk membayar utang tersebut. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dari pada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

Gambar 1. Model Penelitian



### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan

Saat perusahaan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah dan visiabilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak *principal* dengan melakukan pengungkapan *corporate environmental* sebagai tindakan *corporate social responsibility*. Pengungkapan *corporate environmental* merupakan sinyal yang dapat mengalihkan perhatian pemegang saham dari pengawasan manipulasi laba atau isu-isu lainnya dan sebagai hasilnya harga saham di pasar modal akan meningkat seiring meningkatnya kepercayaan pemegang saham terhadap transparansi informasi yang diungkapkan oleh perusahaan (Rokhlinasari, 2016). Dari uraian diatas, dapat dirumuskan bahwa hipotesis menunjukkan sebagai berikut :

H1 : *Corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan.

### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi

Perusahaan yang mengungkapkan aktivitas *corporate social responsibility* dengan baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan serta dapat mengurangi biaya atas tuntutan atau protes yang akan terjadi, sehingga profitabilitas perusahaan dapat meningkat (Putra & Wirakusuma, 2015). Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan, maka semakin kuat hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan juga semakin besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

H2 : Profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

## Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan dengan *Leverage* Sebagai Pemoderasi

Kelangsungan hidup perusahaan ditentukan oleh seberapa besar perusahaan menggunakan hutang didalam menghidupi perusahaan, apabila hutang yang digunakan terlalu besar maka dapat membahayakan kelangsungan hidup perusahaan kedepannya dan resiko kebangkrutan perusahaan akan semakin tinggi karena perusahaan terjebak di dalam tingkat hutang yang terlalu tinggi sehingga perusahaan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. Semakin rendah tingkat rasio *leverage* suatu perusahaan, maka dipercaya semakin tinggi pengungkapan *corporate social responsibility* yang akan dilakukan perusahaan dan berpengaruh nantinya pada meningkatnya nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

H3 : *Leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan penelitian kuantitatif. Adapun jenis data yang digunakan yaitu data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan memenuhi kriteria : (1) perusahaan yang tidak memiliki data yang lengkap, dan (2) perusahaan mengalami kerugian selama periode pengamatan tahun 2018-2021. Dari kriteria tersebut maka didapatkan sampel penelitian sebanyak 56 perusahaan. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear sederhana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1  
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSRI	56	18.68	39.56	26.2355	5.02004
Nilai Perusahaan	56	37.46	459.09	138.0477	88.4130
ROA	56	0.20	54.32	13.1971	12.76418
DER	56	9.65	248.50	76.0129	58.72272

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2022

Variabel *corporate social responsibility* memiliki rata-rata hitung (*mean*) sebesar 26,2355 yang artinya rata-rata proporsi *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan selama periode tahun 2018-2021 sebesar 2,623%. Proporsi terendah dimiliki oleh PT. MYOH Tbk dan PT. ELSA Tbk sebesar 1.868% sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. ADRO Tbk sebesar 3.956%. Standar deviasi sebesar 5.02004 artinya selama empat tahun, *corporate social responsibility* pada perusahaan pertambangan di BEI menyimpang dari rata-ratanya sebesar 502%.

Variabel profitabilitas (yang diproksikan dengan ROA) memiliki rata-rata hitung (*mean*) sebesar 13.1971 yang artinya rata-rata proporsi profitabilitas pada perusahaan pertambangan selama periode 2018-2021 sebesar 1,319%. Proporsi terendah dimiliki oleh PT. DEWA Tbk sebesar 20% sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. BYAN Tbk sebesar 5.432%. Standar deviasi sebesar 12.76418 artinya selama empat tahun, profitabilitas pada perusahaan pertambangan di BEI menyimpang dari rata-rata sebesar 1.276%.

Variabel *leverage* (yang diproksikan dengan DER) memiliki rata-rata hitung (*mean*) sebesar 76.0129 yang artinya rata-rata proporsi *leverage* pada perusahaan pertambangan selama periode 2018-

2021 sebesar 7,601%. Proporsi terendah dimiliki oleh PT. HRUM Tbk sebesar 965% sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. BIPI Tbk sebesar 24.850%. Standar deviasi sebesar 58.72272 artinya selama empat tahun, *leverage* pada perusahaan pertambangan di BEI menyimpang dari rata-rata sebesar 5.872%.

Variabel nilai perusahaan rata-rata hitung (*mean*) sebesar 138.0477 yang artinya rata-rata proporsi nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan selama periode 2018-2021 sebesar 13,804%. Proporsi terendah dimiliki oleh PT. PTBA Tbk sebesar 3.746% sedangkan nilai tertinggi dimiliki oleh PT. GEMS Tbk sebesar 45.909%. Standar deviasi sebesar 88.41300 artinya selama empat tahun, nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan di BEI menyimpang dari rata-rata sebesar 8.841%.

### Hasil Uji Normalitas

Tabel 2  
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.000000
	Std. Deviation	0.07007798
Most Extreme	Absolute	0.124
Differences	Positive	0.082
	Negative	-0.124
Kolmogorov-Smirnov Z		0.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.325
Point Probability		0.000

a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Kolmogorov Smirnov* sebesar 0,124 sedangkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,325. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model persamaan regresi tersebut berdistribusi normal karena nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,325 lebih besar dari nilai *alpha* 0,05.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3  
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Corporate social responsibility</i> (X <sub>1</sub> )	0,826	1,211	Bebas multikol
Profitabilitas (M <sub>1</sub> )	0,762	1,302	Bebas multikol
<i>Leverage</i> (M <sub>2</sub> )	0,912	1,097	Bebas multikol

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance dan VIF dari seluruh variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk setiap variabel lebih besar dari 10% dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yang berarti model persamaan regresi bebas dari multikolinearitas.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	UnstandardizedCoefficients		StandardizedCoefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.155	0.145		1.070	0.290
CSR	-0.031	0.043	-0.115	-0.714	0.479
Profitabilitas (ROA)	0.021	0.013	0.516	1.550	0.127
Leverage (DER)	0.003	0.014	0.048	0.212	0.833
CSR_Profitabilitas (ROA)(X <sub>1</sub> .M <sub>1</sub> )	0.015	0.010	0.850	1.482	0.145
CSR_Leverage (DER)(X <sub>1</sub> .M <sub>2</sub> )	0.005	0.008	0.264	0.597	0.553

Pada tabel dapat dilihat bahwa nilai Sig. dari variabel *corporate social responsibility* sebesar 0,479, ROA sebesar 0,127, DER sebesar 0,833, variabel interaksi X<sub>1</sub>.M<sub>1</sub> sebesar 0,145 dan variabel interaksi X<sub>1</sub>.M<sub>2</sub> sebesar 0,553. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap absolute residual. Dengan demikian, model yang dibuat tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

#### Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 5  
Hasil Analisis Regresi Moderasi

Model	UnstandardizedCoefficients		StandardizedCoefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.560	0.220		7.102	0.000
CSR	0.995	0.065	0.341	15.368	0.000
ROA	0.056	0.020	0.129	2.811	0.007
DER	-0.324	0.021	-0.494	-15.802	0.000
CSR.ROA	0.034	0.015	0.177	2.248	0.029
CSR.DER	-0.210	0.012	-1.061	-17.435	0.000
<b>R Square</b>			<b>0.983</b>		
<b>Adjusted R Square</b>			<b>0.981</b>		
<b>F Statistik</b>			<b>579.197</b>		
<b>Signifikansi</b>			<b>0.000</b>		

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi seperti yang disajikan pada tabel diatas, maka persamaan strukturalnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,560 + 0,995 \beta_1 X_1 + 0,056 \beta_2 M_1 + -0,324 \beta_3 M_2 + 0,034 \beta_4 X_1. \beta_2 M_1 + - 0,210 \beta_5 X_1. \beta_3 M_2 + \epsilon$$

Persamaan diatas dapat digambarkan bahwa jika *corporate social responsibility* dengan ROA dan DER sebesar 0 maka nilai perusahaan sebesar 1,560. Jika *corporate social responsibility* mengalami kenaikan satu satuan maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,995 dengan ROA sebesar 0 dan jika *corporate social responsibility* mengalami kenaikan satu satuan maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,056 dengan DER sebesar 0. Apabila adanya interaksi antara *corporate social responsibility* dengan ROA, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,034. Adanya interaksi antara *corporate social responsibility* dengan DER, maka nilai perusahaan akan menurun menjadi -0,210.

Nilai *adjusted R square* pada penelitian ini sebesar 0,981 yang berarti bahwa variasi perubahan nilai perusahaan dapat dipengaruhi secara signifikan sebesar 98,1% oleh variabel *corporate social responsibility* (X), variabel nilai perusahaan (Y), variabel interaksi antara *corporate social responsibility* dan profitabilitas (X.M<sub>1</sub>) dan variabel interaksi antara *corporate social responsibility* dan *leverage* (X.M<sub>2</sub>), sisanya sebesar 1,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi yang digunakan.

Hasil uji F (*Ftest*) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 579,197 dengan signifikansi P value 0,000 yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , ini berarti model yang digunakan dalam penelitian ini adalah layak. Hasil ini memberikan makna bahwa seluruh variabel independen yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, *leverage* dan variabel interaksi CSR.Profitabilitas serta variabel interaksi CSR.Leverage secara simultan berpengaruh pada nilai perusahaan yaitu mampu memprediksi atau menjelaskan fenomena nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan menunjukkan koefisien regresi *corporate social responsibility* sebesar 0,995 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Sehingga disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Hasil ini berarti bahwa semakin besar persentasi *corporate social responsibility* suatu perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Ketika perusahaan menghadapi biaya pengawasan dan biaya kontrak yang rendah dan visiabilitas politis yang tinggi akan cenderung untuk mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial. Kemudian sebagai wujud pertanggungjawaban, manajer sebagai agen akan berusaha memenuhi seluruh keinginan pihak principal dengan melakukan *corporate environmental disclosure* sebagai tindakan *corporate social responsibility*.

Hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa nilai koefisiensi interaksi *corporate social responsibility* dengan profitabilitas sebesar 0,034 dengan tingkat signifikansi 0,029 yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan. Hasil ini berarti bahwa profitabilitas suatu perusahaan memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hubungan antara profitabilitas perusahaan dengan tanggung jawab sosial telah menjadi postulat untuk mencerminkan pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial.

Hasil analisis regresi moderasi menunjukkan bahwa nilai koefisiensi interaksi *corporate social responsibility* dengan *leverage* sebesar -0,210 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari taraf nyata 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan rasio *leverage* yang rendah.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* pada laporan keuangan dapat berpengaruh pada nilai sebuah perusahaan. Profitabilitas memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021, hal ini karena profitabilitas yang tinggi diharapkan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang dapat diraih oleh perusahaan didalam menjalankan bisnisnya. *Leverage* memperlemah pengaruh *corporate social responsibility* pada nilai perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2021, hal ini karena *leverage* mencerminkan seberapa besar perusahaan dapat membiayai aset perusahaan yang akan mempengaruhi tingkat kepercayaan investor didalam menanamkan sahamnya.

## DAFTAR PUSTAKA

Aisanafi, Y., & Hernindita, D. (2022). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan :

- Gender Diversity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu Siber*, 1(3), 48-53.
- Alexander, G. J., & Buchholz, R. A. (1978). Corporate Social Responsibility and Stock Market Performance. In *Source: The Academy of Management Journal*, 21(3), 479-486.
- Dianawati, C. P., & Fuadati, S. R. (2016). Pengaruh CSR Dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan : Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1- 20.
- Fasya, A. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informasi Perpajakan, Akuntansi Dan Keuangan Publik*, 13(2), 145–162. <https://doi.org/10.25105/jipak.v13i2.5012>
- Herawati, F. E. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Investment Opportunity Set Terhadap Dividend Payout Ratio. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(10), 1-15.
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Karamoy, H. (2017). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing "Goodwill"*, 8(2), 1 -10.
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854–1866. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- Kurniasih, T., & Sari, M. M. R. (2013). Pengaruh Return On Assets, Leverage, Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Kompensasi Rugi Fiskal Pada Tax Avoidance. *Buletin Studi Ekonomi*, 18(1).
- Mariani, D., & Suryani. (2018). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(2), 119–138.
- Mirza, P. (2014). Extracting Temporal and Causal Relations Between Events. *Student Research Workshop*, 10-17. <http://www.cs.york.ac.uk/semval-2013/task1/>
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 1470–1494. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p25>
- Mustofa, N., & Suaidah, Y. M. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Cendekia Akuntansi*, 1(2), 31-41.
- Puspaningrum, Y. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Study Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Profita Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(2), 1-14.
- Putra, I. G. A. N. B. D., & Wirakusuma, M. G. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(2), 461-475.
- Putranto, Y. A., & Kewal, S. S. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility Berbasis Karakteristik Social Bank Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 18(3), 475 – 490.
- Putri, K. G. A., & Wirakusuma, M. G. (2020). Profitabilitas Sebagai Pemoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 28–38. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i01.p03>
- Sare, M. K., & Meiden, C. (2022). Moderasi Profitabilitas Pada Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 43–56.
- Sondakh, R., & Morasa, J. (2019). Ipteks Mengukur Nilai Perusahaan Di Pasar Modal Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Iptek Akuntansi Bagi Masyarakat*, 3(1), 17-22
- Sugiono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*.

Bandung:Alfabeta.

- Sunaryo, I., Widarno, B., & Suharno. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Infoemasi*, 14, 211-221.
- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Atma Jaya Accounting Research*, 3(1), 68-87.