

The Effect of Corporate Social Responsibility and Leverage on Firm Value with Profitability as a Moderating Variable

Salsabila^{1✉}, Dara Ayu Nianty², Mutiarini Muby³

^{1,2,3}Nobel Institute of Technology and Business Indonesia

salsabilaade13@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility and leverage on firm value, with profitability as a moderating variable, in coal mining subsector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2020–2024 period. This study is motivated by the phenomenon of weak firm value in the coal mining sector and the inconsistency of previous research results regarding the influence of CSR, leverage, and profitability on firm value. This study uses Signaling Theory as a theoretical basis to explain the relationship between the research variables. The research method used is a quantitative approach using secondary data in the form of financial reports and company annual reports. The sampling technique used a purposive sampling method, resulting in 18 companies as research samples with a total of 90 observations during the study period. Data analysis techniques used include descriptive statistical analysis, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and Moderated Regression Analysis. The results show that Corporate Social Responsibility has a significant negative effect on firm value. Leverage does not have a significant effect on firm value. Profitability is unable to moderate the effect of CSR on firm value. However, profitability is able to moderate and strengthen the effect of leverage on firm value. The results of this study indicate that investors in the coal mining sector tend to consider a company's ability to generate profits and manage its funding structure more than CSR when assessing a company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitability, Firm Value, Coal Mining Sector.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena fluktuasi nilai perusahaan pada sektor pertambangan batubara serta adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh CSR, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan Signaling Theory sebagai landasan teoritis dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling sehingga diperoleh 18 perusahaan sebagai sampel penelitian dengan total 90 observasi selama periode penelitian. Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan Moderated Regression Analysis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, profitabilitas mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor pada sektor pertambangan batubara cenderung lebih mempertimbangkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola struktur pendanaan dibandingkan pengungkapan CSR dalam menilai perusahaan.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, Leverage, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, Sektor Pertambangan Batubara.

INFEK is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

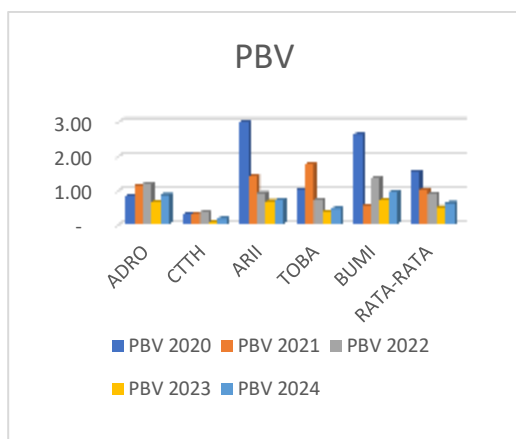
Perkembangan globalisasi dan dunia usaha yang semakin pesat telah meningkatkan tingkat persaingan antar perusahaan, baik di pasar domestik maupun internasional. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk terus berinovasi serta meningkatkan kinerja agar mampu bertahan dan menarik minat investor. Dalam hal ini, nilai perusahaan menjadi indikator penting karena mencerminkan prospek, reputasi, serta kinerja perusahaan yang tercermin melalui harga saham di pasar modal [1]. Harga saham merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk menilai efektivitas kinerja perusahaan, dimana semakin tinggi harga saham

menunjukkan kinerja perusahaan yang semakin baik dan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan tersebut akan meningkatkan kepercayaan investor sehingga mendorong minat untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut.

Salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk investasi adalah sektor pertambangan, khususnya subsektor batubara. Sektor ini memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia karena berkontribusi terhadap pendapatan negara serta menjadi sumber energi utama. Selain itu, meningkatnya kebutuhan energi baik di dalam negeri maupun global menjadikan sektor pertambangan batubara sebagai salah satu sektor

yang terus berkembang. Pertumbuhan sektor ini menciptakan peluang bagi investor untuk menanamkan modalnya, sehingga aktivitas investasi pada sektor pertambangan batubara dapat mempengaruhi pergerakan harga saham dan nilai perusahaan. Dengan demikian, sektor ini menjadi relevan untuk diteliti dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *Corporate Social Responsibility (CSR)*, leverage, dan profitabilitas.

Oleh karena itu, nilai perusahaan dipilih sebagai variabel dependen karena mempresentasikan tujuan utama perusahaan dalam jangka panjang, yaitu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja manajemen, prospek pertumbuhan dan risiko perusahaan yang terintegrasi dengan harga saham. Hal ini sejalan dengan teori sinyal yang menjelaskan bahwa nilai perusahaan menjadi indikator penting bagi investor dalam menilai keberhasilan perusahaan secara menyeluruh. Nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan price to book value yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham. Semakin tinggi nilai *Price to Book Value (PBV)* menunjukkan bahwa perusahaan mampu menciptakan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan modal yang diinvestasikan. Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan tinggi pada umumnya mencerminkan kinerja yang positif serta prospek pertumbuhan yang lebih menjanjikan, sehingga kondisi tersebut cenderung meningkatkan ketertarikan investor untuk menanamkan modal [2]. Selanjutnya Grafik Price To Book Value Pada Beberapa Perusahaan Pertambangan 2020-2024 ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Grafik Price To Book Value Pada Beberapa Perusahaan Pertambangan 2020-2024

Berdasarkan data laporan keuangan tahunan di atas menunjukkan *price to book value* PBV pada beberapa perusahaan sektor pertambangan batubara tahun 2020-2024, perkembangan yang terjadi bahwa fenomena tersebut dapat mencerminkan keadaan perusahaan yang menunjukkan adanya fluktuasi. Nilai perusahaan tertinggi terlihat pada ARII pada tahun 2020 yaitu sebesar 2,98, yang menunjukkan bahwa pada periode tersebut perusahaan memiliki kinerja yang sangat baik

dan mampu meningkatkan kepercayaan investor. Namun, nilai PBV ARII mengalami penurunan secara signifikan hingga tahun 2024 menjadi 0,69, yang mengindikasikan adanya penurunan kinerja perusahaan. Sementara itu, perusahaan BUMI menunjukkan fluktuasi yang cukup tajam, dimana pada tahun 2020 memiliki nilai PBV sebesar 2,62, kemudian mengalami penurunan drastis pada tahun 2021 menjadi 0,53, dan kembali meningkat pada tahun 2022 menjadi 1,34. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi perusahaan tidak stabil namun masih memiliki kemampuan untuk pulih. Perusahaan TOBA mengalami peningkatan nilai PBV dari tahun 2020 sebesar 1,05 menjadi 1,80 pada tahun 2021, namun setelah itu mengalami penurunan hingga mencapai 0,50 pada tahun 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya penurunan nilai perusahaan dalam beberapa tahun terakhir. Selanjutnya, perusahaan ADRO menunjukkan pola fluktuasi yang relatif stabil, dengan nilai PBV berkisar antara 0,66 hingga 1,19, yang menunjukkan bahwa perusahaan masih mampu menjaga nilai perusahaan meskipun tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Perusahaan CTTH memiliki nilai PBV yang relatif rendah dan berada di bawah angka 1 pada hampir seluruh periode, dengan nilai tertinggi hanya mencapai sekitar 0,40. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dinilai kurang baik oleh pasar karena nilai perusahaan yang rendah.

Fenomena fluktuasi nilai perusahaan tersebut tidak hanya mencerminkan perubahan kondisi pasar, tetapi juga mengindikasikan adanya ketidakkonsistenan informasi yang diterima oleh investor. Dalam perspektif *Signaling Theory* Spence (1973) perusahaan menyampaikan sinyal kepada investor melalui informasi keuangan dan non-keuangan. Nilai perusahaan yang tidak stabil menunjukkan bahwa sinyal yang disampaikan oleh perusahaan, seperti pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, tingkat leverage, dan profitabilitas, belum sepenuhnya mampu memberikan keyakinan yang konsisten kepada investor dalam menilai prospek perusahaan.

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penelitian ilmiah yang lebih mendalam, mengingat ketidaktepatan dalam memahami determinan nilai perusahaan berpotensi menimbulkan bias dalam pengambilan keputusan investasi maupun dalam penentuan kebijakan keuangan perusahaan. Selain itu, karakteristik sektor pertambangan batubara yang memiliki tingkat risiko tinggi serta dampak lingkungan yang signifikan menempatkan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, leverage, dan profitabilitas sebagai faktor yang semakin krusial dalam membentuk persepsi investor terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengkaji hubungan antar variabel tersebut secara lebih komprehensif dan berlandaskan pendekatan teoritis yang kuat.

Berdasarkan literatur dan penelitian terdahulu, peningkatan nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan, tetapi juga faktor non-keuangan seperti *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Investor

saat ini tidak hanya mempertimbangkan kinerja keuangan, tetapi juga aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan, khususnya pada sektor pertambangan yang memiliki dampak lingkungan yang signifikan [3]. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan faktor non keuangan yang saat ini mulai dipertimbangkan untuk diterapkan. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang menyebutkan bahwa perseroan terutama yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pasal 74 ayat 1) [4].

Corporate Social Responsibility (CSR), yang merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap para pemangku kepentingan [5]. *Corporate Social Responsibility (CSR)* menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan citra perusahaan di mata investor karena mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Perusahaan yang memiliki pengungkapan *CSR* yang baik cenderung lebih dipercaya oleh investor sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.

Selain *CSR*, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh tingkat leverage yang dimiliki perusahaan. Leverage mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, serta menunjukkan sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai oleh utang. Menurut [6], peningkatan leverage dapat memberikan dua jenis sinyal kepada investor, yaitu sinyal positif (*good news*) dan sinyal negatif (*bad news*). Leverage dipandang sebagai sinyal positif apabila peningkatannya mencerminkan kemampuan manajemen dalam meningkatkan nilai perusahaan secara efisien. Sebaliknya, leverage menjadi sinyal negatif apabila peningkatannya terjadi karena keterpaksaan, bukan sebagai bagian dari strategi efisiensi perusahaan.

Pada penelitian ini, profitabilitas diposisikan sebagai variabel moderasi yang berperan dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh *CSR* dan leverage terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba secara efisien, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap informasi yang disampaikan perusahaan [7]. Penelitian [8], menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur melalui *Return on Assets (ROA)* mencerminkan efektivitas perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa berbagai aspek pembiayaan dapat mempengaruhi profitabilitas secara berbeda, sehingga perlu diperhatikan oleh investor dalam menilai kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh [9], menunjukkan bahwa hubungan antara variabel keuangan dan nilai perusahaan tidak selalu konsisten karena dipengaruhi oleh kondisi internal perusahaan dan persepsi investor. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil dari interaksi berbagai

faktor yang kompleks, sehingga diperlukan pengujian lebih lanjut terhadap variabel-variabel yang mempengaruhinya.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan ketidakkonsistenan. Pada variabel *CSR*, [5] menunjukkan pengaruh positif *CSR* terhadap nilai perusahaan, sedangkan [10] menemukan bahwa *CSR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan penelitian ini mengindikasikan adanya celah penelitian yang belum terjawab secara komprehensif. Ketidakkonsistenan ini menunjukkan bahwa model hubungan antar variabel belum stabil dan masih memerlukan pengujian lebih lanjut dalam konteks sektor dan periode yang berbeda.

Pada variabel leverage, hasil penelitian juga menunjukkan perbedaan temuan. [7] menemukan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti penggunaan utang yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, [11] menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, karena peningkatan utang dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan kepercayaan investor. Selain itu, [12] menemukan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa investor tidak selalu menjadikan tingkat utang sebagai dasar dalam pengambilan keputusan investasi.

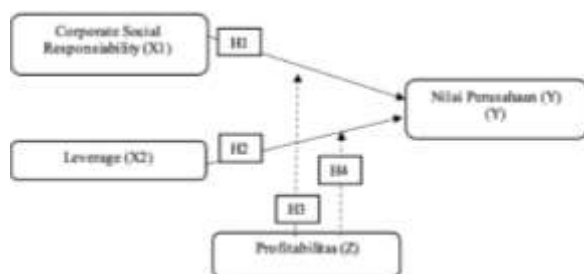
Pada variabel moderasi, peran profitabilitas juga menunjukkan hasil yang berbeda. [3] [13] menyatakan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan *CSR* dan Leverage terhadap nilai perusahaan, sedangkan [14] menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan tersebut. Pada hubungan leverage, [15] menemukan bahwa profitabilitas memperkuat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan, sedangkan [16] menunjukkan bahwa profitabilitas justru memperlemah hubungan antara leverage dan nilai perusahaan. Ketika leverage meningkat tanpa diimbangi dengan profitabilitas yang memadai, risiko keuangan perusahaan meningkat sehingga menurunkan kepercayaan investor dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Penelitian menggunakan Signaling Theory menjelaskan bahwa perusahaan memberikan sinyal atau informasi kepada investor untuk menggambarkan kondisi dan prospek perusahaan. Teori ini menekankan bahwa informasi yang disampaikan melalui laporan keuangan maupun pengungkapan non-keuangan dapat mempengaruhi keputusan investor [17] Dalam konteks pasar modal, sinyal tersebut dapat berupa pengungkapan lingkungan dan sosial, profitabilitas, struktur modal, serta ukuran perusahaan yang mencerminkan kualitas dan prospek perusahaan di masa depan, sehingga mempengaruhi nilai perusahaan [18] [19] [20].

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada pengujian peran profitabilitas sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan leverage terhadap nilai perusahaan pada

subsektor pertambangan batubara. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya mengkaji faktor keuangan atau non-keuangan secara terpisah, penelitian ini mengintegrasikan kedua aspek tersebut dalam satu model empiris. Selain itu, penelitian ini berfokus pada sektor pertambangan batubara yang memiliki karakteristik risiko tinggi, sehingga memberikan kontribusi empiris yang lebih spesifik dalam menjelaskan determinan nilai perusahaan pada sektor tersebut. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh [21] hanya berfokus pada variabel keuangan saja seperti profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan. Penelitian ini mengintegrasikan aspek non-keuangan untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian latar belakang, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) dan leverage dipandang sebagai faktor yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan, baik melalui informasi non-keuangan maupun struktur pendanaan perusahaan. Sementara itu, profitabilitas diposisikan sebagai variabel moderasi karena kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba diduga dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR dan leverage terhadap nilai perusahaan. Sesuai dengan rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teoritis yang digunakan, maka kerangka konseptual penelitian dapat digambarkan ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka konseptual

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausalitas antar variabel. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR) dan leverage, terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Berdasarkan jenisnya, penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel menggunakan data numerik serta analisis statistik.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan dalam penelitian

ini merupakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan yang diperoleh melalui situs resmi BEI (www.idx.co.id).

Proses penelitian dilaksanakan dengan tahapan pengumpulan data yang dilakukan pada bulan Februari 2026, kemudian dilanjutkan dengan analisis data dan penyusunan laporan penelitian pada bulan April 2026. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024, dengan jumlah populasi sebanyak 20 perusahaan batubara. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan [22]. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti, sehingga hanya perusahaan yang memenuhi kriteria yang dijadikan sampel penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Analisis data kuantitatif ini juga diawali dengan pengumpulan data-data yang mewakili sampel penelitian ini, kemudian data tersebut diolah menggunakan SPSS (Statistical Package for Social Science) sehingga akan dihasilkan olahan data berbentuk tabel, grafik, serta kesimpulan yang berfungsi untuk mengambil keputusan atas hasil analisis.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian ini diperoleh melalui proses pengolahan data pada perusahaan subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. Pengujian data dilakukan melalui analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta analisis regresi moderasi (Moderated Regression Analysis/MRA). Seluruh tahapan pengujian tersebut bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai hubungan antar variabel penelitian serta menjelaskan peran profitabilitas dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR dan leverage terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya seleksi sampel disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Seleksi Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di BEI selama tahun 2019-2023	45
Perusahaan Pertambangan yang tidak menampilkan Laporan Keuangannya secara berturut-turut selama periode 2019-2023	(2)
Perusahaan yang mengalami kerugian	(23)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR	(2)
Jumlah Sampel Perusahaan	18
Tahun Penelitian	5
Jumlah observasi penelitian	90

Berdasarkan hasil seleksi sampel penelitian, jumlah perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020–2024 sebanyak 45 perusahaan. Dari jumlah tersebut, terdapat 2 perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut selama periode penelitian, 23 perusahaan mengalami kerugian, dan 2 perusahaan tidak mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR). Berdasarkan kriteria purposive sampling yang telah ditetapkan, diperoleh sebanyak 18 perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel penelitian. Dengan periode pengamatan selama 5 tahun, maka total observasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 data observasi. Selanjutnya daftar perusahaan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Daftar Perusahaan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	ADRO	Adaro Energy Indonesia Tbk.
2	ANTM	Aneka Tambang Tbk.
3	BRMS	Bumi Resources Minerals Tbk.
4	BSSR	Baramulti Suksessarana Tbk.
5	BYAN	Bayan Resources Tbk.
6	CITA	Cita Mineral Investindo Tbk.
7	ELSA	Elnusa Tbk.
8	GEMS	Golden Energy Mines Tbk.
9	HRUM	Harum Energy Tbk.
10	IFSH	Ifishdeco Tbk.
11	INCO	Vale Indonesia Tbk.
12	ITMG	Indo Tambangraya Megah Tbk.
13	MBAP	Mitrabara Adiperdana Tbk.
14	MDKA	Merdeka Copper Gold Tbk.
15	MYOH	Samindo Resources Tbk.
16	PTBA	Bukit Asam Tbk.
17	PTRO	Petrosea Tbk.
18	TOBA	TBS Energi Utama Tbk.

Tabel 3. Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.
					Deviation
CSR_X1	90	.17	.67	.3983	.17430
Leverage_X2	90	.04	1.42	.5825	.39572
Nilai Perusahaan_Y	90	.37	4.26	1.871	1.08255
Profitabilitas_Z	90	.01	.47	.1522	.13616
Valid N (listwise)	90				

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai minimum sebesar 0,17 dan nilai maksimum sebesar 0,67 dengan rata-rata sebesar 0,3983 serta standar deviasi sebesar 0,17430. Variabel leverage memiliki nilai minimum sebesar 0,04 dan maksimum sebesar 1,42 dengan rata-rata sebesar 0,5825 dan standar deviasi sebesar 0,39572. Selanjutnya, variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,37 dan maksimum sebesar 4,26 dengan rata-rata sebesar 1,8711 serta standar deviasi sebesar 1,08255. Sementara itu, variabel profitabilitas memiliki nilai minimum sebesar 0,01 dan maksimum sebesar 0,47 dengan rata-rata sebesar 0,1522 serta standar deviasi sebesar 0,13616. Hasil statistik deskriptif tersebut menunjukkan bahwa data penelitian memiliki variasi yang cukup baik pada masing-masing variabel penelitian. Selanjutnya hasil uji normalitas disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		90
Normal (Levene's)	Mean	.000000
	Std. Deviation	.8300794
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.053
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^a
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.702
95% Confidence Interval	Lower Bound	.680
	Upper Bound	.716

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1451419960.

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Selain itu, nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,702 juga lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya Hasil Uji Multikolinieritas disajikan pada Tabel 5.

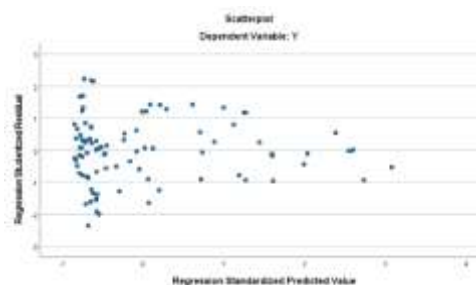
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model#	Coefficients ^a	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
		1	CSR_X1 .358
2	Leverage_X .728	1.373	
	Profitabilita s_Z .344	2.908	

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Berdasarkan data Tabel 5, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang diujikan bebas dari gejala multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai tolerance masing-masing variabel yang lebih besar dari 0,1 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang kurang dari 10. Selanjutnya Hasil Uji Heterokedasitas disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji Heterokedasitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah angka nol serta tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga model regresi layak digunakan dalam penelitian. Selanjutnya Hasil Uji

Regresi Linear Berganda disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	.182	.305		.596	.553
CSR_X1	-1.679	.493	-.537	-3.402	.001
Leverage_X2	.405	.413	.108	.979	.330
Profitabilitas_Z	-.010	.093	-.018	-.109	.913

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki nilai koefisien sebesar -1,679 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($<0,05$), sehingga CSR berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, leverage memiliki nilai koefisien sebesar 0,405 dengan nilai signifikansi sebesar 0,330 ($>0,05$), sehingga leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas memiliki nilai signifikansi sebesar 0,913 ($>0,05$), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Merujuk pada data tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel CSR (X1) memiliki nilai koefisien sebesar -1,679 dengan nilai signifikansi 0,001 ($<0,05$), sehingga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR justru diikuti oleh penurunan nilai perusahaan pada penelitian ini. Sementara itu, variabel Leverage (X2) memiliki nilai koefisien sebesar 0,405 dengan nilai signifikansi 0,330 ($>0,05$), sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Selanjutnya Hasil Uji Regresi Moderasi disajikan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Moderasi

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta		
1 (Constant)	-.062	.325		-.192	.848
CSR_X1	-2.306	.607	-.736	-3.800	.000
Leverage_X2	2.486	1.040	.666	2.381	.019
Profitabilitas_Z	-.091	.093	-.098	-.943	.349
Profitabilitas*CSR	-.142	.763	-.044	-.186	.853
Profitabilitas*Leverage	1.661	.763	.675	2.122	.037

a. Dependent Variable: NilaiPerusahaan_Y

Pada pengujian efek moderasi, interaksi antara Profitabilitas dan CSR (Z*CSR) memiliki nilai koefisien sebesar -0,142 dengan signifikansi 0,853 ($>0,05$), sehingga Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan interaksi antara Profitabilitas dan Leverage (Z*Leverage) memiliki nilai koefisien sebesar 1,661 dengan signifikansi 0,037 ($<0,05$), sehingga Profitabilitas mampu memoderasi (memperkuat) pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi moderasi ini, Profitabilitas hanya berperan sebagai variabel moderasi pada hubungan antara Leverage dan Nilai Perusahaan, namun tidak mampu memoderasi hubungan antara CSR dan Nilai

Perusahaan. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, maka nilai perusahaan cenderung mengalami penurunan. Temuan ini mengindikasikan bahwa investor pada perusahaan subsektor pertambangan batubara belum sepenuhnya menjadikan pengungkapan CSR sebagai dasar utama dalam menilai perusahaan. Investor cenderung lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan menjaga stabilitas kinerja keuangan dibandingkan aktivitas sosial dan lingkungan perusahaan.

Dalam perspektif *Signaling Theory* pengungkapan CSR merupakan salah satu bentuk sinyal non-keuangan yang diberikan perusahaan kepada investor untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan perusahaan. Sinyal tersebut diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan investor dan mengurangi asimetri informasi di pasar modal. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR belum mampu memberikan sinyal positif yang kuat kepada investor, sehingga belum mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [5] yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung memperoleh penilaian yang lebih baik dari investor karena dianggap memiliki komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan dan sosial. Aktivitas CSR dinilai mampu meningkatkan reputasi perusahaan serta memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, sehingga berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Namun demikian, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [10] yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR belum tentu menjadi faktor utama yang dipertimbangkan investor dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya pada sektor pertambangan batubara yang memiliki tingkat risiko tinggi dan fluktuasi kinerja yang signifikan. Selain itu, tingginya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk aktivitas CSR juga dapat dipandang investor sebagai beban tambahan yang berpotensi menurunkan laba perusahaan dalam jangka pendek, sehingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Pengawasan Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya penggunaan utang perusahaan belum mampu mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan pada subsektor pertambangan batubara. Investor cenderung lebih memperhatikan kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan menjaga stabilitas operasional dibandingkan tingkat penggunaan utang perusahaan.

Dalam perspektif *Signaling Theory*, leverage dapat memberikan sinyal positif maupun negatif kepada investor. Leverage dipandang sebagai sinyal positif apabila perusahaan mampu mengelola utang secara efektif untuk meningkatkan kinerja dan memperluas kegiatan usaha. Sebaliknya, leverage dapat menjadi sinyal negatif apabila peningkatan utang justru meningkatkan risiko keuangan perusahaan dan menurunkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa investor tidak secara langsung menjadikan leverage sebagai indikator utama dalam menilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [12] yang menyatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini menunjukkan bahwa investor tidak hanya mempertimbangkan besar kecilnya penggunaan utang, tetapi juga memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mencapai struktur modal yang optimal. Dengan kata lain, penggunaan utang yang tinggi belum tentu meningkatkan ataupun menurunkan nilai perusahaan apabila perusahaan masih mampu menjaga kinerja dan stabilitas keuangannya.

Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [7] yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa penggunaan utang yang dikelola secara optimal mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui manfaat pajak (*tax shield*) serta meningkatkan efisiensi penggunaan modal. Selain itu, hasil penelitian ini juga berbeda dengan penelitian [11] yang menunjukkan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena peningkatan utang dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya profitabilitas perusahaan belum mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa investor belum sepenuhnya memandang pengungkapan CSR sebagai faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, meskipun perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi.

Dalam perspektif *Signaling Theory*, profitabilitas yang tinggi seharusnya mampu memperkuat sinyal positif yang diberikan perusahaan melalui aktivitas CSR. Perusahaan yang memiliki kemampuan menghasilkan laba yang tinggi dianggap memiliki sumber daya yang memadai untuk melaksanakan program CSR secara optimal dan berkelanjutan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas belum mampu

meningkatkan efektivitas pengungkapan CSR dalam membentuk persepsi positif investor terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [3] yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini disebabkan karena investor cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan perusahaan dibandingkan pengungkapan aktivitas sosial perusahaan. Selain itu, profitabilitas yang diprosikan menggunakan *Return on Assets* (ROA) belum sepenuhnya mencerminkan kondisi laba yang sesungguhnya sehingga belum mampu memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [14] yang menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki kemampuan finansial yang lebih besar untuk melaksanakan program CSR secara optimal sehingga mampu meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Profitabilitas Memoderasi Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dinilai lebih mampu mengelola penggunaan utang secara efektif, sehingga leverage dapat memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin kuat pula pengaruh leverage terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Dalam perspektif *Signaling Theory*, profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif kepada investor mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengelola sumber pendanaan secara efisien. Kondisi ini menyebabkan investor memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang menggunakan leverage, karena perusahaan dianggap mampu memenuhi kewajibannya serta memanfaatkan dana pinjaman secara produktif untuk meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [13] yang menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memperkuat hubungan antara leverage dan nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi memungkinkan perusahaan memiliki sumber daya internal yang lebih besar untuk memenuhi kewajiban utang, melakukan reinvestasi, serta meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, tingginya profitabilitas juga menunjukkan kemampuan manajemen dalam mengelola utang secara efektif sehingga mampu meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian [16] yang menunjukkan bahwa profitabilitas justru memperlemah hubungan leverage

terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan leverage yang tidak diimbangi dengan profitabilitas yang memadai dapat meningkatkan risiko keuangan perusahaan dan menurunkan kepercayaan investor. Meskipun demikian, pada penelitian ini profitabilitas terbukti mampu memperkuat hubungan leverage terhadap nilai perusahaan karena perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dipandang lebih mampu mengelola risiko penggunaan utang secara efektif.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan subsektor pertambangan batubara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2024, maka dapat disimpulkan sebagai berikut Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR belum mampu meningkatkan nilai perusahaan pada subsektor pertambangan batubara. Investor cenderung lebih mempertimbangkan aspek kinerja keuangan dibandingkan aktivitas sosial perusahaan dalam pengambilan keputusan investasi. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya penggunaan utang perusahaan belum menjadi pertimbangan utama investor dalam menilai perusahaan subsektor pertambangan batubara. Profitabilitas tidak mampu memoderasi pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan belum mampu memperkuat hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi dan memperkuat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi dinilai lebih mampu mengelola penggunaan utang secara efektif, sehingga leverage dapat memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Daftar Rujukan

- [1] Imtikhanah, S., Dwi Anisa, D., & Dwi Andayani, T. (2025). Peran Tata Kelola Perusahaan dalam Memoderasi Pengaruh Implementasi Green Accounting, Corporate Social Responsibility dan Firm Size terhadap Kinerja Keuangan. *Neraca*, 21(1), 53–69. DOI: <https://doi.org/10.48144/neraca.v21i1.2089> .
- [2] Pangestuti, Y. (2022). Pengaruh Kondisi Keuangan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Profile Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Industri Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 10(2). DOI: <https://doi.org/10.22146/abis.v10i2.75068> .
- [3] Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 135–156. DOI: <https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146> .
- [4] Nuryana, I., & Bhebe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.26905/afre.v2i2.3261> .
- [5] Bella Angraini, B. A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830. DOI: <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424> .
- [6] Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 3(2), 153. DOI: <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165> .
- [7] Darmawan, A., Putragita, Y., Purnadi, P., & Sunardi, S. (2020). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 83. DOI: <https://doi.org/10.32502/jab.v5i1.2461> .
- [8] Amin, A., & Nianty, D. A. (2024). Determinants of Profitability in Islamic Commercial Banks with Islamic Financing Aspects. *Proceeding of Research and Civil Society Desemination*, 2(1), 98–104. DOI: <https://doi.org/10.37476/presed.v2i1.64> .
- [9] Fajariani, O. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 3(01), 88–100. DOI: <https://doi.org/10.54209/jasmien.v3i01.225> .
- [10] Setyaningsih, E., & Nurhayati, I. (2024). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Corporate Governance terhadap Manajemen Laba dengan Board Diversity Gender Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Economic, Business and Accounting (Costing)*, 7(4), 9684–9695. DOI: <https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.8619> .
- [11] Sunarya, A. P., Sundarta, M. I., & Syukur, R. D. A. (2025). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Sub Sektor Jasa Perindustrian di BEI Tahun 2019-2023). *ECo-Buss*, 7(3), 1672–1681. DOI: <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.1830> .
- [12] Nadiyahari, N., & Gantino, R. (2021). Perbandingan Pengaruh Profitabilitas Leverage dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *IJAcc*, 2(2), 97–109. DOI: <https://doi.org/10.33050/jakbi.v2i2.1737> .
- [13] Putri, A. S., & Miftah, D. (2021). Pengaruh Intellectual Capital, Leverage, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Current: Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis Terkini*, 2(2), 259–277. DOI: <https://doi.org/10.31258/jc.2.2.259-277> .
- [14] Rochmah, Y., & Titisari, K. H. (2022). Peran Good Corporate Governance Memoderasi Hubungan Antara Corporate Social Responsibility, Leverage, dan Profitabilitas pada Nilai Perusahaan Kesehatan. *Inovasi*, 18(2), 414–424. DOI: <https://doi.org/10.30872/jinv.v18i2.10587> .
- [15] Br Arintonang, A. M., Safrida, E., & Sibarani, J. L. (2025). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi: Studi pada Perusahaan Sektor Industri di Bursa Efek Indonesia Periode 2020–2023. *Owner*, 9(4), 3299–3311. DOI: <https://doi.org/10.33395/owner.v9i4.2806> .
- [16] Azizah, M. N., Wahyuni, I., & Pramitasari, T. D. (2024). Peran Profitabilitas dalam Memoderasi Pengaruh Firm Size dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(4), 630. DOI: <https://doi.org/10.36841/jme.v3i4.4903> .
- [17] Praneta, S. D. M., & Winingrum W A, S. P. (2024). Pengaruh

- Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan. *Jamparing: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata dan Pembelajaran Konseling*, 2(2), 708–721. DOI: <https://doi.org/10.57235/jamparing.v2i2.3100> .
- [18]Hapsoro, D., & Ambarwati, A. (2020). Relationship Analysis of Eco-Control, Company Age, Company Size, Carbon Emission Disclosure, and Economic Consequences. *The Indonesian Journal of Accounting Research*, 23(02). DOI: <https://doi.org/10.33312/ijar.487> .
- [19]Panjaitan, I. V., & Supriyati, D. (2023). The Effect of Profitability and Leverage on Firm Value with Firm Size as a Moderating Variable. *Research of Finance and Banking*, 1(1), 34–46. DOI: <https://doi.org/10.58777/rfb.v1i1.34> .
- [20]Nianty, D. A., Agus, R. M., & Mansyur, S. (2026). Nilai Perusahaan dan Sinyal Keuangan: Efek Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Sektor Transportasi dan Logistik. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 9(1), 760–773. DOI: <https://doi.org/10.57178/paradoks.v9i1.2241> .
- [21]Ikhlas, A., & Mutmainah, K. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Intensitas Modal Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 5(2), 13–25. DOI: <https://doi.org/10.32699/jamasy.v5i2.7626> .
- [22]Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. DOI: <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057> .