

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE,  
INSTITUTIONAL OWNERSHIP, ASSET GROWTH, PROFITABILITY ON  
COMPANY VALUE WITH LEVERAGE AS MODERATING VARIABLE IN NON-  
CYCLICAL CONSUMER COMPANIES FOR THE PERIOD 2022-2024***

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE,  
INSTITUTIONAL OWNERSHIP, ASSET GROWTH, PROFITABILITAS  
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN LEVERAGE SEBAGAI  
VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN CONSUMER NON-  
CYCLICALS PERIODE 2022-2024**

**Zulfa Nur Azizah<sup>1</sup>, Andy Dwi Bayu Bawono<sup>2\*</sup>**

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>

b200220378@student.ums.ac.id<sup>1</sup>, andy.bawono@ums.ac.id<sup>2\*</sup>

**ABSTRACT**

*This study seeks to examine the impact of corporate social responsibility disclosure, institutional ownership, asset growth, and profitability on company value, with leverage serving as a moderating variable in non-cyclical consumer firms from 2022 to 2024. This study utilizes secondary data comprising financial reports from non-cyclical consumer sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2022-2024. This study employs purposive sampling as its methodology. In total, 87 companies satisfied the criteria as observation units. The dependent variable of company value was represented by PBV, the independent variables of corporate social responsibility disclosure were represented by CSR, institutional ownership was represented by IO, asset growth was represented by AG, and profitability was represented by ROA, while the moderating variable of leverage was represented by DAR. The employed analytical method was multiple linear regression analysis, which satisfied the classical assumption test. The study's findings indicate that CSR, IO, AG, and ROA do not influence company value, DAR does not moderate the impact of CSR, IO, and AG on company value, but DAR can moderate the effect of ROA on company value.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility Disclosure, Institutional Ownership, Asset Growth, Profitability, Leverage*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility disclosure, institutional ownership, assets growth, profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan leverage sebagai variabel moderasi pada perusahaan consumer non-cyclicals Periode 2022-2024. Data yang digunakan dalam penelitian yaitu data sekunder berupa digunakan adalah laporan keuangan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI selama periode 2022-2024. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sebanyak 87 perusahaan telah memenuhi kriteria sebagai unit observasi. Variabel dependen nilai perusahaan diproksikan dengan PBV, variabel independen berupa *corporate social responsibility discosure* diproksikan sebagai CSR, *institutional ownership* diproksikan sebagai IO, *asset growth* diproksikan sebagai AG, dan profitabilitas diproksikan sebagai ROA, serta variable moderasi berupa *leverage* yang diproksikan dengan DAR. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan sudah lolos uji asumsi klasik. Hasil penelitian memberikan bukti bahwa CSR, IO, AG, dan ROA tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, DAR tidak dapat memoderasi pengaruh CSR, IO, dan AG terhadap nilai perusahaan, namun DAR dapat memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility Disclosure, Institutional Ownership, Asset Growth, Profitabilitas, Leverage*

**PENDAHULUAN**

Nilai perusahaan sangat penting bagi investor dan pemegang saham, karena menunjukkan kinerja dan ekspektasi masa depan. Hubungan antara

kesuksesan perusahaan dan pengembalian bagi pemegang saham secara jelas menjelaskan pengawasan yang dilakukan investor terhadap faktor-faktor yang memengaruhi nilai

perusahaan dan keputusan mereka selanjutnya, karena pada akhirnya, nilai perusahaan memengaruhi pengembalian keuangan dan potensi akumulasi kekayaan (Gutsche et al., 2017; Raharjo & Muhyarsyah, 2021).

Penelitian hingga 2022 menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan pada tingkat signifikansi 5%; ini berarti praktik tanggung jawab sosial yang transparan meningkatkan kepercayaan investor dan persepsi pasar. Seperti yang ditekankan oleh Raharjo dan Muhyarsyah (2021), meskipun kepemilikan institusional tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan dalam konteks studi mereka, interaksi variabel ini dengan variabel lain cukup menonjol. Profitabilitas merupakan faktor paling langsung yang meningkatkan nilai perusahaan; banyak studi menegaskan bahwa tingkat pengembalian aset (ROA) dan pengembalian ekuitas (ROE) yang lebih tinggi memperkuat valuasi perusahaan di berbagai pasar (Badruzaman et al., 2019; Dilrukshi, 2022; Raharjo & Muhyarsyah, 2021).

Dengan efek interaksi, leverage dapat memiliki efek antagonistik yang melibatkan profitabilitas, menambahkan potensi keuntungan tambahan selama ekspansi sambil menambah risiko selama kontraksi. Pada industri padat modal, alokasi utang yang tepat menjadi krusial karena kebutuhan untuk mempertahankan citra keberlanjutan bergantung langsung pada kapasitas operasional, yang ditentukan oleh rasio pengelolaan utang (Raharjo & Muhyarsyah, 2021).

Penelitian terkait dengan pengungkapan CSR oleh Simanjuntak et al., 2020, menunjukan pengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel perantara, yang memperkuat

hubungan antara CSR dan profitabilitas, sehingga menurunkan biaya modal perusahaan (Simanjuntak et al., 2020). Penelitian yang dilakukan oleh R. Aprilyani Dewi et al., 2021 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (R. Aprilyani Dewi et al., 2021). Berlawanan dengan hal tersebut Tenriwaru & Nasaruddin, 2020, mendapati bahwa variabel pengungkapan corporate social responsibility justru berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Alfiana et al., 2023 menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Alfiana et al., 2023).

Penelitian terkait variabel lain yakni Kepemilikan Institusional oleh Alda Nadya Mastuti & Prastiwi, 2021, mendapati bahwa Kepemilikan Institusional berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan (Alda Nadya Mastuti & Prastiwi, 2021). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Raharjo & Muhyarsyah, 2021 menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Raharjo & Muhyarsyah, 2021). Kondisi tersebut berlawanan dengan Nariswari et al., (2025) yang mengidentifikasi bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Elisabet & Mulyani, 2019 menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Elisabet & Mulyani, 2019).

Dalam penelitian oleh Adhika Wardana & Susanti, 2022, didapati bahwa nilai signifikansi asset growth terhadap nilai perusahaan ialah sebesar 0,008 dan koefisien sebesar -5,168. Hasil tersebut menunjukan pengaruh negatif yang signifikan dari asset growth terhadap nilai perusahaan. Berlawanan

dengan temuan tersebut Gita & Yusuf, 2019, mendapati bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Nazli & Nengsih, 2023 menyatakan bahwa asset growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Rizka & Ulfida, 2024 menyatakan bahwa asset growth berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Rizka & Ulfida, 2024).

Thaib & Dewantoro, 2017, mendapati bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan transportasi laut umum dimana dari analisis yang menunjukkan signifikansi yang diisyaratkan yaitu  $0.077 > 0,05$ . Disisi lain Dewi & Sudiartha, 2017 menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh R. Aprilyani Dewi et al., 2021 juga menunjukkan adanya pengaruh positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan (R. Aprilyani Dewi et al., 2021).

Suaidah, 2020, yang menjelaskan bahwa Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dimana total utang yang besar menurunkan nilai perusahaan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Raharjo & Muhyarsyah, 2021 menunjukkan bahwa nilai perusahaan secara signifikan dipengaruhi oleh leverage secara negatif, artinya nilai perusahaan akan turun jika nilai leverage perusahaan semakin tinggi atau sebaliknya (Raharjo & Muhyarsyah, 2021). Berlawanan penelitian Pratama & Wiksuana, 2020, mendapati temuan Leverage yang berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Telekomunikasi yang terdaftar di BEI periode 2009-2013, dimana Semakin tinggi perusahaan menggunakan

pendanaan yang berasal dari hutang maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang dimiliki perusahaan tersebut.

Interaksi antara leverage sebagai faktor moderator dengan interaksi antara pengungkapan CSR, kepemilikan institusional, pertumbuhan aset, profitabilitas, dan nilai perusahaan menunjukkan beberapa celah logis yang belum dieksplorasi secara mendalam (Dhenyalsah and Bawono 2023). Juliana dkk. (2023) berargumen bahwa profitabilitas memiliki kemampuan untuk memoderasi efek kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, sepenuhnya mengabaikan fakta bahwa leverage mungkin mengubah hubungan ini (Juliana et al., 2023). Riyadi dkk. (2022) menunjukkan bahwa leverage memiliki efek yang signifikan terhadap pengungkapan CSR; namun, apa yang terjadi pada nilai perusahaan ketika dimoderasi oleh leverage tidak dibahas (Riyadi et al., 2022). Dengan menyoroti celah ini, kini jelas bahwa diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang interaksi kompleks antara fenomena-fenomena ini serta bagaimana leverage dapat berperan sebagai moderator terhadap dampak keseluruhan mereka terhadap nilai perusahaan.

Studi sebelumnya fokus pada hubungan tunggal antara variabel tertentu dan nilai perusahaan — seperti dampak positif pengungkapan CSR terhadap keuntungan perusahaan atau dampak pertumbuhan aset yang signifikan terhadap nilai perusahaan — namun sedikit perhatian diberikan pada interaksi holistik faktor-faktor ini dalam industri manufaktur selama fase perubahan ekonomi kritis ini. Yang patut diperhatikan adalah kurangnya penelitian mengenai dampak moderasi leverage terhadap hubungan yang terbentuk antara pengungkapan CSR,

kepemilikan institusional, pertumbuhan aset, profitabilitas, dan nilai perusahaan. Meneliti interaksi ini selama periode yang dimaksud akan sangat membantu pemangku kepentingan yang menghadapi perubahan lanskap sektor manufaktur sambil memperkaya pendekatan teoretis mengenai nilai korporasi di ekonomi emerging dalam fase penyesuaian pasca-krisis (Badruzaman et al., 2019; Octaviani & Dharma, 2024).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Teori Stakeholder**

Semua stakeholder memiliki hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang memengaruhi mereka. Menurut Ghazali dan Chariri (2007), Teori Stakeholder merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh stakeholder-nya (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain).

Gray et al (1997) mengatakan bahwa kelemahan dari stakeholder theory terletak pada fokus teori tersebut yang hanya tertuju pada cara-cara yang digunakan perusahaan dalam mengatur stakeholder-nya. Mereka yakin bahwa stakeholder theory mengabaikan pengaruh masyarakat luas (society as a whole) terhadap penyediaan informasi dalam pelaporan keuangan (Ghozali dan Chariri, 2007).

Teori pemangku kepentingan dan pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan telah menjadi batu pijakan kembar dalam studi terbaru tentang perilaku perusahaan, dengan yang pertama menjelaskan mengapa perusahaan sekarang begitu bersedia untuk menyiarkan linen keberlanjutan mereka di depan umum. Teori pemangku

kepentingan memadatkan proses pemilihan dan pemeringkatan orang-orang yang harus diperhatikan oleh sebuah organisasi dengan menyoroti tiga karakteristik: kekuatan yang dimiliki seseorang, legitimasi tuntutan yang dibuat, dan urgensi tuntutan tersebut. Pendekatan ini mengubah komunikasi yang terarah menjadi mesin penciptaan nilai yang tulus, yang merespons ekspektasi konstituen dan tetap mendorong agenda yang lebih luas dari tujuan pembangunan berkelanjutan (Ediz et al., 2024; Meutia et al., 2022; Vola et al., 2025).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **CSR Disclosure terhadap Nilai Perusahaan**

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (TJSP) terhadap nilai perusahaan bersifat multifaset dan kompleks. TJSP ditemukan memiliki dampak negatif terhadap nilai perusahaan, yang menunjukkan bahwa pengungkapan TJSP yang lebih besar memang mengurangi nilai perusahaan, kemungkinan besar disebabkan oleh biaya yang terkait dengan aktivitas TJSP atau keraguan investor terhadap niat di balik pengungkapan tersebut. (Anggraeni et al., 2024).

Worokinasih dan Zaini (2020) menyajikan perspektif baru tentang perusahaan pertambangan Indonesia, menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga menyarankan kemungkinan adanya faktor lain yang terkait dengan industri yang berperan dalam dampak CSR. Selain itu, pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel perantara, yang memperkuat hubungan antara CSR dan profitabilitas, sehingga menurunkan biaya modal perusahaan (Simanjuntak et al., 2020).

Berdasarkan uraian di atas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H1: CSR Disclosure berpengaruh terhadap nilai perusahaan.**

**Institutional Ownership terhadap nilai perusahaan**

Penelitian yang dilakukan oleh Zahro, (2018) mendapati bahwa kepemilikan institusional berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan itu, temuan dari Nariswari et al., (2025) mengidentifikasi bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H2: Institutional Ownership berpengaruh terhadap nilai perusahaan.**

**Asset Growth terhadap nilai perusahaan**

Penelitian menunjukkan bahwa meskipun pertumbuhan aset sendiri tidak mempengaruhi nilai perusahaan, hal ini dapat meningkatkan nilai secara tidak langsung melalui profitabilitas (E. I. Hastuti et al., 2024). Di subsektor plastik dan kemasan, perusahaan yang mengalami pertumbuhan aset ditemukan memiliki valuasi yang lebih tinggi, menunjukkan bahwa perluasan aset secara langsung meningkatkan nilai perusahaan di industri tertentu (Sulastri, 2024). Di sisi lain, di subsektor batu bara, ekspansi perusahaan, termasuk pertumbuhan aset, tidak secara signifikan mendorong harga saham, menunjukkan bahwa penilaian pasar tidak selalu mencerminkan indikator pertumbuhan di sektor tertentu (Hendrie Satria Bhuana & Dede Hertina, 2024). Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H3: Asset Growth berpengaruh terhadap nilai perusahaan.**

**Profitabilitas terhadap nilai perusahaan**

Profitabilitas memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, seperti yang ditunjukkan oleh sejumlah studi di berbagai industri. Misalnya, sebuah studi tentang PT. Waskita Karya (Persero), Tbk, sebuah perusahaan manufaktur, menemukan bahwa profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan sebesar 30,8%. Di sisi lain, struktur modal memiliki dampak negatif (Firdauz et al., 2024). Di sektor makanan dan minuman, profitabilitas juga ditemukan sebagai faktor penentu paling penting terhadap nilai perusahaan karena mampu memediasi efek struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai, tetapi tidak memediasi efek pertumbuhan perusahaan (Talunohi & Bertuah, 2022). Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H4: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.**

**CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan dengan moderasi Leverage**

Pada rasio leverage yang lebih tinggi, beban keuangan utang cenderung menambah kompleksitas dalam rantai nilai persepsi pemangku kepentingan, yang memperdalam interrelasi antara inisiatif CSR dan nilai ekuitas perusahaan (Romadhoni et al., 2023). Selain itu, bukti terbaru menunjukkan bahwa dalam beberapa industri, seperti beberapa jenis perusahaan energi, pengungkapan CSR mungkin tidak cukup memoderasi hubungan antara leverage dan nilai perusahaan, menunjukkan bahwa karakteristik industri spesifik dan sentimen investor merupakan penentu utama tingkat efektivitas moderasi leverage ini (Celine et al., 2023). Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H5: Leverage memoderasi pengaruh CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan.**

***Institutional Ownership* terhadap nilai perusahaan dengan moderasi Leverage**

Kepemilikan institusional merujuk pada proporsi saham perusahaan yang dimiliki oleh lembaga keuangan seperti bank dan perusahaan asuransi. Penelitian menunjukkan bahwa leverage dapat memperkuat atau melemahkan dampak positif kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan, tergantung pada faktor-faktor tertentu serta tingkat utang yang tersedia. Ketika penggunaan leverage untuk tujuan positif, kepemilikan institusional yang baik dengan tingkat utang yang memadai akan meningkatkan pengawasan, karena pemangku kepentingan institusional cenderung lebih teliti dalam mengawasi manajemen ketika perusahaan mengalami kesulitan keuangan. Di sisi lain, leverage yang berlebihan berdampak negatif pada pemantauan institusional karena pemangku kepentingan cenderung fokus pada pengelolaan risiko utang daripada meningkatkan nilai jangka panjang perusahaan (Agustina & Willim, 2025; Ayu & Agustina, 2024; Pambudi et al., 2023; Wafiyudin et al., 2020). Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H6: Leverage memoderasi pengaruh *Institutional Ownership* terhadap nilai perusahaan.**

**Asset Growth terhadap nilai perusahaan dengan moderasi Leverage**

Studi yang dilakukan pada perusahaan Indonesia antara tahun 2018 dan 2021 menyimpulkan bahwa struktur modal sebagai variabel moderator secara efektif memoderasi dampak pertumbuhan aset terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa rasio

utang terhadap ekuitas yang optimal secara positif memperkuat hubungan antara pertumbuhan aset dan kapitalisasi pasar. Efek ini tercapai melalui beberapa cara. Pertama, tingkat leverage yang moderat dapat meningkatkan nilai optimal sinyal positif yang dikirimkan oleh pertumbuhan aset kepada investor mengenai potensi keuntungan di masa depan, seperti yang terlihat pada beberapa perusahaan manufaktur di mana struktur modal optimal bersama dengan pertumbuhan aset yang terarah menghasilkan keuntungan yang menyebabkan peningkatan nilai perusahaan (Diastanova & Marsoem, 2023). Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H7: Leverage memoderasi pengaruh Asset Growth terhadap nilai perusahaan.**

**Profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi Leverage**

Studi-studi terbaru menunjukkan bahwa, dalam beberapa hal, leverage secara fundamental mengubah derajat dampak (baik positif maupun negatif) yang dimiliki profitabilitas terhadap nilai perusahaan, namun perubahan ini bergantung pada konteks dan berbeda-beda tergantung pada cara studi tersebut dilakukan. Beberapa peneliti juga mencatat bahwa “leverage memodifikasi, mengurangi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan,” meskipun efek interaksinya tidak terlalu kuat atau signifikan. Hal ini menyarankan bahwa memiliki terlalu banyak utang dapat menghilangkan keuntungan yang dibawa profitabilitas terhadap penilaian nilai perusahaan (Chen & Chen, 2011; Nuryaman et al., 2024). Berdasarkan uraian diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

**H8: Leverage memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan asosiatif dengan tipe kausal yang bertujuan untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengendalikan fenomena yang sedang dipertimbangkan. Sampel ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, seperti Perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI tahun 2022-2024, mempublikasikan laporan keuangan tahunan per 31 Desember, dan memiliki data yang lengkap sesuai kebutuhan penelitian. Data yang digunakan berupa data sekunder yang diperoleh melalui laporan keuangan dari situs resmi BEI atau situs perusahaan terkait. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan variabel independennya terdiri dari Corporate Social Responsibility Disclosure, Institutional Ownership, Asset Growth, Profitabilitas. Serta *Leverage* sebagai variabel moderasi. Seluruh data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 21.0, diawali dengan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, dilanjutkan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas,

dan autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk melihat pengaruh parsial dan uji F untuk menilai pengaruh simultan, dengan tambahan analisis koefisien determinasi untuk mengukur kontribusi variabel independen terhadap konservatisme akuntansi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskriptif Objek Dan Penelitian

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif dengan pendekatan statistic untuk menganalisis pengaruh corporate social responsibility disclosure, institutional ownership, assets growth, profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan leverage sebagai variabel moderasi pada perusahaan consumer non-cyclicals Periode 2022-2024. Teknik pengamilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Setelah dilakukan pengambilan data terdapat sebanyak 132 sampel awal dari seluruh perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di dalam Bursa Efek Indonesia. Namun, setelah dilakukan seleksi kriteria yang ditetapkan maka diperoleh sampel akhir sebanyak 87 perusahaan. Informasi lebih lanjut terkait proses seleksi sampel disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Seleksi Sampel**

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan sub sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar dalam Bursan Efek Indonesia periode 2022-2024	132
2.	Perusahaan yang tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia	(22)
3.	Perusahaan yang tidak mempubikasi laporan keuangan dengan lengkap	(8)
4.	Perusahaan yang tidak memperoleh laba berturut-turut	(32)
5.	Perusahaan yang tidak menyajikan variabel sesuai yang dibutuhkan	(7)
6.	Perusahaan yang tidak menggunakan satuan rupiah pada laporan keuangan	(2)
7.	Perusahaan yang tidak menerbitkan GRI 2021	(32)
	Jumlah sampel penelitian dari tahun 2022-2024	29

<b>Total unit analisis selama tiga tahun yang diolah</b>	<b>87</b>
Sumber: Hasil Analisis Data, 2025	

**Statistik Deskriptif****Tabel 2. Seleksi Deskriptif**

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Dev
CSR	87	.00	.91	.5240	.29150
IO	87	.24	.96	.6654	.16966
AG	87	-.20	.49	.0811	.11545
ROA	87	.00	6.43	.1580	.68206
PBV	87	.00	9.79	2.4599	2.18412
DAR	87	.07	.84	.4380	.20068
CSR*DAR	87	.00	.76	.2363	.18842
IO*DAR	87	.03	.75	.2961	.16227
AG*DAR	87	-.16	.37	.0346	.06741
ROA*DAT	87	.00	2.19	.0573	.23185

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Berdasarkan hasil tabel 2 menunjukkan N sampel sebanyak 87 data perusahaan sub sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2022-2024. Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki nilai minimum 0.00, nilai maksimum 0.91, rata-rata variabel independen 0.5240 dengan std.deviation sebesar 0.29150. Hal ini dapat diartikan bahwa pengungkapan 117 item yang terdapat di indeks GRI-2021 oleh perusahaan cukup baik.

Institutional Ownership (IO) memiliki nilai minimum 0.24, nilai maksimum 0.96, rata-rata variabel independen 0.6654 dengan std.deviation sebesar 0.16966. Hal ini mengindikasikan tingkat tata kelola perusahaan yang relatif kuat karena pengawasan institusional cenderung lebih ketat.

Assets Growth (AG) memiliki nilai minimum -0.20, nilai maksimum 0.49, rata-rata variabel independen 0.0811 dengan std.deviation sebesar 0.11545. Meskipun rata-rata sektor tumbuh secara stabil, keputusan investasi dan ekspansi aset sangat tidak seragam antar perusahaan, dibuktikan

oleh rentang data yang ekstrem.

Profitabilitas (ROA) memiliki nilai minimum 0.00, nilai maksimum 0.49, rata-rata variabel independen 0.1580 dengan std.deviation sebesar 0.68206. Hal ini menyoroti bahwa walaupun sektor ini menguntungkan, keberhasilannya sangat tidak seragam, dengan beberapa perusahaan menjadi top performer yang sangat efisien dan yang lain hanya berada di titik impas.

Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum 0.00, nilai maksimum 9.79, rata-rata variabel independen 2.4599 dengan std.deviation sebesar 2.18412. Dari penjabaran diatas dapat diketahui bahwa perusahaan mampu mengelola liabilitas, aktiva, maupun aset yang ada pada perusahaannya sehingga para investor memiliki kepercayaan penuh dalam penilaian yang baik terhadap perusahaan.

Leverage (DAR) memiliki nilai minimum 0.07, nilai maksimum 0.84, rata-rata variabel independen 0.4380 dengan std.deviation sebesar 0.20068. Hal ini dapat diartikan bahwa meskipun rata-rata perusahaan mempertahankan risiko keuangan yang moderat, terdapat variabilitas yang substansial dalam

kebijakan pendanaan, dengan sebagian kecil perusahaan memiliki leverage yang sangat rendah dan sebagian lainnya memiliki leverage yang sangat tinggi.

Consumer Non-Cyclicals (CSR) dan Leverage (DAR) merupakan variabel independen dan variabel moderasi dimana nilai minimum 0.00, nilai maksimum 0.76, rata-rata variabel independen 0.2363 dengan std. deviation sebesar 0.18842. Institutional Ownership (IO) dan Leverage (DAR) merupakan variabel independen dan variabel moderasi dimana nilai minimum 0.03, nilai maksimum 0.75, rata-rata variabel independen 0.2961 dengan std. deviation sebesar 0.16227. Assets Growth (AG) dan Leverage (DAR) merupakan variabel independen dan variabel moderasi dimana nilai minimum -0.16, nilai maksimum 0.37, rata-rata variabel independen 0.0346 dengan std. deviation sebesar 0.06741. Profitabilitas (ROA) dan Leverage (DAR) merupakan variabel independen dan variabel moderasi dimana nilai minimum 0.00, nilai maksimum 2.19, rata-rata variabel independen 0.0573 dengan std. deviation sebesar 0.23185.

### Uji Asumsi Klasik

Hasil uji normalitas menggunakan

**Tabel 3. Hasil Uji Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Stand. Coef.	t	T <sub>tabel</sub>	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	1.890	1.052		1.797	1.663	0.076	
CSR	0.643	0.824	0.086	0.781	1.663	0.437	H1 Ditolak
IO	-0.404	1.380	-0.031	-0.293	1.663	0.770	H2 Ditolak
AG	6.527	2.102	0.345	3.105	1.663	0.003	H3 Diterima
ROA	-0.180	0.339	-0.056	-0.531	1.663	0.597	H4 Ditolak
CSR*DAR	0.538	4.321	0.046	0.125	1.663	0.901	H5 Ditolak
IO*DAR	4.717	5.482	0.350	0.861	1.663	0.392	H6 Ditolak
AG*DAR	6.434	8.978	0.199	0.717	1.663	0.476	H7 Ditolak
ROA*DAR	75.231	20.081	7.986	3.746		0.000	H8 Diterima

Sumber: Hasil Analisis Data, 2025

Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda, yaitu metode statistik yang umumnya digunakan untuk meneliti hubungan antara variabel

Kolmogorov–Smirnov dan Shapiro–Wilk, dimana data yang digunakan sudah memenuhi kriteria pengambilan keputusan yaitu  $n > 30$ . Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pada data yang digunakan dalam penelitian ini telah dianggap terdistribusi dengan normal. Uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen serta variabel moderasi memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan VIF  $< 10$ , sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas menggunakan koefisien Rank Spearman menghasilkan nilai signifikansi semua variabel  $> 0,05$ , yang menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model.

Sementara itu, uji autokorelasi menggunakan Run Test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2 Tailed) sebesar  $0.451 > 0.05$  pada regresi linier berganda, serta menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2 Tailed) sebesar  $0.451 > 0.05$  pada regresi moderasi. Artinya model tersebut terbebas dari masalah autokorelasi. Artinya model tersebut terbebas dari masalah autokorelasi.

### Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji regresi linier berganda

dependen dengan beberapa variabel independen. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu variabel kepemilikan manajerial, *company growth*, *investment opportunity set*, dan

*debt covenant.*

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas, dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut:

$$\text{PBV} = 1.890 + 0.643 \text{ CSR} - 0.404 \text{ IO} + 6.527 \text{ AG} - 0.180 \text{ ROA} - 5.690 \text{ DAR} + 0.538 \text{ CSR} * \text{DAR} + 4.717 \text{ IO} * \text{DAR} + 6.434 \text{ AG} * \text{DAR} + 75.231 \text{ ROA} * \text{DAR} + e$$

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai Thitung sebesar  $0.781 < \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansinya sebesar  $0.437 > 0.05$ . Artinya Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Oleh karena itu hipotesis pertama ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Institutional Ownership (IO) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai Thitung sebesar  $-0.293 < \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansinya sebesar  $0.770 > 0.05$ . Artinya Institutional Ownership (IO) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Oleh karena itu hipotesis kedua ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Assets Growth (AG) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai Thitung sebesar  $3.105 > \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansinya sebesar  $0.003 < 0.05$ . Artinya Assets Growth (AG) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Oleh karena itu hipotesis ketiga diterima.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Profitabilitas (ROA) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) memiliki nilai Thitung sebesar  $0.125 < \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansi

sebesar  $0.597 > 0.05$ . Artinya Profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan (PBV). Oleh karena itu hipotesis keempat ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) dan dimoderasi oleh Leverage (DAR) memiliki nilai Thitung sebesar  $-0.293 < \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansinya sebesar  $0.437 > 0.05$ . Artinya Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) yang dimoderasi oleh Leverage (DAR) berpengaruh negatif. Oleh karena itu hipotesis kelima ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Institutional Ownership (IO) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) dan dimoderasi oleh Leverage (DAR) memiliki nilai Thitung sebesar  $0.861 < \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansinya sebesar  $0.392 > 0.05$ . Artinya Institutional Ownership (IO) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) yang dimoderasi oleh Leverage (DAR) berpengaruh negatif. Oleh karena itu hipotesis keenam ditolak.

Berdasarkan hasil pada table 3, diperoleh hasil bahwa Assets Growth (AG) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) dan dimoderasi oleh Leverage (DAR) memiliki nilai Thitung sebesar  $0.717 < \text{nilai Ttabel sebesar } 1.663$  serta nilai signifikansinya sebesar  $0.476 > 0.05$ . Artinya Assets Growth (AG) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) yang dimoderasi oleh Leverage (DAR) berpengaruh negatif. Oleh karena itu hipotesis ketujuh ditolak.

Berdasarkan hasil pada tabel 3, diperoleh hasil bahwa Profitabilitas (ROA) yang mempengaruhi dengan Nilai Perusahaan (PBV) dan dimoderasi oleh Leverage (DAR) memiliki nilai

Thitung sebesar  $3.746 >$  nilai Ttabel sebesar 1.663 serta nilai signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Artinya Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) yang dimoderasi oleh Leverage (DAR) berpengaruh positif. Oleh karena itu hipotesis ketujuh diterima.

## **Pembahasan**

### **Corporate Social Responsibility (CSR) Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya CSR dari perusahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tinggi rendahnya nilai perusahaan. Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Nabila, (2023) yang juga menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur. Walaupun penelitian mereka menemukan pengaruh positif, poin keselarasan terletak pada fakta bahwa hubungan CSR dan nilai perusahaan tidak diperkuat oleh mekanisme internal perusahaan, dalam hal ini kepemilikan manajerial yang terbukti tidak mampu memoderasi hubungan CSR–nilai perusahaan (signifikansi 0,630). Artinya, baik penelitian penulis maupun penelitian tersebut sama-sama menunjukkan bahwa CSR tidak secara konsisten meningkatkan nilai perusahaan, terutama ketika faktor tata kelola internal tidak berperan memperkuat pengaruhnya. Titik temu inilah yang menegaskan bahwa CSR tidak otomatis diterjemahkan pasar sebagai peningkatan nilai, tergantung mekanisme pengelolaan maupun efektivitas internal perusahaan.

### **Institutional Ownership (IO) Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian ini menunjukkan

bahwa Institutional Ownership (IO) tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, bahkan mengarah pada pengaruh negatif dengan signifikansi  $0,770 > 0,05$ . Temuan tersebut memiliki titik kesesuaian dengan penelitian Wulan Nuranisya & Adrie Putra, (2024), khususnya pada kesimpulan parsial bahwa profitabilitas tidak memengaruhi nilai perusahaan menunjukkan bahwa variabel-variabel internal tertentu memang tidak selalu diterjemahkan pasar menjadi peningkatan nilai. Meskipun jurnal tersebut menemukan IO berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, kesetaraannya dengan penelitian penulis terletak pada ketidakkonsistenan peran faktor fundamental perusahaan dalam membentuk penilaian investor. Dengan kata lain, kedua penelitian menghadirkan pola bahwa pasar tidak selalu merespons faktor internal secara homogen. Hal ini memperkuat interpretasi bahwa IO tidak serta-merta mampu meningkatkan persepsi investor tanpa adanya sinyal governance kuat atau kebijakan perusahaan yang memberi kejelasan tambahan bagi pasar.

### **Assets Growth (AG) Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Assets Growth (AG) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (sig.  $0,003 < 0,05$ ) sejalan dengan hasil penelitian (Riani & Setyabudi, 2024). Dalam studinya pada sektor perbankan, pertumbuhan perusahaan yang diukur melalui Asset Growth terbukti meningkatkan Price to Book Value (PBV). Keselarasan ini memperlihatkan pola bahwa pasar menafsirkan peningkatan aset sebagai indikator ekspansi kinerja, kapasitas operasional, serta prospek laba yang lebih tinggi, sehingga memberikan sinyal optimistis bagi investor.

### **Profitabilitas Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROA tidak memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. bahkan mengarah negatif, meskipun tidak signifikan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayat & Khotimah, (2022) pada perusahaan sub-sektor kimia periode 2018–2020. Mereka menemukan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Keselarasan ini mengisyaratkan bahwa peningkatan profitabilitas tidak selalu diterjemahkan pasar sebagai peningkatan nilai perusahaan, terutama pada sektor-sektor dengan tingkat risiko tinggi, siklus industri yang fluktuatif, atau struktur biaya yang tidak stabil. Konsistensi temuan tersebut memperkuat kemungkinan bahwa investor lebih fokus pada variabel lain (misalnya ukuran perusahaan, prospek pertumbuhan, atau leverage) ketimbang profitabilitas jangka pendek, sehingga ROA tidak berhasil menjelaskan valuasi perusahaan dalam konteks penelitian.

### **Kemampuan moderasi Leverage pada Corporate Social Responsibility (CSR) Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Dalam penelitian ini menemukan bahwa CSR yang dimoderasi leverage tidak berpengaruh signifikan dan bahkan cenderung negatif. Sementara Penelitian Aida & Siti, (2021) menunjukkan bahwa CSR justru memperkuat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. CSR tidak mampu mengubah arah pengaruh leverage menjadi positif secara konsisten. Dalam perspektif metodologis, keduanya sebenarnya sama-sama mengindikasikan bahwa interaksi CSR–leverage tidak memberikan sinyal pasar yang cukup

kuat untuk menaikkan valuasi perusahaan. Hal ini menantang asumsi umum bahwa perusahaan dengan leverage besar akan mendapat perlindungan reputasi dari CSR.

### **Kemampuan moderasi Leverage pada Institutional Ownership (IO) Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian Andriansyah et al., (2025) menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak selalu memperkuat hubungan antara variabel keuangan dan outcome yang diharapkan, bahkan pada beberapa kasus justru memperlemah pengaruh, misalnya ketika kepemilikan institusional memperlemah hubungan antara DAR maupun firm age dengan kelengkapan pengungkapan laporan keuangan. Pola ini secara konseptual sejalan dengan temuan penelitian penulis bahwa kepemilikan institusional yang berinteraksi dengan leverage menghasilkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Inti keselarasan bukan terletak pada variabel dependennya berbeda (kualitas pengungkapan vs nilai perusahaan), tetapi pada mekanisme tata kelola yang sama-sama menunjukkan bahwa investor institusional tidak otomatis menyukai kombinasi leverage tinggi dengan kondisi keuangan internal tertentu.

### **Kemampuan moderasi Leverage pada Assets Growth (AG) Tidak Berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Temuan Febrian, (2025) menunjukkan bahwa leverage dapat meningkatkan profitabilitas ketika penggunaannya optimal, namun penelitian tersebut tidak menguji efek moderasi leverage terhadap hubungan lain. Dalam penelitian penulis aset

growth yang dimoderasi leverage juga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian tersebut mengindikasikan bahwa leverage bukan moderator yang konsisten memperkuat hubungan, terutama ketika risiko finansial lebih dominan dibanding potensi pertumbuhan aset.

### **Kemampuan moderasi Leverage pada Profitabilitas Berpegaruh terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian G. Pratama & Nurhayati, (2022) menunjukkan bahwa leverage memperkuat hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, terutama ketika kebijakan dividen berperan sebagai variabel moderasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian penulis yang menemukan bahwa profitabilitas yang dimoderasi oleh leverage memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga leverage memang dapat menjadi faktor penguat ketika perusahaan mampu mengelola profitabilitas secara efektif. Kesamaan pola efek ini menunjukkan bahwa leverage tidak selalu menjadi sumber risiko, tetapi dapat meningkatkan sinyal kinerja bagi investor ketika profitabilitas tinggi.

### **PENUTUP**

#### **Kesimpulan**

Penelitian ini secara empiris menguji corporate social responsibility disclosure, institutional ownership, assets growth, profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan leverage sebagai variabel moderasi pada perusahaan consumer non-cyclicals Periode 2022-2024. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial, company growth, dan investment opportunity set tidak berpengaruh signifikan terhadap konservatisme akuntansi, sedangkan

debt covenant berpengaruh signifikan, dengan nilai Adjusted R Square sebesar 12,4%, yang berarti sebagian besar variasi konservatisme akuntansi dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup sektor dan periode yang terbatas, serta variabel independen yang belum mencakup seluruh faktor relevan. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan sektor dari berbagai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan memperluas cakupan objek penelitian agar hasil yang diperoleh akan lebih representatif, serta mempertimbangkan variabel lain seperti faktor keuangan yaitu kebijakan dividen, keputusan pendanaan, Intellectual Capital, dan lainnya didalam variabel independen, sehingga memperkuat pengaruhnya terhadap variabel Nilai Perusahaan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, C., & Willim, A. P. (2025). ANALYZING HEDGING, INSTITUTIONAL OWNERSHIP, AND DEBT POLICY ON FIRM VALUE WITH FIRM SIZE MODERATION IN INDONESIA STOCK EXCHANGE . *Management and Sustainable Development Journal*, 7(1 SE-Articles), 33–43. <https://doi.org/10.46229/msdj.v7i1.1010>
- Aida, R., & Siti, M. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1(2), 128–135.
- Alda Nadya Mastuti, & Prastiwi, D. (2021). Pengaruh Kepemilikan Institusional Dan Ukuran Dewan Terhadap Nilai Perusahaan

- Melalui Profitabilitas. *Jurnal Penelitian Teori & Terapan Akuntansi (PETA)*, 6(2), 222–238. <https://doi.org/10.51289/peta.v6i2.501>
- Alfiana, Y., Veronica, A., Yanti, D., Winarsih, W., & Putri, P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 733–748. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3550>
- Andriansyah, M. A., Kartikasari, E. D., & Indira, I. (2025). Peran Kepemilikan Institusional Dalam Memoderasi Hubungan Return on Asset, Debt to Aset Ratio Dan Firm Age Terhadap Kelengkapan Pengungkapan Laporan Keuangan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3021–3027. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.967>
- Anggraeni, A. F., Lastari, A., Yulianti, M. L., & Rayi, I. R. (2024). Nilai Perusahaan pada Industri Pertambangan dengan sudut pandang: CSR Disclosure dan Financial Distress. *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 8(1), 40. <https://doi.org/10.25124/jaf.v8i1.7158>
- Ayu, P., & Agustina, A. (2024). Moderation of leverage : Institutional ownership , collateralizable assets and cash position on dividend policy. *24(40)*, 288–297.
- Badruzaman, J., Ridho, A., & Saputra, J. (2019). Analysis of asset growth and profit growth through supply chain management toward company value. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(5), 336–348.
- Celine, C., Muda, I., & Siregar, N. B. (2023). The Influencing Factors Firm Value with CSR as a Moderation Variable: A Study of Energy Companies Listed on the IDX in the Period 2014-2022. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(12), 7893–7905. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i12-46>
- Diastanova, R., & Marsoem, B. S. (2023). The Influence of Liquidity, Profitability, Asset Structure And Asset Growth on Firm Value with Capital Structure as Moderating Variable (Study in The Food & Beverage Sub-Sector Companies Listed on Indonesia Stock Exchange in The Period of 2018 - 2021). *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 06(01), 238–257. <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i1-28>
- Dilrukshi, R. M. D. N. (2022). CSR Disclosure and Financial Performance in Listed Manufacturing Companies in Sri Lanka. *International Journal of Accountancy*, 2(2), 72. <https://doi.org/10.4038/ija.v2i2.45>
- Dhenyalsah, Andi, and Andy Dwi Bayu Bawono. 2023. “The Effect of Profitability, Bonus Plan, Company Size, and Net Profit Margin on Income Smoothing with Financial Leverage as Variable Moderating.” *International Journal of Latest Research in Humanities and Social Science* 6(3):303–14.
- Ediz, Ç., Uzun, S., Mohammadnezhad, M., & Erdaş, M. B. (2024). Role of culture and religious beliefs on

- non-medical help-seeking behavior among patients with chronic mental illnesses (CMIs) in Türkiye. *Indian Journal of Psychiatry*, 66(8), 695–703. [https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry\\_57\\_24](https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_57_24)
- Elisabet, E., & Mulyani, S. D. (2019). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk, Struktur Modal Dan Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti*, 5(2), 115–136. <https://doi.org/10.25105/jmat.v5i2.5070>
- Febrian, G. (2025). Pengaruh Nilai Perusahaan, Pertumbuhan Aset dan Leverage terhadap Profitabilitas. *Journal of Innovation in Management, Accounting and Business*, 4(1), 55–63. <https://doi.org/10.56916/jimab.v4i1.1142>
- Firdauz, A., Ningsih, T., & Sholihah, S. (2024). Influence of Capital Structure and Profitability on The Company Value of PT. Waskita Karya (Persero), TBK (Period 2016 To 2020). *Acman: Accounting and Management Journal*, 4(1), 48–58. <https://doi.org/10.55208/aj.v4i1.136>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gita, R. D., & Yusuf, A. A. (2019). PENGARUH STRUKTUR MODAL, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017). *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2(1), 67–82. <https://doi.org/10.25134/ijsm.v2i1.1859>
- Gutsche, R., Schulz, J. F., & Gratwohl, M. (2017). Firm - value effects of CSR disclosure and CSR performance.
- Hastuti, R. T., & Tertia, J. C. (2023). Profitability and Leverage Effect on Firm Value with Corporate Social Responsibility as Moderating Variable in Manufacturing Company. *International Journal of Application on Economics and Business*, 1(1), 88–97. <https://doi.org/10.24912/v1i1.88-97>
- Hendrie Satria Bhuana, & Dede Hertina. (2024). The Influence Of Company Value On Share Price In Automotive Companies Listed On The Indonesian Stock Exchange. *International Journal of Economic Research and Financial Accounting (IJERFA)*, 2(3), 588–601. <https://doi.org/10.55227/ijerfa.v2i3.68>
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>
- Juliana, V., Murni, Y., & Astuti, S. B. (2023). The Impact Of CSR, Institutional Ownership, Tax Avoidance, And Leverage On Firm Value That Moderated By Profitability. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(2),

- 512–520.  
<https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i2.2034>
- Nazli, A., & Nengsih, R. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage dan Asset Growth Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 2(2), 355–366.
- R. Aprilyani Dewi, P. P., Sudana, I. P., Badera, I. D. N., & Rasmini, I. K. (2021). The Effect of CSR Disclosure on Firm Value with Profitability and Leverage as Moderators. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 5(1). <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v5i1.325>
- Raharjo, A. A., & Muhyarsyah. (2021). the Impacts of Institutional Ownership, Leverage and Firm Size To Firm Value With Profitability As a Moderation Variable. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(5), 184–194.
- Riani, I. W., & Setyabudi, T. G. (2024). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Leverage, Keputusan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 13(3), 1–20.
- Riyadi, P., Respati, N. W., & Oktaviani, A. (2022). Determinant Profitabilitas, Leverage, Firm Size Dan Enviromental Performance Yang Dimoderasi Company Profile Pada CSR Disclosure Perusahaan Di BEI Tahun 2014 2019. *Sustainable*, 2(1), 20. <https://doi.org/10.30651/stb.v2i1.12403>
- Rizka, N. R., & Ulfida, D. (2024). Asset Growth and Firm Performance : The Moderating Role of Asset Utilization Politeknik Negeri Tanah Laut, Indonesia Diterima : Desember 2024 Rizka, Asset Growth and Firm Performance : ... BAJ ( Behavioral Accounting Journal ) Rizka, Asset Growth and Fir. 7(2), 118–135.
- Romadhoni, R., Asna, A., Firdaus, R. M., & Puspitosari, A. A. (2023). Leverage Memoderasi Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Neraca*, 1(3 SE-Articles), 66–77. <https://doi.org/10.59837/jan.v1i3.15>
- Simanjuntak, B., Sadalia, I., & Muda, I. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Value; Case Study in LQ45 Company. *International Journal of Research and Review*, 1(1), 18–24. <https://doi.org/10.37899/journallabisecoman.v1i1.25>
- Sulastri, S. (2024). Pengaruh Asset Growth, Leverage, And Corporate Social Responsibility (CSR) On Firm Value. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 4(2), 195–203. <https://doi.org/10.47233/jebS.v4i2.1654>
- Susanti, I., & Saumi, F. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Gamma-Pi: Jurnal Matematika Dan Terapan*, 4(2), 38–42.
- Talunohi, D., & Bertuah, E. (2022). Profitability As the Main Determining Factor of the Firm Value. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 7(1), 48–63. <https://doi.org/10.20473/baki.v7i1>

.29961

- Thaib, I., & Dewantoro, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Perbankan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 1(1), 25. <https://doi.org/10.56174/jrpma.v1i1.6>
- Zahro, H. (2018). Pengaruh kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 6(3), 1–20.