

## Pengaruh Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Indeks Saham Syariah IDXGrowth Dimoderasi Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Muh Rifai Arsyad<sup>1</sup>, Abdur Rahman Hakim<sup>2</sup>, Haprila Putri Giantama<sup>3</sup>, Muhammad Taqdirul Alim<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Samudra

<sup>1</sup> [muh.rifaiarsyad@unsam.ac.id](mailto:muh.rifaiarsyad@unsam.ac.id)

<sup>2</sup> [rangkutyrahman97@unsam.ac.id](mailto:rangkutyrahman97@unsam.ac.id)

<sup>3</sup> [giantamahaprila@unsam.ac.id](mailto:giantamahaprila@unsam.ac.id)

<sup>4</sup> [taqdirul@unsam.ac.id](mailto:taqdirul@unsam.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis profitabilitas, leverage, dan nilai perusahaan Perusahaan Indeks Saham Syariah IDXGrowth dengan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai moderator. Penelitian ini mengandalkan data sekunder yang bersumber dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), yaitu Laporan Tahunan 2022–2024, dan menggunakan teknik *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan tertentu dari peneliti dengan kriteria sampel yaitu Perusahaan yang tidak terkena *delisting* dari Bursa Efek Indonesia selama tahun 2022–2024. Penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dan statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data. Berdasarkan temuan ini, profitabilitas dan leverage, mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada saat yang sama, CSR memperkuat profitabilitas dan leverage, mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh faktor keuangan internal, tetapi juga oleh sejauh mana perusahaan mengimplementasikan praktik CSR sebagai bentuk komitmen terhadap keberlanjutan dan Korelasi positif dan signifikan secara statistik antara CSR, leverage, dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa dampak CSR terhadap leverage memiliki korelasi langsung dengan dampak CSR terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Profitabilitas, Leverage, Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Saham Syariah*

### Abstract

*Corporate Social Responsibility as a moderator, this study aims to analyze the profitability, leverage, and value of companies listed on the IDXGrowth Sharia Stock Index. This study relies on secondary data sourced from [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), namely the 2022–2024 Annual Reports, and uses purposive sampling, which is a sampling technique based on specific considerations or objectives of the researcher*

*with sample criteria, namely companies that were not delisted from the Indonesia Stock Exchange during 2022–2024. This study uses Preliminary Least Squares (PLS) analysis and descriptive statistics to analyze the data. Based on these findings, profitability and leverage positively and significantly affect company value. At the same time, CSR strengthens profitability and leverage, positively and significantly affecting company value. These findings indicate that an increase in company value is not only determined by internal financial factors, but also by the extent to which companies implement CSR practices as a form of commitment to sustainability. The positive and statistically significant correlation between CSR, leverage, and company value shows that the impact of CSR on leverage has a direct correlation with the impact of CSR on company value.*

**Keywords:** Profitability, Leverage, Firm Value, Corporate Social Responsibility, Sharia Stocks

## PENDAHULUAN

Ketika bersaing dengan bisnis lain, organisasi dapat menggunakan beragam taktik untuk mencapai tujuan mereka. Perusahaan, seperti badan ekonomi lainnya, memiliki tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Memaksimalkan keuntungan merupakan fokus utama dari tujuan jangka pendek, sementara nilai perusahaan merupakan tujuan akhir dari tujuan jangka panjang, (Mawei & Tulung, 2019). Nilai perusahaan yang ditentukan oleh kekuatan pasar seperti penawaran dan permintaan, merupakan cerminan seberapa baik kinerja perusahaan di mata publik. Nilai pasar yang tinggi mendorong investor untuk menanamkan modalnya di suatu perusahaan karena menunjukkan kemajuan, Lumoly et al., (2018).

Semakin banyak perusahaan di Indonesia yang memanfaatkan keunggulan unik mereka untuk berkembang dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Akibatnya, seiring bertambahnya jumlah bisnis pesaing, sifat persaingan pun ikut berkembang. Indeks yang melacak kinerja sejumlah ekuitas yang sesuai dengan prinsip Syariah dan dipilih berdasarkan standar tertentu dikenal sebagai indeks saham Syariah, Zefri Maulana et al., (2024). Salah satu tujuan pembentukan indeks saham syariah adalah untuk memudahkan investor dalam menentukan acuan investasi berbasis syariah di pasar modal. Pengembangan indeks ini terus dilakukan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) sesuai dengan kebutuhan pelaku industri pasar modal. Saat ini terdapat lima indeks saham syariah di pasar modal Indonesia.

Dilansir dari laman [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), data historis harga saham syariah selama tiga tahun terakhir menunjukkan fluktuasi yang cukup signifikan. Indeks JII mengalami

kenaikan dari 562,02 pada tahun 2021 menjadi 588,04 pada tahun 2022, namun kembali turun menjadi 535,68 pada tahun 2023. Indeks JII70 juga mengalami peningkatan tipis dari 195,96 pada tahun 2021 menjadi 199,02 pada tahun 2022, sebelum menurun menjadi 193,35 pada tahun 2023. Sementara itu, indeks IDX-MES BUMN menurun dari 94,63 pada tahun 2021 menjadi 79,66 pada tahun 2023. ISSI sempat meningkat dari 189,02 pada tahun 2021 menjadi 217,73 pada tahun 2022, namun kemudian melemah menjadi 212,64 pada tahun 2023. Adapun IDXSHAGROW yang baru diluncurkan pada tahun 2022 dengan nilai awal 104,88, mengalami penurunan menjadi 90,39 pada tahun 2023. Fluktuasi tersebut mencerminkan kompleksitas pasar saham syariah yang dipengaruhi oleh faktor ekonomi, regulasi, serta dinamika pasar global dalam periode pengamatan tersebut.

Indeks Saham Syariah IDXGrowth, khususnya pada sektor energi selama periode 2022 hingga 2024. Beberapa perusahaan sektor energi yang melaksanakan penawaran umum perdana (IPO) tercatat mengalami gejala *underpricing*. Saat melakukan IPO sering terjadi fenomena menarik yang dihadapi oleh emiten yakni adanya price disparity, seperti terjadinya *overpricing* dan *underpricing*. *Overpricing* maupun *underpricing* memiliki risiko yang sama bagi emiten maupun investor, Nurjanah et al., (2024). Pada saat *overpricing*, emiten akan diuntungkan karena harga penawaran di pasar primer relatif lebih tinggi dibandingkan dengan harga penawaran di pasar sekunder. Kondisi ini menguntungkan emiten karena mendapatkan maximum funding dari hasil penawaran saham perdana. Sebaliknya, pada kondisi *underpricing* emiten akan mengalami kerugian karena harga penawaran di pasar primer relatif lebih rendah dibandingkan dengan harga penawaran di pasar sekunder.

Kualitas suatu perusahaan merupakan salah satu komponen internal yang memengaruhi pergerakan nilainya di pasar modal. Ciri-ciri ini mencerminkan kualitas khusus yang dimiliki dan dikembangkan oleh suatu perusahaan; ciri-ciri ini dapat dievaluasi menggunakan berbagai metrik, termasuk sifat perusahaan, struktur kepemilikannya, likuiditas, ukuran, leverage, dan profitabilitas, Indra Tjahya & Rosmila, (2023). Dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan difokuskan pada dua komponen utama, yaitu profitabilitas dan leverage, yang dianggap paling relevan dalam menjelaskan variasi nilai perusahaan di tengah fluktuasi pasar saham syariah.

Efektivitas manajerial dapat lebih dipahami melalui sudut pandang profitabilitas. Dalam teori keuangan, profitabilitas sering dijadikan indikator kinerja fundamental yang

merepresentasikan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Secara umum, dimensi profitabilitas memiliki hubungan yang erat dengan kualitas nilai perusahaan Harmono, (2014). Sebaliknya, leverage mengacu pada uang pinjaman dari sumber luar yang harus dibayar kembali oleh perusahaan pada suatu saat, baik segera atau nanti jika terjadi kebangkrutan. Leverage juga diinterpretasikan bahwa perusahaan bergantung terhadap hutang untuk menjamin kegiatan usahanya, Digdowiseiso & Cindy, (2022), berpendapat bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) membantu meningkatkan hubungan antara nilai perusahaan dan parameter internal seperti profitabilitas dan leverage, yang karenanya digunakan sebagai variabel moderasi. Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 yang berkaitan dengan investasi memberikan kredibilitas regulasi untuk hal ini, yang mengamankan inisiatif CSR untuk semua investor. Selain itu, Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) Nomor 1 Tahun 2017 menekankan pentingnya perusahaan mempertimbangkan pekerja mereka ketika membuat keputusan bisnis dan menyerukan pelaporan lingkungan dari perusahaan, terutama yang berada di sektor yang memiliki hubungan kuat dengan tantangan lingkungan. Investor dan pemangku kepentingan dapat melihat bahwa perusahaan peduli terhadap keberlanjutan melalui CSR, yang juga menunjukkan bahwa perusahaan mematuhi peraturan. Karena itu, CSR merupakan elemen moderasi penting yang memungkinkan profitabilitas dan leverage memiliki dampak yang lebih kuat pada nilai perusahaan, Rizki Agung Santoso et al., (2024).

Sesuai dengan penelitian oleh Anandini, (2025) menekankan peran corporate governance sebagai moderasi dalam hubungan CSR, profitabilitas, dan leverage terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur, serta Fadhilah et al., (2021), menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi, dan Lumoly et al., (2018) meneliti faktor internal seperti likuiditas, ukuran perusahaan, dan profitabilitas pada perusahaan logam. Dari penelitian-penelitian tersebut, terlihat bahwa belum banyak kajian yang secara spesifik meneliti pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam Indeks Saham Syariah IDXGrowth dengan CSR sebagai variabel moderasi. Selain itu, sebagian besar penelitian masih berfokus pada perusahaan manufaktur atau sektor industri tertentu, bukan pada sektor energi syariah yang memiliki karakteristik unik dalam praktik

bisnisnya. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan mengkaji pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan yang tergabung dalam Indeks Saham Syariah IDXGrowth, serta bagaimana pengungkapan CSR mampu memperkuat.

## METODE

Mengkaji interaksi antara variabel independen dan dependen dalam penelitian ini, serta faktor-faktor moderasinya, sangat penting bagi strategi penelitian. Penelitian ini menggunakan indikator numerik dari variabel-variabel penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian; oleh karena itu, teknik yang digunakan, menganalisis permasalahan penelitian ini adalah kuantitatif. Dengan menggunakan informasi dari prospektus mereka, penelitian ini mengkaji sepuluh perusahaan yang tergabung dalam Indeks Saham Syariah IDXGrowth. Dari tahun 2022 hingga 2024 dilacak saham-saham sektor energi yang mengalami underpricing selama penawaran umum perdana (IPO) menggunakan data deret waktu dan data komposit (data panel) yang diambil dari situs web resmi BEI.

Mempelajari literatur dan mengumpulkan data merupakan komponen utama dari penelitian ini. Peneliti yang menggunakan teknik dokumentasi memeriksa dokumen, membuat catatan, atau membuat arsip sesuai dengan tantangan penelitian. Mengumpulkan semua data sekunder dari situs web BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan situs web perusahaan sendiri. Setelah mengumpulkan data, data tersebut diproses dan dimodifikasi sesuai dengan persyaratan penelitian menggunakan analisis menggunakan PLS-SEM, yang digunakan untuk menangani data nonlinier. Analisis SEM-PLS biasanya terdiri dari dua sub model yaitu model pengukuran (*measurement model*) atau sering disebut outer model dan model struktural (*structural model*) atau sering disebut inner model, Ghozali, (2016).

Model pengukuran (*outer model*) dalam SmartPLS dinilai melalui indikator *reliability* dengan melihat outer loading, seluruh indikator berada di atas 0,50, sehingga memenuhi syarat *indicator reliability*, sedangkan model struktural (*inner model*) dievaluasi melalui  $R^2$  (0,75 kuat; 0,50 sedang; 0,25 lemah) dan diperiksa menggunakan koefisien jalur, yang mewakili koefisien parameter, dan nilai signifikansi statistik-t. Hubungan antar variabel penelitian dapat diketahui dengan melihat seberapa signifikan parameter yang diestimasi. Nilai P kurang dari 0,05 digunakan untuk menentukan

apakah hipotesis di atas diterima atau ditolak, persamaannya sebagai berikut :

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 (X_1 \times M) + \beta_4 (X_2 \times M) + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

$\alpha$  = konstanta

$X_1$  = Profitabilitas

$X_2$  = Leverage

M = Corporate Social Responsibility

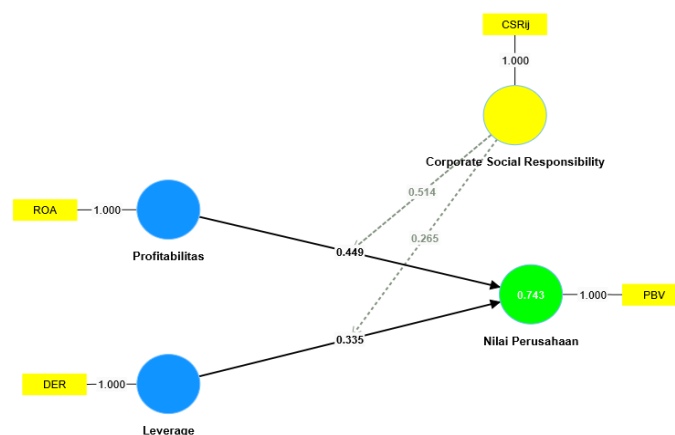
$\beta_1$ - $\beta_4$  = Koefisien regresi yang akan dihitung

$\varepsilon$  = Faktor pengganggu atau error term

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Struktural Equation Model (SEM)

Sebagai alat analisis utamanya, Model Persamaan Struktural (SEM) digunakan dalam penelitian ini. Seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah dijalankan uji SEM Model Penuh menggunakan PLS:



Gambar 1. Uji Full Model SEM menggunakan SmartPLS

Gambar 1 menunjukkan hasil uji smartPLS, yang menunjukkan bahwa faktor pengisian lebih besar atau sama dengan 0,50. Untuk mendapatkan model yang baik, indikator dengan nilai pengisian kurang dari 0,50 tidak perlu dihilangkan untuk menurunkan skala data.

## Uji Outer Model

### Outer Weights

**Tabel 1.** Uji Outer Weights Variabel

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)
DER <- Leverage	1,000	1,000	0,000
PBV <- Nilai Perusahaan	1,000	1,000	0,000
ROA <- Profitabilitas	1,000	1,000	0,000
Corporate Social Responsibility x Profitabilitas ->			
Corporate Social Responsibility x Profitabilitas	1,000	1,000	0,000
Corporate Social Responsibility x Leverage ->			
Corporate Social Responsibility x Leverage	1,000	1,000	0,000

Sumber : Output PLS, 2025

Tabel ini menampilkan temuan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang memoderasi hubungan antara profitabilitas dan leverage, serta estimasi uji bobot luar menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa semua indikator konstruk, kecuali Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, valid sebagai rasio pengukuran untuk variabel Profitabilitas dan Leverage. Hal ini karena indikator formatif memiliki nilai  $P > 0,05$  dan nilai sampel asli sebesar 1.

## Inner Model

### Uji Koefisien Determinasi (R Square)

**Tabel 2.** R-square Konstruk Variabel

	R-square	Adjusted R-square
Nilai Perusahaan	0,743	0,692

Sumber : Output PLS, 2025

Berdasarkan data pada tabel, jelas bahwa variabel Nilai Perusahaan sangat signifikan ( $R\text{-kuadrat} = 0,743$ ). Profitabilitas dan Leverage dapat berfungsi sebagai variabel moderasi, berdasarkan nilai  $R\text{-kuadrat}$  untuk Nilai Perusahaan. Kedua faktor ini menjelaskan 69,2% variabel Nilai Perusahaan dan 40,8% variabel lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

Untuk melakukan uji yang disarankan, model struktural (inner model) diperiksa menggunakan koefisien jalur, yang mewakili koefisien parameter, dan nilai signifikansi statistik-t. Hubungan antar variabel penelitian dapat diketahui dengan melihat seberapa signifikan parameter yang diestimasi. Nilai P kurang dari 0,05 digunakan untuk menentukan apakah hipotesis di atas diterima atau ditolak. Hasil yang diharapkan dari uji model struktural ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3.** Uji Hipotesis berdasarkan Path Coefficient

	Sampel asli (O)	Rata-rata sampel (M)	Standar deviasi (STDEV)	T statistik ( O/STDEV )	Nilai P (P values)
Leverage -> Nilai Perusahaan	0,335	0,309	0,164	2,040	0,041
Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0,449	0,425	0,141	3,183	0,001
Corporate Social Responsibility x Leverage -> Nilai Perusahaan	0,265	0,278	0,134	1,982	0,048
Corporate Social Responsibility x Profitabilitas -> Nilai Perusahaan	0,514	0,507	0,206	2,495	0,013

Sumber : Output PLS, 2025

### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara valuasi bisnis dan profitabilitas yang dinilai berdasarkan rasio Return on Assets (ROA). Dengan nilai p 0,013 (kurang dari 0,05), variabel profitabilitas signifikan secara statistik (Tabel 3). Variabel dependen dipengaruhi secara positif oleh parameter tersebut, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien parameter sebesar 2,495. Dengan kata lain dapat menyimpulkan bahwa H1 benar.

### Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan secara statistik antara leverage dan nilai perusahaan. Tingkat signifikansi variabel leverage adalah 0,041, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, lebih rendah dari nilai kritis 0,05. Pengaruh positif terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh nilai koefisien parameter sebesar 2,040. Hasil ini mendukung hipotesis kedua, H2.

### CSR dapat Memperkuat Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga berpendapat bahwa CSR memoderasi hubungan positif dan bermakna secara statistik antara nilai perusahaan dan profitabilitas. Tingkat relevansi untuk variabel Profitabilitas adalah 0,001, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, yang lebih rendah dari nilai kritis 0,05. Koefisien 3,183 adalah nilai parameter positif. Jadi,



dengan semua variabel independen lainnya tetap konstan, peningkatan satu unit dalam variabel  $X_1$  yang dimodifikasi oleh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan akan menyebabkan nilai variabel  $Y$  naik sebesar 3,183. Dengan koefisien positif dapat dilihat bahwa variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ( $Z$ ) bertindak sebagai moderator antara dua variabel Nilai Perusahaan ( $Y$ ) dan Profitabilitas ( $X_1$ ). Tanggung jawab sosial perusahaan bertindak sebagai moderator antara profitabilitas dan nilai perusahaan, dengan yang pertama mengarah ke penilaian yang lebih besar. Dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas secara signifikan memengaruhi Nilai Perusahaan, dengan pengaruh moderasi dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, karena  $H_3$  diakui.

### **CSR dapat Memperkuat Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan**

Hipotesis keempat mengklaim bahwa CSR memoderasi hubungan positif dan bermakna secara statistik antara leverage dan nilai perusahaan. Maka dapat dilihat bahwa variabel Leverage signifikan secara statistik ( $p < 0,05$ ) pada Tabel 3. Nilai koefisien parameter positif sebesar 1,982 telah ditemukan. Variabel independen lainnya akan tetap sama, tetapi peningkatan satu unit ke  $X_1$  (variabel tanggung jawab sosial perusahaan yang memoderasinya) akan menyebabkan  $Y$  naik sebesar 1,982. Leverage ( $X_2$ ) dan Nilai Perusahaan ( $Y$ ), dengan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan ( $Z$ ) yang berfungsi sebagai moderator, terbukti memiliki hubungan searah (koefisien positif) ketika diperiksa di sini. Nilai perusahaan naik secara proporsional langsung dengan leverage-nya, yang pada gilirannya naik sehubungan dengan CSR-nya. Maka dapat menyimpulkan bahwa Leverage secara signifikan mempengaruhi Nilai Perusahaan, dengan pengaruh moderasi dari Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, karena  $H_4$  diakui.

### **Pembahasan**

Nilai perusahaan dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh profitabilitas, menurut temuan pengujian hipotesis. Keuntungan yang lebih baik akan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Temuan ini memperkuat studi yang dilakukan oleh Fadhilah et al., (2021) menyatakan profitabilitas berdampak kepada nilai perusahaan. Sesuai penelitian Hairudin et al., (2020), menyoroti fakta bahwa nilai perusahaan dapat meningkat seiring dengan profitabilitasnya. Analisis data yang dihasilkan oleh Digidowiseiso & Cindy, (2022), menegaskan bahwa ukuran profitabilitas tertentu dapat meningkatkan nilai suatu bisnis.

Leverage secara signifikan dan positif memengaruhi nilai bisnis, menurut uji hipotesis. Akibatnya, nilai perusahaan meningkat secara proporsional dengan leverage-nya. Temuan

ini menguatkan studi yang dilakukan oleh Juma et al., (2025) dikatakan leverage berpengaruh kepada nilai perusahaan dan sesuai dengan penelitian Fadhilah et al., (2021) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh leverage. Menurut kesimpulan studi ini, investor sebaiknya mempertimbangkan leverage perusahaan saat berinvestasi.

Sedangkan *corporate social responsibility* meningkatkan dampak keuntungan terhadap nilai bisnis. Perusahaan menjadi lebih bernilai ketika inisiatif CSR mereka menghasilkan peningkatan keuntungan, karena terdapat korelasi positif dan signifikan secara statistik antara keduanya. Studi seperti ini memperkuat temuan peneliti Kartana et al., (2025) dan Anandini, (2025) menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh dampak moderasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap profitabilitas. Perusahaan sebaiknya mengungkapkan kewajiban sosial perusahaan (CSR) mereka karena hal tersebut meningkatkan kemungkinan investor akan menanamkan modalnya di perusahaan.

Temuan pengujian hipotesis memvalidasi CSR memperkuat pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan. Leverage, yang didukung oleh inisiatif CSR, memiliki hubungan positif dan signifikan secara statistik dengan nilai bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Kartana et al., (2025) dan Anandini, (2025) membuktikan bahwa leverage memengaruhi nilai perusahaan, dengan efek moderasi dari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sangat penting bagi bisnis karena memungkinkan mereka untuk mendapatkan modal investasi dari pihak yang berkepentingan.

## **KESIMPULAN**

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terbukti mampu memperkuat dampak positif dan signifikan dari profitabilitas serta leverage terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan nilai perusahaan tidak hanya ditentukan oleh faktor keuangan internal, tetapi juga oleh sejauh mana perusahaan mengimplementasikan praktik CSR sebagai bentuk komitmen terhadap keberlanjutan. Implikasi yang diantisipasi dari studi ini adalah bahwa perusahaan yang mampu mengoptimalkan profitabilitas dan mengelola leverage dengan baik, sekaligus konsisten dalam menjalankan CSR, akan memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi dan daya tarik yang lebih besar di mata investor. Oleh karena itu, penulis menekankan pentingnya bagi manajer untuk memperhatikan data keuangan secara cermat dalam pengambilan keputusan operasional sehari-hari, terutama pada perusahaan yang tergabung dalam Indeks Saham Syariah IDXGrowth. Selain itu, hasil penelitian ini juga memberikan

manfaat praktis bagi investor, karena dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan tambahan dalam mengevaluasi kinerja dan prospek perusahaan, khususnya terkait integrasi antara kinerja keuangan dan tanggung jawab sosial.

## PUSTAKA ACUAN

- Anandini, A. S. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Perio. *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 2–11. [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Digdowniseiso, K., & Cindy, S. R. (2022). The Influence of Corporate Social Responsibility, Company Size, And Profitability on The Value of Mining Sector Companies for the 2016-2020 Period. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 11129–11141. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.4928>
- Fadhilah, R., Idawati, W., & Praptiningsih, P. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akunida*, 7(2), 190–204. <https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4524>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hairudin, H., Bakti, U., & Rachmadi, A. (2020). Implikasi Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2016). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(2), 150. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i2.2355>
- Indra Tjahya, R., & Rosmila, K. (2023). Pengaruh Hutang Jangka Pendek Dan Hutang Jangka Panjang Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Investasi Islam*, 3(2), 79–89. <https://doi.org/10.53990/balancing.v3i2.183>
- Juma, Mahmudah, S., Ernawati, S., & Syahdan, S. A. (2025). *Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan : Dimoderasi Profitabilitas*. 26(1).
- Kartana, I. W., Rini, A. I. S. R. I. G., & Meitri, I. A. S. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Gender Diversity Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Krisna*, 16(2), 411–420.
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Logam dan Sejenisnya yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal EMBA*, 6(3), 1108–1117.
- Mawei, M. F., & Tulung, J. E. (2019). Pengaruh Dewan Direksi, Ukuran Perusahaan Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Subsektor Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA*, 7(6), 3249–3258.
- Nurjanah, N., Aisyah Aris Setianingsih, & Fakhrizal. (2024). Pengaruh Price Earning Ratio, Price to Book Value, Percentage of Shares Offered dan Company Size Terhadap Underpricing Saham Pada Perusahaan Sektor Energi Yang Melakukan IPO Periode 2017-2024. *Jurnal Investasi Islam*, 9(2), 232–249. <https://doi.org/10.32505/jii.v9i2.9920>
- Rizki Agung Santoso, Tulus Harefa, & Luk Luk Fuadah. (2024). Corporate Social Responsibility: A Literature Review On Practices, Implications, And Future Directions. *International Journal of Economics, Accounting and Management*, 1(4), 209–214. <https://doi.org/10.60076/ijeam.v1i4.883>
- Zefri Maulana, Khairatun Hisan, & Azi Wiranda. (2024). Pengaruh Modal Kerja, Return On Asset Dan Return On Equity Terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Investasi Islam*, 8(2), 216–230. <https://doi.org/10.32505/jii.v8i2.7085>