

## Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Emiten *Properties & Real Estate* Tahun 2019-2022)

Manarul Hidayat<sup>1</sup>, Triana Yuniati<sup>2\*</sup>, Bambang Prayogo<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya  
Corresponding Author:  [triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id](mailto: triana.yuniati@dsn.ubharajaya.ac.id)

---

### ARTICLE INFO

**Keywords:** Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba, Risiko Bisnis, Nilai Perusahaan

*Received* : 01, July  
*Revised* : 24, July  
*Accepted*: 14, Sept

©2023The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis terhadap nilai perusahaan. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan jenis dan sumber data yaitu data sekunder. Populasi dan sampel penelitian ini adalah perusahaan *properties & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling* dan menghasilkan sebanyak 58 sampel data diolah yang telah memenuhi kriteria. Metode analisis yang digunakan adalah uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda serta uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan risiko bisnis tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

---

### PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan salah satu aktor ekonomi yang memainkan peran vital dalam kehidupan masyarakat dengan memproduksi barang dan jasa. Dalam menjalankan usaha terdapat faktor yang dapat menghambat kegiatan usaha diantaranya yaitu faktor sosial, faktor internal, dan faktor eksternal berupa persaingan usaha. Dalam melaksanakan aktivitas operasionalnya, perusahaan

memiliki tujuannya masing-masing. Menurut Umam & Hartono (2019) secara keseluruhan, tujuan perusahaan meliputi sasaran jangka pendek dan jangka panjang. Untuk jangka pendek, tujuannya adalah untuk mendapatkan keuntungan dari operasional serta mengoptimalkan profit melalui penggunaan sumber daya yang efisien. Sedangkan untuk jangka panjang, perusahaan bertujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Menurut Hidayat et al. (2021) Memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan dan strategi penting untuk menjaga keberlangsungan perusahaan di tengah persaingan. Dengan meningkatkan nilai perusahaan, kesejahteraan pemegang saham dan pihak terkait lainnya dapat terjamin.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui harga pasar saham, yang mencerminkan penilaian investor terhadap setiap ekuitas yang dimiliki perusahaan (Sari et al., 2021). Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan kemampuan menghasilkan laba maksimal. Selain itu, nilai perusahaan dianggap sangat penting karena dapat mencerminkan pandangan investor terhadap keberhasilan perusahaan (Hariyanti & Ubaidillah, 2022). Nilai perusahaan yang baik dan optimal dapat menarik minat sumber dana potensial seperti investor dan kreditor.

Terdapat tiga perusahaan di sektor properti dan real estate yang mengalami kesulitan selama tahun 2020-2022, dengan saham perusahaan tersebut terdaftar di pasar modal dan berstatus pailit. Ketiga perusahaan tersebut adalah PT. Forza Land Indonesia Tbk (FORZ), PT. Cowell Development Tbk (COWL), dan PT. Hanson International Tbk (MYRX). Salah satu contohnya adalah kasus PT. Forza Land Indonesia Tbk, yang menjadi perhatian penting bagi para investor untuk selalu memperhatikan keterbukaan informasi yang disampaikan oleh perusahaan serta notasi dari bursa. Pada tahun 2019, BEI melakukan suspensi saham PT. Forza Land Indonesia Tbk karena harga saham mengalami penurunan signifikan sehingga BEI perlu melakukan *cooling down*. Pada Agustus 2022, BEI juga mengumumkan potensi delisting saham PT. Forza Land Indonesia Tbk. Mengutip dari keterbukaan informasi, BEI memutuskan suspensi saham FORZ seiring adanya keraguan atas *going concern* PT Forza Land Indonesia Tbk yang telah terindikasi. Hingga pada september 2022 berdasarkan (*Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 25/Pdt.Sus Pembatalan Perdamaian/2022/PN Niaga. Jkt, n.d.*) perseroan dinyatakan berada dalam keadaan pailit. Mengacu pada data perusahaan di laman BEI, investor publik masih memiliki mayoritas saham FORZ, yakni sebesar 55,22 persen atau setara dengan 1.095.605.162 lembar. Selanjutnya, pada Oktober 2022 dan Oktober 2023, BEI kembali memutuskan untuk melakukan penghentian sementara perdagangan efek PT. Forza Land Indonesia Tbk di seluruh pasar sejak sesi 1 perdagangan efek (cnbcindonesia.com).

Menurut Hariyanti & Ubaidillah (2022) untuk meningkatkan nilai perusahaan, diperlukan informasi tambahan yang menarik dan mampu menarik minat para pemangku kepentingan, serta menciptakan kesan positif di kalangan pihak eksternal perusahaan, terutama masyarakat. Informasi ini mencakup tanggung jawab sosial dan lingkungan yang dikenal sebagai *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR oleh perusahaan bermanfaat dalam meningkatkan citra, merek, dan harga sahamnya. Oleh karena itu, perusahaan

sebaiknya menjalankan tanggung jawab sosialnya, karena hal ini dapat memperbaiki citra atau reputasi perusahaan di mata masyarakat. Perusahaan yang mengungkapkan CSR secara terbuka akan mendapat respon positif dari pelaku pasar, karena dianggap transparan dalam penyampaian informasi (Hidayat, 2021).

Menurut Alamsyah & Malanua (2021) *Corporate Social Responsibility (CSR)* mempengaruhi nilai perusahaan dengan menarik minat investor untuk membeli saham. Tingkat pengungkapan CSR yang tinggi dan variabel-variabel pengungkapan CSR yang dapat diukur secara langsung membuat investor lebih cenderung untuk membeli atau menjual saham, tergantung pada kondisi pasar ekonomi dan berita yang beredar.

Faktor lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah kualitas laba. Menurut Wairisal & Hariyati (2021) investor menilai dan mempertimbangkan perusahaan berdasarkan kualitas laba yang dihasilkan. Oleh karena itu, untuk menarik minat calon investor, perusahaan perlu memaksimalkan atau meningkatkan kualitas laba mereka. Kualitas laba menjadi penting karena investor menggunakannya sebagai indikator dalam menilai perusahaan.

Kualitas laba yang baik akan secara otomatis meningkatkan nilai saham perusahaan. Sebaliknya, kualitas laba yang buruk akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan. Octaviani & Suhartono (2021) menyatakan bahwa laba yang baik tanpa manipulasi dari manajer adalah sinyal positif bagi investor. Sinyal tersebut dianggap sebagai berita baik (*good news*), dan pasar bereaksi kuat terhadap saham perusahaan, yang menunjukkan peningkatan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh Risiko Bisnis. Risiko didefinisikan sebagai kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat mengakibatkan kerugian (Mala & Yudiantoro, 2023). Berdasarkan konsep *trade-off*, semakin tinggi tingkat utang, semakin besar pula risiko yang harus ditanggung oleh perusahaan, yang pada akhirnya dapat menurunkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, jika risiko bisnis tinggi, nilai perusahaan kemungkinan akan rendah. Mengelola, mengidentifikasi, dan mengukur risiko bisnis dapat membantu perusahaan mengurangi dampak negatif risiko terhadap nilai perusahaan dan menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan.

## TINJAUAN TEORITIS

### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah nilai pasar saham perusahaan yang mencerminkan penilaian investor terhadap setiap kepemilikan ekuitas perusahaan. Menurut Susila & Prena (2019) nilai perusahaan merupakan persepsi investor mengenai keberhasilan perusahaan dalam suatu periode, yang tercermin dalam pergerakan harga saham. Nilai perusahaan ini mencerminkan kinerja perusahaan yang dipengaruhi oleh harga saham, yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal, merefleksikan evaluasi masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Ningrum, 2022).

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar per lembar saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}}$$

## Corporate Social Responsibility

Menurut Sijum & Rustia (2021) *Corporate social responsibility* (CSR) adalah upaya perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan melalui berbagai aktivitas yang tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan finansial semata (*profit*), tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat (*people*) dan berperan dalam pelestarian lingkungan (*planet*). Ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi juga memperhatikan hubungan yang baik dengan masyarakat dan lingkungan.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

- CSRI<sub>j</sub> : *Corporate social responsibility Disclosure Index* Perusahaan j  
 $\sum X_{ij}$  : 1 jika item I diungkapkan, 0 jika item tidak diungkapkan  
 $n_j$  : Jumlah informasi CSR versi GRI Standard 2021 yang seharusnya diungkapkan perusahaan

## Kualitas Laba

Laba (*earnings*) merupakan selisih antara pendapatan dikurangi dengan biaya-biaya. Kualitas laba merujuk pada informasi tentang kemampuan laba untuk mengevaluasi kesuksesan atau kegagalan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan dalam mencapai tujuannya (Wairisal & Hariyati, 2021). Laba yang berkualitas, yang mencerminkan kinerja operasional perusahaan pada periode tersebut, dapat menjadi indikator kinerja perusahaan di masa mendatang dan menjadi tolak ukur kinerja perusahaan (W. Sari & Wiyanto, 2022).

$$TACC_{it} / Tait -1 = \alpha_1(1/Tait -1) + \alpha_2(\Delta SAL_{it} - \Delta REC_{it} / Tait -1) + \alpha_3(PPE_{it} / Tait -1) + \epsilon_{it} \quad NDACC_{it} = \alpha_1(1/Tait-1) + \alpha_2 \Delta SAL_{it} - \Delta REC_{it}$$

- TACC<sub>it</sub> : Total akrual perusahaan i pada tahun t dibagi dengan total aset perusahaan i pada akhir tahun t-1  
DACC<sub>it</sub> : *Discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t  
NDACC<sub>it</sub> : *Non discretionary accruals* perusahaan i pada tahun t  
TA<sub>it-1</sub> : Total aset perusahaan i pada akhir tahun t-1  
 $\Delta SAL_{it}$  : Perubahan penjualan bersih perusahaan i pada tahun t  
PPE<sub>it</sub> : *Property, plan, and equipment* perusahaan i pada tahun t  
 $\Delta REC_{it}$  : Perubahan piutang bersih perusahaan i pada tahun t  
 $\alpha$  : Koefisien Regresi persamaan

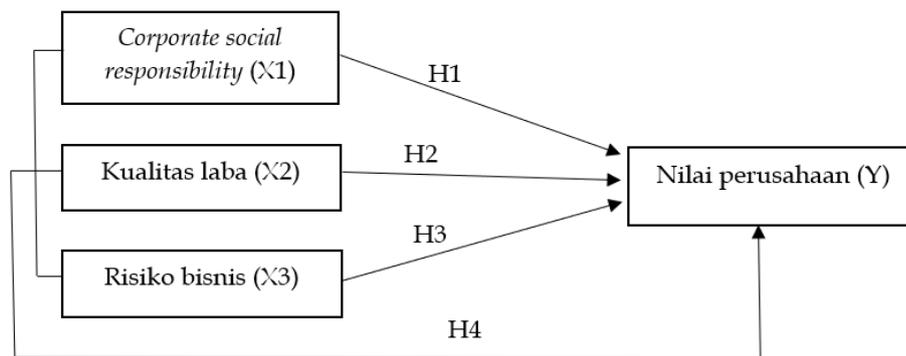
## Risiko Bisnis

Alamsyah & Malanua (2021) menyatakan bahwa risiko bisnis adalah keadaan ketidakpastian dalam meramalkan laba atau rugi di masa depan. Ketidakpastian ini dapat menghasilkan risiko, yang dapat timbul sebagai akibat dari perusahaan yang tidak dapat mengendalikan biaya operasionalnya. Risiko ini mencerminkan kemungkinan terjadinya konsekuensi buruk yang tidak diinginkan atau tak terduga, menandakan adanya ketidakpastian yang dapat meningkatkan risiko. Risiko bisnis yang tinggi dapat mengurangi kemampuan perusahaan untuk mendapatkan pinjaman karena perusahaan mungkin tidak mampu menanggung beban tetap dari hutang.

$$\text{Degree of operating leverage} = \frac{\text{Presentase perubahan EBIT}}{\text{Presentase perubahan penjualan}}$$

## KERANGKA KONSEPTUAL

Berdasarkan landasan teori dan penelitian sebelumnya, maka dapat dibentuk kerangka teori sebagai dasar untuk membentuk hipotesis. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu : *Corporate social responsibility* (X1), Kualitas laba (X2), Risiko bisnis (X3), Nilai Perusahaan (Y), sehingga secara skematis kerangka pemikiran yang digunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konseptual

## HIPOTESIS

### Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan CSR berfungsi sebagai sinyal positif bagi investor dan pemangku kepentingan. Perusahaan yang aktif dalam melaksanakan pengungkapan CSR akan menarik perhatian investor, yang menyebabkan peningkatan permintaan saham dan pada akhirnya berkontribusi pada kenaikan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Susila & Prena (2019) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR, semakin tinggi nilai perusahaan, karena melalui CSR, perusahaan memperoleh reputasi yang baik yang menambah nilai bagi perusahaan. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian (Junardi, 2019; Zuhriah & Maharani, 2022).

H1 : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten *Properties & Real Estate*

### Pengaruh Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Kualitas laba mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengontrol dan mencapai laba secara konsisten (Putra et al., 2022). Laba juga digunakan oleh investor untuk menganalisis saham yang dikeluarkan oleh perusahaan. Jika investor menggunakan laba ini untuk menilai nilai perusahaan, maka laba tidak akan secara tepat mencerminkan nilai perusahaan yang sebenarnya. Hal ini dapat menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan bagi pengguna

seperti investor dan kreditur karena rendahnya kualitas laba yang mengakibatkan penurunan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wairisal & Hariyati (2021) yang menyimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas laba di suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

H2 : Kualitas Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten *Properties & Real Estate*

### **Pengaruh Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan**

Risiko bisnis meliputi situasi di mana perusahaan tidak dapat menutupi biaya operasionalnya, sesuai dengan ketidakpastian tingkat pengembalian atau laba sebelum bunga dan pajak (EBIT) dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan (Wirjawan, 2022). Perusahaan yang mengambil keputusan pendanaan yang berisiko tinggi dapat mengalami penurunan nilai di mata investor ketika terjadi risiko kebangkrutan. Adapun Ginting et al. (2020) menyatakan bahwa risiko bisnis berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Putri & Asyik (2019) menunjukkan bahwa risiko bisnis memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, karena investor yang agresif cenderung lebih tertarik untuk berinvestasi dalam produk saham atau valuta asing, sehingga risiko bisnis menjadi pertimbangan penting.

H3 : Risiko Bisnis berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten *Properties & Real Estate*

### **Pengaruh pengungkapan *Corporate social responsibility*, Kualitas laba, dan Risiko bisnis terhadap nilai perusahaan**

*Coporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis berperan penting dalam memberikan sinyal positif maupun negatif bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan. Aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan melalui mekanisme umpan balik dari pemangku kepentingan. Seiring dengan kemajuan zaman, perusahaan tentu ingin terus berkembang dan berusaha meningkatkan kinerjanya melalui kualitas laba yang menarik bagi investor. Untuk meningkatkan kualitas laba, perusahaan yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan bisnis dapat mengurangi dampak negatif dari risiko bisnis. Dengan keunggulan kompetitif, kemampuan inovasi, dan adaptabilitas yang baik, perusahaan dapat mengatasi tantangan yang muncul akibat risiko bisnis dan menjaga nilai perusahaan.

H4 : Pengungkapan *Corporate social responsibility*, Kualitas laba, dan Risiko bisnis berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten *Properties & Real Estate*

## **METODOLOGI**

Penelitian ini masuk ke dalam golongan Penelitian Asosiatif Kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antarvariabel. Objek penelitian ini menggunakan Emiten sektor *properties & real estate* tahun 2019-2022. Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia dan situs dari masing-masing perusahaan. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel penelitian, terdapat sebanyak 92 populasi yang terdaftar sebagai perusahaan *properties & real*

*estate* yang terdapat di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 19 perusahaan, sehingga diperoleh 58 sampel. Berikut kriteria yang digunakan :

1. Perusahaan *propeties & real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari periode 2019-2022.
2. Perusahaan *propeties & real estate* yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah (Rp).
3. Perusahaan *propeties & real estate* yang tidak menerbitkan *annual reporting* secara berturut-turut selama periode 2019-2022.
4. Perusahaan *propeties & real estate* yang menghasilkan laba secara berturut-turut dari tahun 2019-2022.

## HASIL

### Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	58	.18	.53	.3600	.09548
KualitasLaba	58	.00	.18	.0787	.04265
RisikoBisnis	58	-4.97	11.66	1.1269	2.60163
NilaiPerusahaan	58	.11	2.24	.8665	.53043
Valid N (listwise)	58				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 1 hasil uji analisis statistik deskriptif, variabel pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai terendah sebesar 0,18 dan nilai tertinggi sebesar 0.53. Berikutnya, nilai rata-rata sebesar 0,3600 dengan standar deviasinya sebesar 0,9548. Dengan dekatnya nilai rata-rata dengan nilai maksimum, maka sampel penelitian ini cenderung memiliki rasio pengungkapan *corporate social responsibility* yang relative tinggi.

Kualitas laba diketahui nilai terendah 0,00 dan nilai tertinggi sebesar 0.18. Berikutnya nilai rata-rata sebesar 0,0787 dan standar deviasinya sebesar 0,04265. Berdasarkan dengan kedekatan nilai rata-rata dengan nilai minimum, dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian cenderung memiliki rasio kualitas laba yang relatif rendah.

Risiko bisnis diketahui memiliki nilai terendah sebesar -4,97 dan nilai tertinggi sebesar 11,66. Selanjutnya, nilai rata-rata sebesar 1,1269 dan standar deviasinya sebesar 2.60163. Berdasarkan dengan kedekatan nilai rata-rata dengan nilai minimum, dapat disimpulkan sampel penelitian cenderung memiliki rasio risiko bisnis yang relatif rendah.

Nilai perusahaan dapat diketahui nilai terendah sebesar 0,11 dan nilai tertinggi sebesar 2,24, serta nilai rata-rata sebesar 0,8665 sedangkan nilai standar deviasinya sebesar 0.53043. Berdasarkan kedekatan nilai rata-rata dengan nilai minimum, dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian ini cenderung memiliki PBV nilai perusahaan yang relatif kecil.

## Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		58
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
Most Extreme Differences	Std. Deviation	.51185711
	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.065
Test Statistic		.100
Asymp. Sig (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 2 hasil uji normalitas menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov test* menunjukkan nilai *test statistic* 0,100 dengan nilai signifikansi 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## Uji Multikolineritas

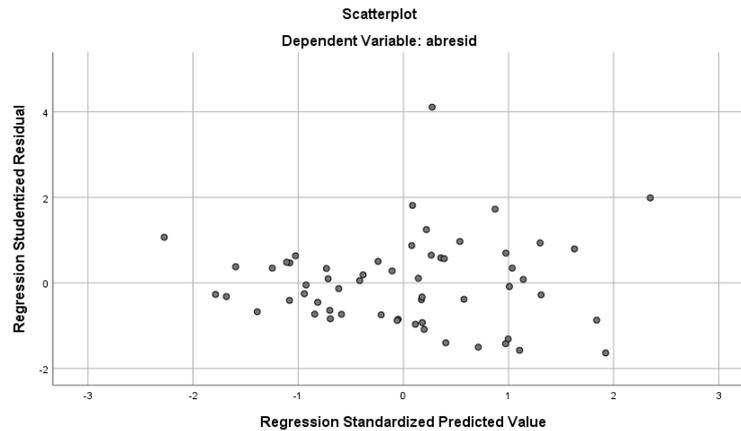
Tabel 3. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.947	1.056
	KualitasLaba	.926	1.080
	RisikoBisnis	.954	1.048
a. Dependent Variabel : Nilai Perusahaan			

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 3 hasil uji multikolineritas, nilai tolerance untuk variabel pengungkapan *corporate social responsibility* adalah 0,947, untuk kualitas laba adalah 0,926, dan untuk risiko bisnis adalah 0,954. Semua variabel menunjukkan nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF (*variance inflation factor*) untuk variabel pengungkapan *corporate social responsibility* adalah 1,056, untuk kualitas laba adalah 1,080, dan untuk risiko bisnis adalah 1,048. Karena semua nilai VIF tersebut lebih kecil dari 10, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolineritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 dari uji heteroskedastisitas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan merata di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi berganda. Jika variansi residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya tetap, kondisi ini disebut homoskedastisitas sebaliknya, jika variansi tersebut berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang menunjukkan homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.253 <sup>a</sup>	.064	.011	.47950	1.932
a. Predictors: (Constant), LAG_RisikoBisnis, LAG_CSR, LAG_KualitasLaba					
b. Dependent Variable: LAG_NilaiPerusahaan					

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 4 hasil uji autokorelasi, nilai *Durbin-Watson* (DW) adalah 1,932. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel DW pada derajat kepercayaan ( $\alpha$ ) 5%, dengan jumlah sampel (n) sebanyak 58 dan variabel bebas (k) sebanyak 3. Nilai DU yang diperoleh adalah 1,6860, sehingga nilai DW regresi berada dalam rentang  $< DW < 4 - DU$  ( $1,6860 < 1,932 < 2,314$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model ini.

### Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients

		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.236	.777	
	CSR	2.125	1.815	.139
	KualitasLaba	4.358	3.647	.140
	RisikoBisnis	.002	.004	.072
a. Dependent variabel : NilaiPerusahaan				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 5 hasil uji regresi linear berganda, model regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,236 + 2.125 X_1 + 4,358 X_2 + 0,002 X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan model tersebut, dapat diinterpretasikan hal-hal sebagai berikut :

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 0,236 menunjukkan bahwa jika nilai variabel independen sama dengan nol (0) atau ditiadakan, maka nilai perusahaan adalah sebesar 0,236.
2. Nilai koefisien variabel pengungkapan *corporate social responsibility* ( $X_1$ ) bertanda positif sebesar 2,125 menunjukkan bahwa setiap penambahan *corporate social responsibility* sebesar satu satuan, akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 2,125 dengan asumsi semua variabel bernilai konstan.
3. Nilai koefisien variabel kualitas laba ( $X_2$ ) bertanda positif sebesar 4,358 menunjukkan bahwa setiap penambahan kualitas laba sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan sebesar 4,358 dengan asumsi semua variabel bernilai konstan.
4. Nilai koefisien variabel risiko bisnis ( $X_3$ ) bertanda positif sebesar 0,002 menunjukkan bahwa setiap penambahan risiko bisnis sebesar satu satuan, maka akan diikuti dengan kenaikan nilai perusahaan sebesar 0,002 dengan asumsi semua variabel bernilai konstan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.253 <sup>a</sup>	.064	.011	.47950
a. Predictors: (Constant), LAG_RisikoBisnis, LAG_CSR, LAG_KualitasLaba				
b. Dependent Variable: LAG_NilaiPerusahaan				

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 6 hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,11 atau 11%. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel independen yang terdiri dari pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis dapat menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 11%. Sedangkan sisanya 89% (100% - 11%) dipengaruhi oleh variabel-variabel independen lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Uji F

Tabel 7. Hasil Uji F

ANOVA						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.953	3	4.318	75.612	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3.084	54	.057		
	Total	16.037	57			
a. Dependent Variable: Y_NilaiPerusahaan						
b. Predictors: (Constant), X3_RisikoBisnis, X1_CSR, X2_KualitasLaba						

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan hasil tabel 7 uji F, dapat diketahui jika nilai Sig 0,000 menunjukkan  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yang terdiri dari pengungkapan *corporate social responsibility* ( $X_1$ ), kualitas laba ( $X_2$ ), dan risiko bisnis ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan ( $Y$ ).

Uji t

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.313	.081		16.288	.000
	X1_CSR	-1.690	.116	-.870	-14.536	.000
	X2_KualitasLaba	2.139	.756	.172	2.831	.007
	X3_RisikoBisnis	-.006	.012	-.027	-.452	.653
a. Dependent variable : Y_NilaiPerusahaan						

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS versi 26

Berdasarkan tabel 8 hasil uji t, menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* mempunyai nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien -1,690. Hal ini menunjukkan H1 diterima, bahwa secara parsial variabel *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya variabel kualitas laba mempunyai nilai signifikansi 0,007 lebih kecil dari 0,05 dengan koefisien 2,139. Hal ini menunjukkan H2 diterima, bahwa secara parsial variabel kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Variabel risiko bisnis mempunyai nilai signifikansi 0,653 lebih besar dari 0,05 dengan koefisien -0,006. Hal ini menunjukkan bahwa H3 ditolak, yang artinya secara parsial variabel risiko bisnis tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji dan analisis data, variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) menunjukkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengindikasikan bahwa meskipun besarnya praktik CSR mempengaruhi nilai perusahaan, CSR dalam studi ini justru berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Ini berarti, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, semakin rendah nilai perusahaan tersebut. Perbedaan dalam pengungkapan CSR antar perusahaan, di mana setiap perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dengan cara yang bervariasi, menyebabkan hal ini. Beberapa perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka dengan kurang terperinci dan memiliki nilai rendah dalam laporan keberlanjutannya.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah & Malanua (2021) yang menemukan bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Faktor ini dipengaruhi oleh kecenderungan investor dalam membeli saham, tingginya tingkat pengungkapan CSR, dan variabel pengungkapan CSR yang dapat diukur secara langsung. Investor biasanya memilih untuk membeli atau menjual saham berdasarkan kondisi ekonomi pasar dan berita yang beredar. Namun, penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Junardi, 2019; Zuhriah & Maharani, 2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji dan analisis data yang telah dilakukan, variabel kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Wairisal & Hariyati (2021) menyebutkan bahwa semakin tinggi kualitas laba suatu perusahaan, semakin besar pula nilai perusahaan tersebut. Ini terjadi karena laba berkualitas tinggi meningkatkan nilai perusahaan dan diterima dengan baik oleh pasar. Namun, dalam praktiknya, investor seringkali hanya memperhatikan besarnya laba perusahaan, meskipun laba besar tersebut belum tentu berkualitas. Jika laba perusahaan berkualitas tinggi tanpa manipulasi manajemen, hal ini memberikan sinyal positif yang akan direspon baik oleh investor. Sinyal ini dianggap sebagai kabar baik yang dapat mengurangi ketidakseimbangan informasi (*asimetri information*) dan konflik keagenan. Pasar akan merespons secara positif terhadap saham perusahaan yang menunjukkan peningkatan nilai.

Dapat disimpulkan bahwa para investor membuat keputusan investasi dengan mempertimbangkan kualitas laba perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Octaviani & Suhartono, 2021; Ningsih et al., 2023) yang menyatakan bahwa kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Risiko Binsis Terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji dan analisis data yang telah dilakukan, variabel risiko bisnis tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Risiko bisnis yang diukur dengan *Degree of Operating Leverage* (DOL) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan *Price Book Value* (PBV). Dengan demikian, perubahan risiko bisnis, baik peningkatan maupun penurunan, tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa risiko bisnis tidak berdampak pada keputusan penggunaan utang oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan (Rinjani & Indrati, 2023) Risiko bisnis yang tinggi pada suatu perusahaan menyebabkan rendahnya daya tarik investasi, karena risiko tersebut menciptakan ketidakpastian terhadap profitabilitas masa depan perusahaan yang dapat menurunkan nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan cenderung memilih untuk menjual asetnya guna melunasi hutang dan mengurangi risiko bisnis, sehingga nilai perusahaan tetap stabil.

### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba, dan Risiko Bisnis terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil uji simultan telah diperoleh F hitung sebesar  $75,612 > 2,76$  (F tabel), berdasarkan nilai tersebut maka didapatkan sebuah kesimpulan bahwa hipotesis ke empat ( $H_4$ ) diterima. Selain itu, dari hasil uji tersebut juga dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan kedua hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel - variabel independen yang terdiri dari pengungkapan *corporate social responsibility* ( $X_1$ ), Kualitas laba ( $X_2$ ), dan Risiko Bisnis ( $X_3$ ) secara bersama - sama berpengaruh terhadap variabel independen yaitu Nilai perusahaan ( $Y$ ).

Sepanjang pengetahuan penulis, penulis belum menemukan adanya penelitian yang mengungkapkannya adanya pengujian secara simultan variabel pengungkapan *corporate social responsibility* ( $X_1$ ), Kualitas laba ( $X_2$ ), dan Risiko Bisnis ( $X_3$ ) terhadap Nilai perusahaan ( $Y$ ).

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, kualitas laba, dan risiko bisnis pada emiten *properties & real estate* tahun 2019 - 2022, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan.
2. Kualitas laba berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.
3. Risiko bisnis tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Kualitas Laba, dan Risiko Bisnis secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

## Saran

Berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan, berikut saran penulis bagi penelitian selanjutnya:

1. Penggunaan data dan informasi sektor lain dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya, agar hasil pengujiannya dapat dibandingkan dengan penelitian ini. Dan untuk periode pengamatannya dapat ditambahkan menjadi 5 tahun atau lebih.
2. Laporan keuangan tahunan (*annual report*) yang tidak terdapat di *website* Bursa Efek Indonesia dapat diperoleh secara langsung dengan mengunjungi *website* resmi perusahaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena dalam penelitian ini hanya pengaruh 11% dari 100%. Sisanya sebesar 79% dijelaskan melalui variabel penelitian lain diluar model penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, M. F., & Malanua, W. (2021). Pengaruh Invesment Opportunity Set, Corporate Social Responsibility, dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 154. <https://doi.org/10.12928/fokus.v11i2.4228>
- Ginting, F. G., Saerang, I. S., & Maramis, J. B. (2020). Pengaruh Risiko Bisnis, Risiko Finansial dan Risiko Pasar Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank BUMN Periode Tahun 2011-2018. *Jurnal EMBA*, 8(1), 252–261.
- Hariyanti, S. A., & Ubaidillah, M. (2022). *Pengaruh Investment opportunity Set dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate Yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2020)*.
- Hidayat, D. fasya nur. (2021). *Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, good corporate governance, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. <https://journal.unimma.ac.id>
- Hidayat, W. wahyu, Yuniati, T., Prasetyo, E. T., & Husadha, C. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus Perusahaan Jasa di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1).
- Junardi. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(2). <http://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/>
- Mala, M., & Yudiantoro, D. (2023). Pengaruh Risiko Bisnis, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI 2019-2022. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 231–239.
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi)*. Penerbit Adab.

- Ningsih, M. S., Nurcholisah, K., & Pramono, I. P. (2023). Pengaruh Kualitas Laba terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Syariah di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Riset Akuntansi*, 31–38. <https://doi.org/10.29313/jra.v3i1.1769>
- Octaviani, K., & Suhartono, S. (2021). Peran Kualitas Laba Dalam Memediasi Pengaruh Konversatisme Akuntansi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1). <https://doi.org/10.30813/jab.v14i1.2215>
- Putra, K. H., Tangke, P., & Jao, R. (2022). *Pengaruh Nilai Wajar Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba Sebagai Variabel Mediasi*.
- Putri, A., & Asyik, N. F. (2019). *Pengaruh Struktur Aset, Pertumbuhan Aset dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening*.
- Putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat Nomor 25/pdt.sus Pembatalan perdamaian/2022/PN Niaga. Jkt. (n.d.)*.
- Rinjani, F., & Indrati, M. (2023). *Pengaruh Profitabilitas, Risiko Bisnis, dan Struktur Utang Terhadap Nilai Perusahaan*. 7(3), 26376–26383.
- Sari, N. M. W., Sukadana, I. W., & Widnyana, I. W. (2021). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMAS*, 2(1).
- Sari, W., & Wiyanto, H. (2022). *Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Kualitas Laba Perusahaan*. 04(03), 701–711.
- Sijum, A. A., & Rustia, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan dan Corporate Governance Terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Perpajakan*, 7(1), 62–64. <http://jurnal.unmer.ac.id/index.php/ap62>
- Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>
- Umam, A. C., & Hartono, U. (2019). Firm Size, Profitabilitas, Struktur Modal, Kebijakan Dividen, GCG, CSR dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Finance di Bursa Efek Indonesia). In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 7).
- Wairisal, R. J. A. I., & Hariyati. (2021). *Pengaruh Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Corporate Governance* (Vol. 9, Issue 1). [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).
- Wirjawan, K. A. B. R. S. (2022). *Pengaruh Risiko Bisnis dan Faktor Lainnya Terhadap Nilai Perusahaan* (Vol. 2, Issue 2). <http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM>

Zuhriah, M., & Maharani, N. K. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 16(2). <https://doi.org/10.35931/aq.v16i>