

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Satriagung (2016) dalam kanalsatu.com menyatakan bahwa sektor properti dan real estat memiliki peran strategis dalam pembangunan perekonomian negara. Properti dan real estat dengan titik berat bisnis pembangunan seperti gedung perkantoran, apartemen, pusat perbelanjaan, perumahan, dan lainnya menjadi suatu sektor yang mampu menyerap banyak tenaga kerja mulai dari buruh, karyawan, hingga pekerja profesional. Selain penyerapan tenaga kerja, sektor properti dan real estat mampu mendorong 174 turunan industri. Perkasa (2015) dalam Bisnis.com menjelaskan bahwa 174 turunan industri tersebut meliputi industri semen, cat, batu bata, furnitur, dan material bangunan lainnya. Oleh karena itu, bisnis ini dikatakan memiliki efek berantai (*multiplier effect*) cukup panjang dalam mendorong perkembangan sektor ekonomi lainnya.

Pendapat lainnya juga dinyatakan oleh Erlangga Satriagung selaku pengembang properti dan real estat senior di Jawa Timur bahwa masuknya pengembang di suatu kawasan dapat meningkatkan nilai serta harga properti dan real estat (RIN dalam rei.or.id, 2017). Nilai aset masyarakat dapat meningkat karena sektor ini dapat mengubah aset dan bangunan non-produktif menjadi aset dan bangunan produktif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Sedangkan bagi pemerintah, sektor ini membawa berkah karena memberikan pemasukan berupa pajak. Berbeda dengan yang terjadi di negara tetangga

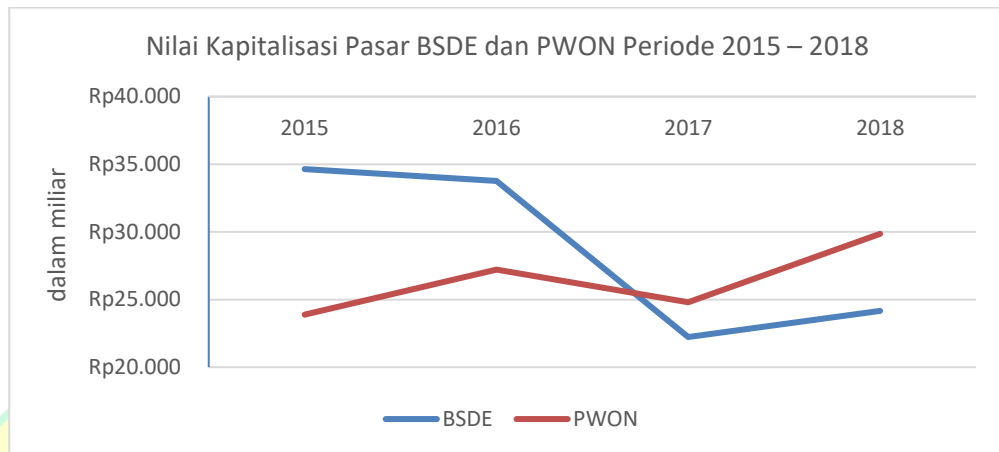
seperti Malaysia, Singapura, Australia, dan Cina, dimana pemerintah yang mengambil peran dalam mempersiapkan area infrastruktur dan pengembangan properti, bukan pihak swasta (Satriagung dalam kanalsatu.com, 2016)

Dibalik manfaat yang ditimbulkan, sektor ini bukan merupakan bidang usaha yang mudah. Dilansir dalam artikel daring yang ditulis oleh RIN berjudul “Industri Properti, Lokomotif Ekonomi Negeri” dalam rei.or.id (2017), menyatakan bahwa sektor properti dan real estat merupakan industri yang padat karya dan padat modal. Modal yang besar, beban pajak serta risiko yang tinggi membuat bisnis ini tidak mudah untuk dilakukan. Kapital atau modal yang besar dibutuhkan untuk membangun, seperti keperluan pembebasan lahan serta membeli alat berat berteknologi tinggi terutama untuk proyek *high rise building* (RIN dalam rei.or.id, 2017). Pajak yang tinggi didukung melalui pernyataan Budi Hermawan selaku Wakil Ketua Umum DPP REI saat itu dalam rei.or.id (2017). Beliau menyatakan bahwa pengembang properti dan real estat bergantung pada kebijakan dan aturan pemerintah. Perizinan berbelit untuk membangun serta tingginya tingkat suku bunga kredit yang ditetapkan merupakan risiko pendanaan dalam sektor ini.

Kendati demikian, tingginya risiko yang harus ditanggung tidak menjadi alasan yang menghambat pertumbuhan perusahaan properti dan real estat. Kompetisi antar pengembang serta permintaan dan harga yang dinamis membuat para pengembang gencar membangun proyek untuk mengakomodasi permintaan tersebut. Hal ini memengaruhi posisi perusahaan dalam meningkatkan kapitalisasi pasar (Alexander, 2013).

Alexander (2013) dalam Kompas.com menyatakan bahwa kapitalisasi pasar merupakan nilai pasar atau *market value* sebuah emiten yang didapatkan dari perkalian antara saham dengan jumlah saham beredar di pasar, terbentuk melalui permintaan dan penawaran antara penjual (emiten) dan pembeli saham (investor). Semakin besar nilai pasar emiten menunjukkan bahwa pergerakan saham emiten berpengaruh besar terhadap pergerakan indeks harga saham gabungan (IHSG). Nilai pasar menunjukkan fluktuasi dari harga saham (Hermawan, 2019). Dengan kata lain, kapitalisasi pasar tidak mencerminkan nilai aset perusahaan. Kapitalisasi pasar sangat mungkin bernilai lebih besar atau lebih kecil dari aset perusahaan (Darmawan, 2017).

IDX *Fact Book* (2016-2019) menyatakan dua perusahaan sektor properti dan real estat masuk ke dalam peringkat 50 perusahaan dengan kapitalisasi pasar paling besar, yaitu Bumi Serpong Damai Tbk (BSDE) dan Pakuwon Jati Tbk. (PWON). Namun pada tahun 2017, BSDE mengalami penurunan nilai kapitalisasi pasar secara drastis sehingga keluar dari peringkat. Tahun 2018, BSDE kembali ke dalam daftar sedangkan PWON secara berturut-turut berhasil konsisten selalu berada dalam daftar walaupun dengan angka yang tidak tetap atau naik turun (IDX *Fact Book*, 2019). Besarnya kapitalisasi pasar menjadi salah satu tolak ukur bagi investor dalam keputusan pembelian saham serta menggambarkan nilai yang dimiliki sebuah perusahaan (Darmawan, 2017). Berikut merupakan data pergerakan dari kapitalisasi pasar kedua perusahaan tersebut:



Sumber: Diolah oleh peneliti dari *IDX Fact Book* (2016 – 2019)

Gambar I.1

Grafik Fluktuasi Kapitalisasi Pasar

Masih banyak perusahaan properti dan real estat lainnya yang masuk ke dalam peringkat 50 perusahaan dengan kapitalisasi pasar terbesar, namun tidak secara konsisten bertahan selama tiga tahun berturut-turut. Grafik data tersebut menunjukkan bahwa perusahaan Pakuwon Jati Tbk. (PWON) dan Bumi Serpong Damai Tbk (BSDE) memiliki nilai yang baik serta mampu bersaing dengan sektor lain dan mampu meningkatkan nilai kekayaan pribadi pemegang sahamnya. Salvatore (2005) dalam Damayanti & Munira (2019) mengatakan bahwa tujuan (*goals*) dari setiap perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan, yang dapat diwujudkan oleh manajemen.

Jensen & Meckling (1976) pertama kali mengemukakan teori agensi yang menjelaskan hubungan antara *principals* (pemegang saham) dengan *agent* (manajemen perusahaan). Dinyatakan bahwa jika manajemen dan pemegang saham memiliki tujuan yang sama, perusahaan akan terhindar dari konflik keagenan yang timbul akibat dari tindakan manajemen yang merugikan pemegang saham dengan maksud dan tujuannya tersendiri. Perusahaan dengan

manajemen yang efektif dan efisien dapat membuat perusahaan terhindar dari konflik keagenan sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena menjadi indikator bagaimana pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Selisih antara nilai pasar dengan ekuitas yang ditanamkan merupakan keuntungan dan dapat menambah nilai perusahaan yang bersumber dari eksternal (modal). Nilai tersebut dapat diukur melalui metode nilai tambah pasar/ *Market Value Added* (MVA). Krismiaji (2015) dalam Zulfikar, Patabang, & Putra (2018) menyatakan bahwa MVA merupakan perbedaan antara total nilai pasar dengan total modal yang diinvestasikan. Komponen total modal yang diinvestasikan sama dengan nilai buku dari total ekuitas pada laporan keuangan.

Melalui perhitungan nilai tambah pasar, investor dapat mengetahui prospek investasi saat ini dan keuntungan yang akan diterima di masa yang akan datang. Manajemen dapat memaksimalkan kesejahteraan investor dengan berupaya untuk meningkatkan perbedaan antara nilai pasar ekuitas dengan ekuitas yang diinvestasikan oleh para investor, yaitu melalui penjualan saham di pasar bursa dengan harga premi. Nilai perusahaan pun akan semakin meningkat jika manajemen berhasil meningkatkan nilai tambah pasar.

Sejalan dengan bertambahnya nilai perusahaan, tentu didukung oleh kinerja keuangan yang sehat. Kinerja keuangan yang sehat menunjukkan bahwa perusahaan mampu menaikkan nilai atas investasi yang ditanamkan oleh investor. Faktor-faktor seperti laba atau pendapatan yang diperoleh perusahaan dan tingkat kewajiban atau hutang yang sehat melalui arus kas yang

positif dapat menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang sehat (Kwee, 2017). Selanjutnya, manajemen dapat melakukan aksi tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai pembuktian atas kinerja perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*). Faktor keuangan dan non-keuangan tersebut dapat memengaruhi pertumbuhan nilai suatu perusahaan.

Konsep tersebut didukung riset yang disajikan oleh jurnalis Bisnis.com, Hermawan (2019) dengan judul “100 *Excellent Growth-Company Ranks 2019*” dari populasi seluruh emiten yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Riset yang dilakukan pada periode pengamatan 2016 – 2018 tersebut, bertujuan untuk mengetahui perkembangan perusahaan yang mampu tumbuh pesat di tengah tantangan berbeda setiap tahunnya serta sebagai wujud komitmen Bisnis Indonesia dalam menghadirkan informasi seputar perkembangan ekonomi yang berdampak pada seluruh sektor industri di Indonesia. Berikut merupakan lima perusahaan sektor properti dan real estat yang masuk ke dalam daftar riset tersebut beserta dengan nilai kapitalisasi pasar yang dimilikinya:

Tabel I.1

Lima Perusahaan Properti dan Real Estate yang masuk ke dalam “100 *Excellent Growth-Company Ranks 2019*”

Urutan*	Nama Perusahaan	Kapitalisasi Pasar** (dalam miliar Rp)		
		2016	2017	2018
62.	(DUTI) Duta Pertiwi Tbk.	11.840	11.100	10.083
67.	(BSDE) Bumi Serpong Damai Tbk.	34.644	33.778	22.230
86.	(JRPT) Jaya Real Properti Tbk.	10.244	12.031	7.563
91.	(SMRA) Summarecon Agung Tbk.	23.804	19.115	9.450
95.	(PLIN) Plaza Indonesia Tbk.	14.200	17.218	12.070

Sumber: Data diolah dari *Bisnis.com (2019) dan **IDX *Fact Book* (2016 – 2019)

Riset tersebut menggunakan beberapa kualifikasi. Diantaranya yaitu laporan keuangan dalam denominasi rupiah dan adanya batas minimum yang

ditetapkan untuk nilai pasar, fraksi harga, total aset, tahun saham diperdagangkan, dan publikasi laporan keuangan. Setelah lulus dari kriteria tersebut, selanjutnya dilakukan pemeringkatan dengan menggunakan variabel pertumbuhan *revenue*, *net income*, *total assets*, *earning per share* (EPS), *annual stock gain*, *market value*, dan *price to book value* untuk emiten bank dan *price to earnings ratio* untuk emiten non-bank dengan pembobotan berdasarkan urutan tahun; tahun 2018 (60%), tahun 2017 (30%), dan tahun 2016 (10%). Semua variabel tersebut diukur menggunakan metode *equally weighted*, sehingga memperoleh hasil peringkat sesuai dengan total pembobotan tersebut. Sebagaimana yang telah dijelaskan bahwa sektor properti dan real estat memiliki banyak risiko, fakta melalui riset tersebut telah jelas membuktikan bahwa perusahaan tetap mampu tumbuh dengan baik.

Agar selalu tumbuh, perusahaan tentu membutuhkan dana yang tidak hanya berasal dari dalam (internal), dana dari pihak luar (eksternal) juga sangat dibutuhkan. Dana eksternal dapat diperoleh oleh perusahaan melalui penerbitan surat kepemilikan saham atau surat hutang. Investor dapat memperkirakan pertumbuhan perusahaan dengan mengukur kemampuan saham dalam menghasilkan laba bersih dari ekuitas yang dikenal dengan rasio pengembalian ekuitas atau *Return on Equity* (ROE) (Aristio, 2019).

ROE merupakan ukuran perusahaan dalam menciptakan laba berdasarkan nilai buku para investor (Faitullah, 2016). ROE dapat mengkaji perjalanan suatu perusahaan dari waktu ke waktu mengenai bagaimana manajemen mampu menggunakan sumber daya perusahaan berupa modal secara efektif

dan efisien agar dapat menghasilkan keuntungan (Widasari & Faridoh, 2017). Rasio pengembalian ekuitas ini dapat digunakan sebagai tolak ukur atas keberhasilan perusahaan menjanjikan laba kepada investor. Nilai ROE mengakibatkan daya tarik investor terhadap perusahaan (Zamzany, Setiawan, & Azizah, 2018). ROE yang bernilai tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu memberikan penghasilan yang besar bagi pemegang saham. Semakin tinggi ROE maka semakin baik kinerja perusahaan.

ROE memiliki hubungan dengan penciptaan nilai. Semakin tinggi tingkat pengembalian atas modal, maka semakin baik nilai perusahaan. Hal ini dapat menyebabkan nilai tambah pasar (MVA) perusahaan semakin meningkat. konsep tersebut dapat dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Alipour & Pejman (2015), Wijaya (2016), dan Rahmawati & Yunita (2018) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara ROE dengan MVA secara signifikan. Kadar & Rikumahu (2017) juga melakukan penelitian dengan hasil ROE berpengaruh negatif signifikan terhadap MVA. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Aisyana & Sun (2012), Sitorus & Pangestuti (2016), dan Mizan (2018) menunjukkan bahwa ROE memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap MVA, yang membuktikan bahwa peningkatan ROE perusahaan hanya akan sedikit meningkatkan MVA perusahaan dan tidak terlalu bermakna. Hasil hubungan antara ROE dengan MVA dengan hasil beragam tersebut perlu dikaji secara berkala agar relevan.

Selain melalui modal, perusahaan juga menggunakan hutang untuk mendongkrak kinerja keuangannya. Akan terasa sulit melakukan ekspansi

bisnis jika perusahaan properti dan real estat hanya mengandalkan komponen modal yang cenderung terbatas jumlahnya. Oleh karena itu, hutang diperlukan untuk mengembangkan bisnis. Namun, jika jumlah hutang sudah melebihi jumlah ekuitas yang dimiliki, risiko likuiditas perusahaan juga tinggi. Tingkat hutang terhadap ekuitas suatu perusahaan dapat diukur salah satunya menggunakan rasio hutang modal atau *Debt to Equity Ratio* (DER).

Dalam Wicaksono (2015) dan Utami & Darmawan (2019) dijelaskan bahwa DER merupakan tingkat penggunaan hutang sebagai alat pembiayaan bagi perusahaan. DER menggambarkan besarnya modal sendiri sebagai jaminan atas hutang, dengan menggunakan perbandingan antara total hutang dengan total ekuitas perusahaan (Kusuma et al., 2018). Internal perusahaan biasanya menggunakan rasio DER untuk melakukan pengawasan dan peninjauan mengenai kualitas kesehatan perusahaan.

Manajemen yang memiliki kinerja efektif dan efisien mampu memperkecil tingkat rasio hutang modal perusahaan, sehingga akan memberikan nilai bagi perusahaan. Herawati (2013) menyatakan bahwa penggunaan hutang secara sensitif dapat memberikan pengaruh terhadap perubahan nilai perusahaan. Menurut Weston dan Copeland (1996) dalam Herawati (2013), penggunaan hutang yang tinggi dapat memicu kepailitan dan biaya keagenan sehingga mampu menurunkan nilai perusahaan. Jumlah hutang yang besar memiliki efek negatif bagi tingkat laba perusahaan yang cenderung rendah sehingga investor hanya menerima sedikit laba atau tanpa penghasilan (dividen) sama sekali

(Adenugba, Ige, & Kesinro, 2016). Hal ini dikarenakan besarnya beban hutang dapat mengurangi jumlah laba bersih yang akan diterima perusahaan.

Sebaliknya, tingkat hutang yang rendah menunjukkan perusahaan minim risiko, sehingga mampu memikat investor. Jumlah hutang yang sedikit juga tidak akan membebani laba perusahaan. Perusahaan yang memperoleh laba membuat investor juga turut merasakan keuntungan melalui laba per lembar saham yang diterima sehingga kesejahteraannya meningkat. Hal ini dapat meningkatkan nilai dan reputasi perusahaan di pasar.

Penjelasan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hasibuan, AR, & NP (2016) dan Septariani (2017) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang negatif signifikan antara DER dengan nilai perusahaan. Hal tersebut berarti saat nilai DER mengalami kenaikan, maka nilai perusahaan akan menurun dan investor tidak berani mengambil risiko besar yang dapat membuatnya rugi. Sunarko & Martini (2011) juga melakukan penelitian dengan hasil yang menunjukkan bahwa rasio hutang atau *debt ratio* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap MVA. Marlina (2013), Irayanti & Tumbel (2014) dan E. L. Sari & Wijayanto (2015) menunjukkan bahwa DER memiliki pengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawati (2013) yang menyatakan hubungan DER terhadap nilai perusahaan memiliki arah positif namun tidak signifikan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Aisyana & Sun (2012), Juniarti (2016), Utami & Darmawan (2019), dan Damayanti & Munira (2019) juga menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan antara DER

dengan MVA. Berdasarkan inkonsistensi hasil penelitian tersebut, hubungan antara DER dengan MVA perlu untuk dikaji kembali agar relevan.

Selain melalui faktor keuangan, manajemen perusahaan juga bertanggung jawab terhadap faktor non-keuangan yang berkaitan dengan lahan, masyarakat, sumber daya, konsumen, dan lainnya. Perusahaan properti dan real estat harus mencegah timbulnya risiko, terutama yang berkaitan dengan persoalan-persoalan tersebut. Haryandaru (2017) dalam rei.or.id memberi salah satu contoh kegiatan CSR yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan memperhatikan kondisi ketersediaan air di lingkungan sekitar untuk mencegah risiko kekurangan air. Risiko tersebut dapat diwujudkan melalui penanaman pohon, menggunakan *paving block* bukan beton agar air tetap dapat terserap ke permukaan tanah, membuat biopori, menganjurkan penghuni apartemen memilah sampah, dan sebagainya. Perencanaan yang kurang tepat dapat menimbulkan risiko. Salah satunya seperti aksi unjuk rasa di sekitar Mall AEON Jakarta *Garden City* (JGC) milik Modernland Realty Tbk. (MDLN) pada tanggal 25 Februari 2020 dengan tuduhan bangunan penyebab banjir (Mjo & Osc, 2020 dalam CNN Indonesia).

Haryandaru (2017) dalam rei.or.id menyatakan bahwa dengan menepati janji dan memberi respon terhadap adanya *complaint* yang diajukan para *stakeholders*, perusahaan properti dan real estat dapat menumbuhkan reputasi, meningkatkan jumlah konsumen, serta mencegah risiko penurunan penjualan. Achmad Daniri selaku Komite Nasional Kebijakan *Governance* dalam tribunnews.com mengungkapkan bahwa manajemen harus membuang

paradigma lama mengenai kegiatan CSR sebagai sekadar donasi yang tentunya hanya akan memperbesar biaya saja. Sebaliknya, memunculkan paradigma baru bahwa kegiatan CSR menjadi bagian dari strategi bisnis, sehingga menjadi investasi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Bukan lagi menjadi beban melainkan kebutuhan (Sulistiyono, 2017).

Opini tersebut sejalan dengan alasan Ciputra Development Tbk. dalam mengadakan kegiatan CSR. Dalam Laporan Tahunan Ciputra Development Tbk. 2017 dinyatakan disamping sebagai bentuk kontribusi kepada masyarakat, kegiatan CSR dilakukan sebagai investasi bagi perusahaan untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan. Dalam laporan tahunan 2018, Ciputra Development Tbk. juga menuliskan bahwa program pembangunan keberlanjutan tidak menjadi beban bagi perusahaan, melainkan sebagai kesempatan untuk memberikan nilai tambah dalam menyediakan kehidupan yang lebih baik bagi masyarakat dan memberikan kemakmuran bagi pemangku kepentingan. Hal tersebut dinyatakan sejalan dengan visi perusahaan.

CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pelaporan kegiatan ekonomi perusahaan apakah menimbulkan dampak sosial dan lingkungan terhadap masyarakat sekitar (Sembiring, 2006). Ruang lingkup CSR meliputi lingkungan hidup, hak asasi manusia, tenaga kerja, konsumen, praktik bisnis yang adil terhadap kepatuhan hukum dan anti-korupsi, serta pengembangan komunitas. Selain mencari keuntungan, perusahaan harus sanggup menunjukkan bahwa proses bisnis yang dijalankannya tidak menyalahi kaidah dan aturan yang ditetapkan terhadap semua aspek kehidupan.

Novian & Novita (2013) menyatakan bahwa kegiatan CSR dapat memberi manfaat bagi perusahaan, seperti mampu menciptakan *brand image* di tengah pasar yang kompetitif dan pada akhirnya dapat membentuk *customer loyalty* sehingga membangun atau mempertahankan reputasi bisnis perusahaan. CSR dapat sekaligus menjadi ajang iklan bagi perusahaan untuk memikat hati publik, terutama jika perusahaan berhasil memunculkan efek bahwa perusahaan memiliki kepedulian sosial. CSR menjadi poin penting yang harus diperhatikan oleh manajer yang dapat menyebabkan nilai tambah perusahaan meningkat karena merupakan bentuk dari upaya sungguh-sungguh entitas dalam meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari kegiatan operasi perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan.

Hal ini dibuktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Novian & Novita (2013) dan Prasetya (2018) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap MVA, dimana saat nilai CSR meningkat, maka MVA akan mengalami kenaikan. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan bukan hanya menjalin hubungan baik dengan pemegang sahamnya, melainkan juga kepada seluruh pemangku kepentingan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Carini, Comincioli, Poddi, & Vergalli (2017) dan Abdurachman & Gustyana (2019) dimana CSR dinyatakan tidak memengaruhi MVA.

Melihat dari fenomena latar belakang di atas serta hasil penelitian yang berbeda, peneliti tertarik untuk melakukan riset mengenai nilai tambah pasar perusahaan sektor properti dan real estat serta hubungannya dengan faktor keuangan dan non-keuangan, yaitu melalui variabel ROE, DER, dan tanggung

jawab sosial perusahaan (CSR). Penelitian ini dilakukan selama periode pengamatan 2016 – 2018 menggunakan data dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Dengan demikian, peneliti memutuskan untuk memberi judul riset: **“Pengaruh ROE, DER, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Tambah Pasar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, dapat disimpulkan beberapa perumusan yang menjadi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh ROE terhadap Nilai Tambah Pasar pada Perusahaan Properti dan Real Estat periode 2016 – 2018?
2. Bagaimana pengaruh DER terhadap Nilai Tambah Pasar pada Perusahaan Properti dan Real Estat periode 2016 – 2018?
3. Bagaimana pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Tambah Pasar pada Perusahaan Properti dan Real Estat periode 2016 – 2018?

C. Tujuan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, tentu ada tujuan yang ingin dicapai. Tujuan penelitian ini dilaksanakan adalah untuk:

1. Menguji dan memberikan bukti empiris pengaruh ROE terhadap Nilai Tambah Pasar pada Perusahaan Properti dan Real Estat periode 2016 – 2018.

2. Menguji dan memberikan bukti empiris pengaruh DER terhadap Nilai Tambah Pasar pada Perusahaan Properti dan Real Estat periode 2016 – 2018.
3. Menguji dan memberikan bukti empiris pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Nilai Tambah Pasar pada Perusahaan Properti dan Real Estat periode 2016 – 2018.

D. Kebaruan Penelitian

Penelitian ini melakukan pengamatan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal baru dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini melakukan pengamatan pada perusahaan yang bergerak di subsektor properti dan real estat. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai nilai tambah pasar (MVA), mayoritas menggunakan sektor manufaktur sebagai objek penelitian.

Penelitian ini juga melakukan pengamatan terkini selama periode tiga tahun terakhir, yaitu tahun 2016 – 2018. Selain itu, penelitian ini menggabungkan antara faktor keuangan (ROE dan DER) dengan faktor non-keuangan (tanggung jawab sosial perusahaan atau CSR) untuk membuktikan pengaruhnya terhadap penciptaan nilai tambah perusahaan. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang mengkaji mengenai nilai tambah pasar perusahaan ini dimana hanya menggunakan faktor keuangan saja atau faktor non-keuangan saja secara terpisah.