

PENGARUH LIQUIDITY, LEVERAGE, PROFITABILITY DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP FIRM VALUE

Chuandry Andika* dan Merry Susanti

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: chuandry.125180471@stu.untar.ac.id

Abstract:

The main purpose of this research is to analyze the effect of liquidity, leverage, profitability, and corporate social responsibility towards firm value on listed manufacturing companies in Indonesia Stock Exchange (IDX). This research used 204 data samples consisted of 74 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2018-2020 period. This research used Eviews 12 in processing research data. The result obtained from this research indicates that liquidity has negative and no significant effect on firm value. Leverage has negative and significant effect on firm value. Profitability has positive and no significant effect on firm value. Corporate social responsibility has negative and no significant effect on firm value.

Keywords: *Liquidity, Leverage, Profitability, Corporate Social Responsibility, Firm Value*

Abstrak:

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari *liquidity, leverage, profitability* dan *corporate social responsibility* terhadap *firm value* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini menggunakan 204 sampel data yang terdiri dari 68 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020. Penelitian ini menggunakan Eviews 12 dalam melakukan pengolahan data penelitian. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa *liquidity* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*. *Profitability* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*.

Kata kunci: *Liquidity, Leverage, Profitability, Corporate social responsibility, Firm Value*

Pendahuluan

Pada dasarnya, tujuan dari setiap perusahaan ialah sama, yaitu untuk memperoleh pendapatan semaksimal mungkin. Akan tetapi, tujuan perusahaan berubah sejalanannya perkembangan waktu, perusahaan tidak lagi hanya mementingkan menghasilkan pendapatan sebanyak-banyaknya, melainkan meningkatkan nilai perusahaan (Loekito & Setiawati, 2021). Perusahaan sebagai suatu entitas ekonomi memiliki tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan yaitu untuk memperoleh laba

yang maksimal dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki. Sedangkan, tujuan jangka panjang perusahaan adalah untuk *go-public* guna memperoleh peningkatan nilai perusahaan yang tercermin dari harga pasar saham (Dewi & Ekadjaja, 2020). Persaingan menjadi semakin ketat seiring berkembangnya waktu sehingga setiap perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan bersaing dengan tujuan untuk menghasilkan *value* bagi perusahaan guna menarik para investor dan mengembangkan usaha (Putri & Mardenia, 2019).

Eksistensi pasar modal di Indonesia merupakan hal penting bagi perusahaan dengan tujuan untuk menarik para investor dalam berinvestasi dengan cara menerbitkan saham di bursa efek. Suwardika dan Mustanda (2017) mengatakan bahwa *firm value* dapat digambarkan melalui harga saham suatu perusahaan sebab terdapat hubungan positif antara nilai suatu perusahaan dengan harga saham, di mana semakin tinggi harga saham artinya semakin tinggi *firm value*. Wijaya dan Wirawati (2019) mengatakan bahwa investor dalam menginvestasikan modal di pasar modal berharap dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang, tidak hanya jangka pendek. Dengan demikian, tingginya *value* suatu perusahaan akan meyakinkan investor akan kelancaran dan harapan di masa mendatang.

Tingginya nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan tersebut serta akan berdampak pada peningkatan kekayaan dan kepercayaan para investor agar dapat meningkatkan tingkat penanaman modal pada perusahaan. Para investor akan memutuskan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan dengan menilai baik buruknya *value* perusahaan tersebut (Farizki, Suhendro & Masitoh, 2021). Salah satu instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur nilai suatu perusahaan yaitu laporan keuangan. Rasio-rasio keuangan dalam laporan keuangan mencerminkan baik buruknya suatu perusahaan.

Kajian Teori

Signaling Theory. *Signaling theory* menurut Spence (1973) merupakan teori yang mengutarakan bagaimana sebuah informasi yang akurat dan relevan dapat digunakan untuk mengambil keputusan oleh pihak ketiga. Ada dua tipe sinyal yang disampaikan yakni sinyal positif yang berupa kabar baik, dan sinyal negatif yang berupa kabar buruk.

Agency Theory. Ross (1973) menjelaskan *agency theory* sebagai hubungan keagenan antara dua pihak yaitu pemilik usaha sebagai *principal* dan manajemen perusahaan sebagai *agent* yang berhubungan dengan kontribusi yang diberikan guna mencapai tujuan perusahaan. *Agent* yang merupakan pihak manajemen bertanggung jawab atas penyampaian informasi kepada prinsipal dan pihak ketiga melalui laporan keuangan perusahaan.

Firm Value. Menurut Dirganpratiwi dan Yuniati (2021), *firm value* mencerminkan penilaian masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham di pasar modal.

Liquidity. Menurut Dewi dan Ekadjaja (2020), likuiditas adalah kemampuan perusahaan membayar utang jangka pendek menggunakan aset jangka pendek milik perusahaan.

Leverage. Menurut Puspitasari dan Srimindarti (2022) *leverage* merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak utang yang dibutuhkan untuk mendanai perusahaan.

Profitability. Menurut Wijaya dan Wirawati (2019), profitabilitas mengukur apakah perusahaan mampu menghasilkan keuntungan selama periode tertentu serta menggambarkan keefektifan manajemen dalam menjalankan kegiatan operasinya.

Corporate Social Responsibility. Loekito dan Setiawati (2021) mendefinisikan CSR sebagai komitmen dalam dunia bisnis untuk bersikap etis dan berkontribusi bagi perkembangan ekonomi guna menaikkan kualitas kehidupan masyarakat luas secara umum.

Kaitan Antar Variabel

Liquidity terhadap Firm Value. *Liquidity* adalah kemampuan perusahaan menggunakan aset lancar untuk melunasi utang lancarnya. Perusahaan dengan tingkat *liquidity* yang tinggi artinya perusahaan memiliki sumber pendanaan internal yang cukup untuk memenuhi utangnya sehingga dinilai oleh investor memiliki kinerja yang baik serta meningkatkan nilai perusahaan sehingga akan menarik minat investor untuk berinvestasi (Yanti & Darmayanti, 2019). Namun, likuiditas yang tinggi juga mengindikasikan perusahaan kurang mampu dalam memperoleh keuntungan. Hal ini diakibatkan oleh banyaknya dana yang digunakan secara tidak efektif sehingga dapat berdampak pada nilai perusahaan (Dewi & Ekdajaja, 2020).

Leverage terhadap Firm Value. Rasio *leverage* mengukur kemampuan perusahaan melunasi kewajibannya dalam waktu yang lama. Tingginya tingkat *leverage* memiliki arti bahwa perusahaan tersebut memiliki beban dan risiko yang besar sehingga pengelolaan tingkat hutang merupakan hal yang penting sebab apabila tingkat hutang yang digunakan tinggi maka akan terjadi penurunan pada *firm value* (Rejeki & Haryono, 2021).

Profitability terhadap Firm Value. *Profitability* adalah gambaran kompetensi perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kegiatan operasinya. Meningkatnya nilai perusahaan dapat dicerminkan melalui tingginya profitabilitas suatu perusahaan yang menunjukkan keberhasilannya dalam menghasilkan laba sesuai dengan tujuan. Hal ini menunjukkan seefektif apa kinerja manajemen perusahaan dalam mengolah modal pihak ketiga di perusahaan yang juga mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan (Armika & Suryanawa, 2018).

Corporate Social Responsibility terhadap Firm Value. *Corporate social responsibility* (CSR) merupakan sebuah komitmen perusahaan secara sosial terhadap masyarakat luas guna memberi dampak positif. Pengungkapan CSR pada suatu perusahaan perlu dilakukan guna menyampaikan informasi kepada pengguna informasi yang hendak mengambil keputusan (Armika & Suryanawa, 2018). Penyampaian informasi dilakukan agar *stakeholder* mendapatkan informasi mengenai aktivitas dan kegiatan yang dilakukan perusahaan sehingga akan mempengaruhi *firm value* melalui strategi bisnis yaitu citra dan reputasi yang dipegang perusahaan (Loekito & Setiawati, 2021).

Pengembangan Hipotesis

Likuiditas mengukur kemampuan perusahaan menggunakan aset lancar untuk melunasi utang lancarnya. Tingkat *liquidity* yang tinggi mengindikasikan kurang mampunya suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan akibat dari banyaknya dana yang digunakan secara tidak efektif sehingga berdampak pada kinerja perusahaan yang dapat menurunkan nilai perusahaan. Sejalan dengan teori sinyal, penggunaan dana yang kurang efektif dan efisien, maka ini merupakan sinyal buruk bagi para investor.

Ha1: *Liquidity* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*

Leverage mengukur kemampuan perusahaan melunasi kewajibannya dalam waktu yang lama. Semakin tinggi tingkat hutang yang digunakan maka semakin rendah nilai perusahaan karena hutang perusahaan yang digunakan lebih besar sehingga meningkatkan beban perusahaan dan menurunkan nilai perusahaan. Sesuai dengan teori keagenan, manajer perusahaan selaku agen apabila tidak memiliki kecakapan manajerial terutama dalam hal pengambilan keputusan, tingkat hutang akan menjadi tidak terpelihara sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan.

Ha2: *Leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*

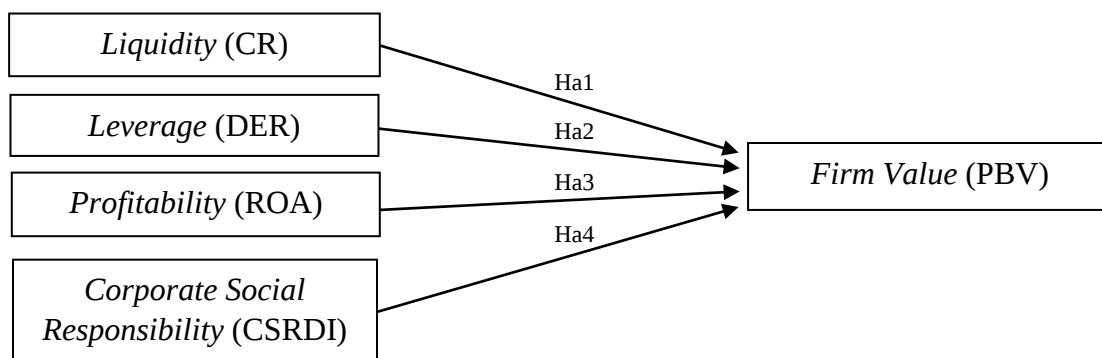
Profitability merupakan gambaran kompetensi perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kegiatan operasinya. Tingginya profitabilitas suatu perusahaan menunjukkan keberhasilannya dalam menghasilkan laba sesuai dengan tujuan. Semakin tinggi rasio profitabilitas, semakin besar nilai perusahaan karena kelangsungan hidup perusahaan semakin terjamin. Apabila dihubungkan dengan teori *signaling*, profitabilitas yang tinggi akan berpengaruh pada investor dalam menarik minat mereka untuk berinvestasi dan akan ada peningkatan harga pasar saham yang dapat mengindikasikan peningkatan pada nilai perusahaan.

Ha3: *Profitability* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*

Corporate social responsibility adalah sebuah komitmen perusahaan secara sosial terhadap masyarakat luas guna memberi dampak positif. Semakin banyak dan semakin baik *item* pengungkapan sosial, maka akan menurunkan *firm value*. Hal ini dikarenakan terdapat perbedaan pengungkapan CSR oleh masing-masing perusahaan, contohnya standar baku yang belum diterapkan dalam penyusunan laporan CSR. Berdasarkan *signaling theory*, kondisi laporan keuangan yang tidak sesuai dengan ekspektasi investor akan direspon negatif oleh investor sehingga nilai perusahaan akan menurun.

Ha4: *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *firm value*

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Metodologi

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2020. Adapun objek yang digunakan

pada penelitian ini adalah *firm value* sebagai variabel dependen yang dipengaruhi oleh *liquidity*, *leverage*, *profitability*, dan *corporate social responsibility* sebagai variabel independen. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2020. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam melakukan pemilihan sampel. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020, tidak mengalami IPO, suspensi dan *delisting* selama periode 2018-2020, menyajikan laporan keuangan per tanggal 31 Desember, memperoleh laba berturut-turut selama tahun 2018-2020, mengungkapkan laporan CSR selama tahun 2018-2020 berturut-turut, menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang Rupiah. Setelah dilakukan seleksi sampel berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan, diperoleh sampel sebanyak 204 data yang terdiri dari 68 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020.

Berikut ini adalah tabel ringkasan mengenai variabel operasional sebagai berikut:

Tabel 1. Variabel Operasional

Variabel	Proksi	Skala	Sumber
<i>Firm Value</i>	$PBV = \frac{\text{Market Value per Share}}{\text{Book Value per Share}}$	Rasio	Mareta dan Yanti (2019)
<i>Liquidity</i>	$CR = \frac{\text{Total Current Assets}}{\text{Total Current Debt}}$	Rasio	Mareta dan Yanti (2019)
<i>Leverage</i>	$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$	Rasio	Mareta dan Yanti (2019)
<i>Profitability</i>	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}}$	Rasio	Mareta dan Yanti (2019)
<i>Corporate Social Responsibility</i>	$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$	Rasio	Armika dan Suryanawa (2018)

Dalam penelitian ini menggunakan program *Eviews 12* untuk melakukan uji statistik deskriptif, uji *Likelihood-Ratio* (uji chow), uji *hausman*, uji asumsi klasik, uji analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji signifikansi simultan (Uji F), dan uji t.

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Uji *Likelihood-Ratio* (Uji Chow). Uji chow dilakukan untuk memilih dua model regresi antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM).

Tabel 2. Uji *Likelihood-Ratio* (Uji Chow)

Effects Test	Prob
Cross-section Chi-square	0.0000

Berdasarkan tabel 2 di atas, diketahui bahwa nilai probabilitas pada *Cross-section Chi-square* memiliki nilai 0.0000. Hasil yang diperoleh di bawah 0.05 yang menunjukkan jika H_0 ditolak sehingga model regresi yang terpilih pada penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Hausman. Uji hausman dilakukan agar dapat menentukan model asumsi regresi yang lebih cocok antara *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM).

Tabel 3. Uji Hausman

Test Summary	Prob.
Cross-section random	0.0000

Berdasarkan tabel 3 di atas, terlihat bahwa nilai probabilitas pada *Cross -section random* memiliki nilai 0.0000, nilai yang diperoleh di bawah 0.05 yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak. Apabila H_0 ditolak, maka model asumsi regresi yang terpilih adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

Uji Asumsi Klasik. Terdapat dua uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini. Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antar variabel independen dalam suatu penelitian. Uji heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain pada model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

	CR	DER	ROA	CSRDI
CR	1.000000	-0.141761	-0.075162	0.000550
DER	-0.141761	1.000000	-0.015438	0.026630
ROA	-0.075162	-0.015438	1.000000	0.025759
CSRDI	0.000550	0.026630	0.025759	1.000000

Berdasarkan hasil dari tabel 4 di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas, karena dalam penelitian ini tidak ada korelasi antar variabel yang nilainya di atas 0.85 atau 85%.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Obs*R-squared	6.536744	Prob. Chi-square(4)	0.1625
---------------	----------	---------------------	--------

Berdasarkan hasil dari tabel 5 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *prob. Chi-Square* pada *obs*R-Squared* sebesar 0.1625. Nilai signifikansi model tersebut lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dan dinyatakan lolos uji.

Analisis Regresi Berganda. Uji analisis regresi berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh yang akan ditimbulkan oleh suatu variabel indenpenden terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
----------	-------------	------------	-------------	-------

C	13.48818	5.791062	2.329137	0.0214
CR	-0.001785	0.041143	-0.043377	0.9655
DER	-7.903098	3.954734	-1.998389	0.0477
ROA	18.51902	15.31006	1.209599	0.2286
CSRDI	-26.67843	29.75945	-0.896469	0.3716

$$PBV = 13.48818 - 0.001785 CR - 7.903098 DER + 18.51902 ROA - 26.67843 CSRDI +$$

e

Berdasarkan tabel 6 di atas, nilai koefisien konstanta adalah sebesar 13.48818. Variabel *current ratio* (CR) memiliki nilai koefisien sebesar -0.001785. Koefisien dari variabel *debt to equity ratio* (DER) menunjukkan nilai sebesar -7.903098. Variabel *return on assets* (ROA) memiliki nilai koefisien sebesar 18.51902. Koefisien dari variabel *corporate social responsibility disclosure index* (CSRDI) memiliki nilai sebesar -26.67843.

Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R²). Uji koefisien determinasi dilakukan untuk menguji seberapa besar kemampuan suatu variabel independen secara simultan menjelaskan variabel dependen pada penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Adjusted R-squared</i>	0.671766
---------------------------	----------

Berdasarkan tabel 7 di atas, dapat dilihat bahwa nilai pada *Adjusted R-squared* adalah sebesar 0.671766. Nilai pada koefisien determinasi di atas berada diantara nilai nol dan satu, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *liquidity*, *leverage*, *profitability*, dan *corporate social responsibility* dapat menjelaskan variabel dependen *firm value* sebesar 67.18%, dan sisanya sebesar 32.82% dapat dijelaskan dengan menggunakan variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F). Uji signifikansi simultan dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen dalam penelitian ini terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Simultan

Prob(F-statistic)	0.000000
-------------------	----------

Berdasarkan tabel 8 di atas, nilai yang terdapat pada probabilitas *F-statistic* menunjukkan hasil sebesar 0.0000, dimana nilai tersebut lebih kecil dibanding 0.05, maka model tersebut layak untuk diteliti. Hasil tersebut memberikan arti bahwa variabel *liquidity*, *leverage*, *profitability* dan *corporate social responsibility* yang terdapat dalam penelitian ini secara simultan memberikan pengaruh terhadap variabel *firm value*.

Uji t (t-test). Uji t dilakukan untuk melihat pengaruh dari masing masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Hasil Uji t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	13.48818	5.791062	2.329137	0.0214
CR	-0.001785	0.041143	-0.043377	0.9655
DER	-7.903098	3.954734	-1.998389	0.0477
ROA	18.51902	15.31006	1.209599	0.2286
CSRDI	-26.67843	29.75945	-0.896469	0.3716

Berdasarkan tabel 9 di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien dari *liquidity* adalah sebesar -0.001785 dan nilai probabilitasnya sebesar 0.9655, maka dapat disimpulkan bahwa *liquidity* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Nilai koefisien dari *leverage* adalah sebesar -7.903098 dan nilai probabilitasnya sebesar 0.0477, maka dapat disimpulkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Nilai koefisien dari *profitability* adalah sebesar 18.51902 dan nilai probabilitasnya sebesar 0.2286, maka dapat disimpulkan bahwa *profitability* memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap *firm value*. Nilai koefisien dari *corporate social responsibility* adalah sebesar -26.67843 dan nilai probabilitasnya sebesar 0.3716, maka dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *liquidity* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0.001785 dan nilai probabilitas sebesar 0.9655, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *liquidity* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Suidani dan Darmayanti (2016), Herawan dan Dewi (2021), serta Dirganpratiwi dan Yuniati (2021), namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mareta dan Yanti (2019), Yanti dan Darmayanti, serta Farizki dkk. (2021).

Variabel *leverage* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -7.903098 dan nilai probabilitas sebesar 0.0477, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rejeki dan Haryono (2021), namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mareta dan Yanti (2019), Herawan dan Dewi (2021), serta Farizki dkk. (2021).

Variabel *profitability* memiliki nilai koefisien regresi sebesar 18.51902 dan nilai probabilitas sebesar 0.2286, sehingga dapat disimpulkan bahwa *profitability* memiliki pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mareta dan Yanti (2019), serta Putri dan Mardenia (2019), namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Loekito dan Setiawati (2021), Wijaya dan Wirawati (2019), serta Farizki dkk. (2021).

Variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai koefisien regresi sebesar -26.67843 dan nilai probabilitas sebesar 0.3716, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Loekito dan Setiawati (2021), namun penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang

telah dilakukan oleh Armika dan Suryanawa (2018), Wijaya dan Wirawati (2019), serta Puspitasari dan Srimindarti (2022).

Penutup

Keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan ini yaitu subjek yang terdapat dalam penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan sektor manufaktur. Periode penelitian ini hanya terbatas dari tahun 2018 hingga 2020. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada empat variabel independen yaitu *liquidity*, *leverage*, *profitability* dan *corporate social responsibility*. Saran yang dapat diberikan untuk penelitian berikutnya, yaitu penelitian berikutnya dapat menggunakan sampel penelitian yang berbeda atau menggunakan seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sehingga dapat memperluas penelitian di berbagai sektor. Penelitian berikutnya bisa menambahkan jumlah variabel independen lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian berikutnya juga dapat menambahkan periode yang lebih panjang sehingga tidak hanya terbatas pada 3 periode saja.

Daftar Rujukan/Pustaka

- Armika, A. A. A. M., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 22(1), 80–107.
- Dewi, V. S., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2(1), 118–126.
- Dirganpratiwi, P., & Yuniati, T. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(4), 1–17.
- Farizki, F. I., Suhendro., & Masitoh, E. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 17–22.
- Herawan, F., & Dewi, S. P. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*. 3(1), 137–145.
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan*, 1–26.
- Mareta, S., & Yanti, I. D. (2019). The Influence of Liquidity, Leverage and Profitability on Company Value (Empirical Study on Basic Industry and Chemical Companies Listed on Indonesia Stock Exchange). *International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 5(7), 194–198.
- Puspitasari, A., & Srimindarti, C. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Leverage dan Woman on Board terhadap Firm Value. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1269–1280.

- Putri, K. A. T., & Mardenia, L. (2019). Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 14(2), 156-169.
- Rejeki, H. T., & Haryono, S. (2021) Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 3(1), 2714-6340.
- Ross, S. A. (1973). The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem. *The American Economic Review*, 63(2), 134–139.
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355-374
- Sudiani, N. K. A., & Darmayanti, N. P. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4545–4547.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1248–1277.
- Wijaya, I. P. I., & Wirawati, N. G. P. (2019). Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 26(2), 1436-1463.
- Yanti, I. G. A. D. N., & Darmayanti, N. P. A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman. *E-Jurnal Manajemen*, 8(4), 2297–2324.