

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Olivia Christabella Kusumah* dan Augustpaosa Nariman

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Jakarta

*Email: olivia.125190064@stu.untar.ac.id

Abstract:

The purpose of this research was to obtain empirical evidence on the influence of liquidity and profitability variables on firm value with the CSR variable as the moderation. This study used secondary data which was tested using SPSS version 29. The research data came from companies in the food and beverage sub-sector from consumer goods industry companies listed on the IDX during 2019-2021, where sample selection used purposive sampling and a total of 21 companies were obtained. . The results obtained are that liquidity has no effect on firm value, profitability has a positive influence on firm value, CSR is not able to moderate the effect of liquidity on firm value, but CSR is able to moderate the effect of profitability on firm value.

Keywords: Firm Value, Liquidity, Profitability, CSR.

Abstrak:

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan bukti empiris atas pengaruh variabel likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan variabel CSR sebagai moderasinya. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diuji menggunakan SPSS versi 29. Data penelitian ini berasal dari perusahaan sub sektor makanan dan minuman dari perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama tahun 2019-2021, dimana pemilihan sampel menggunakan purposive sampling dan didapat sebanyak 21 perusahaan. Hasil yang diperoleh adalah likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, CSR tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan, namun CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas, CSR

Pendahuluan

Di tengah kesulitan perekonomian yang dihadapi Indonesia dan dunia sejak pandemi Covid-19 tahun 2020, dapat dilihat bahwa perusahaan manufaktur memiliki peran penting bagi pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional. Segala macam kemampuan diupayakan untuk memaksimalkan laba perusahaan agar nilai perusahaannya dapat tetap bertahan dan terkendali di situasi yang buruk. Dengan meningkatnya nilai perusahaan yang tinggi merupakan pencapaian dalam tujuan jangka panjang perusahaan dimana akan tercermin dari harga pasar saham. Perusahaan bisa tumbuh dan berkembang salah satunya karena ada investor. Namun yang perlu

diketahui, ada beberapa hal yang dilihat investor sebelum memutuskan berinvestasi pada suatu perusahaan, investor mengamati penilaian terhadap perusahaan melalui pergerakan harga saham sebuah perusahaan *go public* yang terdapat Bursa Efek Indonesia. Menurut Wirianata dan Wijoyo (2020), nilai perusahaan merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengetahui keuntungan bagi pemilik modal yang dapat tercermin dari tingginya nilai pasar saham. Nilai perusahaan di nilai tinggi apabila harga sahamnya juga tinggi. Semakin tinggi nilai dari suatu perusahaan berarti perusahaan berhasil mencapai laba/profit maksimal akan membuat pasar percaya pada prospek perusahaan di masa depan. Hal tersebut dapat menarik minat lebih banyak lagi investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Likuiditas dapat menjadi salah satu faktor utama dalam menilai suatu perusahaan, karena apabila suatu perusahaan kesulitan dalam memenuhi kewajibannya dan dana perusahaan tidak likuid maka akan memberi persepsi bagi pasar bahwa perusahaan tidak memiliki prospek yang berkualitas dan kemungkinan terburuk perusahaan terancam kebangkrutan di masa mendatang (Lumoly et al., 2018). Profitabilitas merupakan indikator yang menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memperoleh laba dimana kondisi perusahaan tersebut akan dinilai baik dan menarik keinginan investor agar menanamkan modalnya (Wijaya et al., 2021). Saat ini, untuk mengambil keputusan ekonomi tidak hanya melihat nilai perusahaan dari pengukuran kinerja keuangan saja, namun terdapat indikator lain dimana ini menjadi acuan investor sebagai pertimbangan yakni informasi dalam bentuk kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan serta dilaporkan ke dalam *annual report* perusahaan. Selain memaksimalkan kinerja laba/profit, perusahaan juga turut serta memperhatikan lingkungan masyarakat yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Responsibility* (Mufidah dan Purnamasari, 2018).

Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman memproduksi produk kebutuhan primer yang dikonsumsi oleh masyarakat sebagai makanan dan minuman sehari-hari. Sehingga dengan begitu perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman akan lebih mudah terpengaruh dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap setiap peristiwa yang berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi baik internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu, perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman juga sangat terkait dengan masyarakat dan lingkungan.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi berbagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui variabel-variabel yang diuji dalam penelitian ini. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi emiten untuk evaluasi dan meningkatkan kinerja manajemen perusahaan dan untuk membantu perusahaan dalam memaksimalkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, meningkatkan nilai perusahaan, dan kesejahteraan dari pemegang saham perusahaan.

Kajian Teori

Agency Theory. Wijaya, et al. (2021) menjelaskan *agency theory* memiliki keterkaitan pemilik suatu perusahaan yaitu pemegang saham dan pihak tata laksana kegiatan perusahaan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Konflik pada teori keagenan dapat disebabkan oleh asimetri informasi antara pihak manajemen perusahaan dan para pemegang saham. Terkadang pihak manajemen perusahaan tidak memberikan kontribusi terbaik untuk kepentingan pemegang saham. Pemilik perusahaan atau pemilik modal berusaha untuk membatasi dana yang ada dengan mengambil risiko yang kecil dan memperoleh keuntungan sebesar mungkin, hal berbeda yang dilakukan oleh

manajer yang mengambil keputusan pengelolaan dana secara maksimal untuk meningkatkan laba dan cenderung memprioritaskan kepentingannya sendiri.

Signaling Theory. Chumaidah dan Priyadi (2018) menggambarkan *signaling theory* sebagai informasi baik yang dimiliki pihak internal perusahaan yang tentu akan mendorong untuk mengungkapkan informasi tersebut kepada calon investor. Hal ini dengan tujuan untuk menarik keinginan investor agar menanamkan modalnya di perusahaan itu, sehingga nilai perusahaan diprediksi akan meningkat. Sinyal tersebut dapat menjadi media informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut dinilai lebih baik daripada perusahaan lain. Jika sinyal tersebut memiliki nilai positif, maka dari itu diharapkan *market* akan memberi reaksi positif saat informasi tersebut diterima oleh pasar.

Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengetahui keuntungan bagi pemilik modal yang dapat tercermin dari tingginya nilai pasar saham. Hal tersebut merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan dapat dikatakan berupa persepsi dari investor yang seringkali dikaitkan dengan harga saham, karena harga saham dapat menjadi indikator bagi pasar untuk menilai value dan prospek di masa mendatang dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan di nilai tinggi apabila harga sahamnya juga tinggi. Semakin tinggi nilai dari suatu perusahaan akan membuat pasar lebih percaya pada prospek masa depan (Wirianata dan Wijoyo, 2020).

Likuiditas. Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan (utang) jangka pendek yang perlu untuk dipenuhi pada saat ditagih. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nuswandari et al. (2018), menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini bertentangan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Lumoly et al. (2018) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas. Profitabilitas merupakan indikator yang menunjukkan tingkat efisiensi perusahaan dalam memperoleh laba dimana kondisi perusahaan tersebut akan dinilai baik dan dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya. Untuk dapat melangsungkan kegiatan operasionalnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan/profitable. Penelitian yang dilakukan oleh Nur (2019), memperoleh profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian oleh Winamata dan Tundjung (2021) yang memperoleh hasil profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility. CSR merupakan etika bisnis perusahaan dalam bentuk kepedulian sosial terhadap lingkungan sekitar. Pengambilan keputusan ekonomi saat ini tidak hanya melihat nilai perusahaan hanya dari pengukuran kinerja keuangan saja, namun terdapat faktor lain yang menjadi acuan pertimbangan investor yakni informasi sosial yang dilakukan perusahaan dan dilaporkan dalam annual report perusahaan. Selain mengoptimalkan kinerja laba, perusahaan juga ikut serta dalam memperhatikan lingkungan masyarakat. Pada penelitian Jihadi et al. (2021), menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi mampu memoderasi pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan Mufidah dan Purnamasari (2018) yang memperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi justru memperlemah pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai

perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Rofiah (2020) juga mengungkapkan hasil bahwa CSR sebagai variabel moderasi justru memperlemah pengaruh antara likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Kaitan Antar Variabel

Likuiditas dengan Nilai Perusahaan. Keterkaitan antara likuiditas dengan nilai perusahaan yaitu apabila memiliki nilai likuiditas yang tinggi akan menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban lancar dari aset lancar yang dimiliki, hal ini akan meningkatkan kepercayaan pihak luar terhadap perusahaan tersebut sehingga investor tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hal tersebut selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Meivinia (2018), dimana dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa persepsi investor pada kinerja perusahaan akan meningkat apabila perusahaan memiliki banyak ketersediaan dana untuk membiayai operasi dan investasinya. Dengan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut, maka harga saham perusahaan pun ikut meningkat diikuti dengan nilai perusahaan yang dinilai baik oleh pasar.

Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan. Profitabilitas dapat menunjukan peningkatan kinerja manajemen dalam mengelola sumber dana untuk kegiatan operasional perusahaan, apakah sumber dana tersebut menghasilkan laba bersih bagi perusahaan. Keuntungan menjadi faktor penting bagi perusahaan karena untuk dapat melangsungkan kegiatan operasionalnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang profitable. Perusahaan akan lebih mudah untuk menarik modal dari luar apabila perusahaan dalam keadaan laba. Tentunya hal ini memiliki keterkaitan dengan nilai perusahaan dimana semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka akan lebih diminati sahamnya oleh investor. Investor akan lebih tertarik menyuntikan dana nya kepada perusahaan yang memiliki keuntungan besar dan prospek yang baik di masa mendatang. Handayani dan Martha (2019) yang menyatakan seberapa besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan tentu akan mempengaruhi nilai dari perusahaan tersebut. Seperti yang dijelaskan maka dapat disimpulkan saat profitabilitas perusahaan tinggi nilainya maka akan mengakibatkan nilai perusahaan ikut meningkat dikarenakan banyaknya permintaan saham di pasar modal.

Corporate Social Responsibility dengan Likuiditas. Dengan pengungkapan CSR yang banyak, perusahaan akan dinilai sebagai perusahaan yang kredibel dan peka terhadap kepentingan stakeholder. *Signaling theory* menyatakan bahwa dengan melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan diduga memiliki likuiditas yang tinggi. Rahma dan Munfaqiroh melakukan penelitian pada tahun 2021 terkait hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *corporate social responsibility*. Dalam penelian tersebut menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility dengan Profitabilitas. Kelangsungan hidup perusahaan juga dipengaruhi oleh kualitas program CSR yang dilaksanakan dan diungkapkan pada laporan tahunan, dengan begitu investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya kepada perusahaan tersebut. Dengan bertambah banyaknya kegiatan sosial yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, akan memberi persepi bagi masyarakat bahwa perusahaan tersebut memiliki citra yang baik dan berkualitas, sehingga meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli produknya.

Dengan banyaknya permintaan penjualan produk akan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Handayani dan Martha melakukan penelitian pada tahun 2019 mengenai kaitan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh *corporate social responsibility*. Pada penelitian tersebut disimpulkan bahwa corporate social responsibility memperlemah secara signifikan hubungan profitabilitas yang diprosikan dengan *return on asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan.

Pengembangan Hipotesis

Likuiditas yang tinggi memberi arti bahwa perusahaan tersebut memiliki persediaan dana yang cukup untuk keperluan membayar deviden, biaya kegiatan operasional, dan investasi. Maka, dengan begitu akan meningkatkan persepsi investor terhadap kinerja perusahaan. Apabila perusahaan dapat memberikan persepsi yang baik bagi investor, maka akan diikuti dengan meningkatnya harga saham dimana akan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri et al. (2018) memperoleh hasil bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

Ha₁: Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Tingkat profitabilitas/keuntungan yang tinggi akan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, hal ini akan diikuti dengan banyaknya permintaan saham perusahaan tersebut. Keberhasilan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari penjualan dan investasi dapat memberi gambaran bahwa manajemen perusahaan telah berjalan secara efektif, hal tersebut menarik minat investor untuk menanamkan modalnya sehingga nilai perusahaan ikut meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh Safitri et al. (2018) memperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

Ha₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Dengan melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan diduga memiliki likuiditas yang tinggi. Sinyal tersebut diwujudkan dengan melaksanakan dan melakukan pengungkapan CSR secara lebih luas. Hal itu akan memberi sinyal bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain. Dengan pengungkapan CSR yang banyak, perusahaan akan dinilai sebagai perusahaan yang kredibel dan peka terhadap kepentingan stakeholder. Tentunya investor akan lebih tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang sudah terpercaya kredibelnya. Penelitian yang dilakukan oleh Jihadi et al. (2021) memperoleh hasil bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

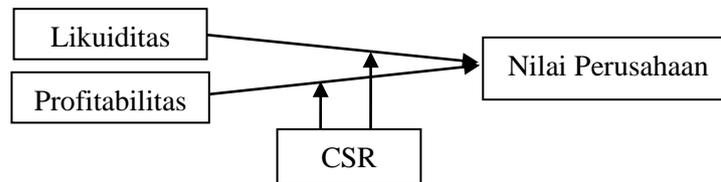
Ha₃: *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

Selain dengan kualitas produk/jasa yang dihasilkan bermutu, salah satu cara perusahaan untuk menumbuhkan kelayalitan konsumen yaitu dengan menarik simpatik masyarakat dan pemangku stakeholder. Dengan mendapatkan kelayalitan dari konsumen, perusahaan akan memperoleh keuntungan dalam jangka panjang. Dengan begitu perusahaan melaksanakan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan sosial disebut CSR. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, semakin baik citra nama perusahaan, hal ini pun dapat memberikan reaksi baik bagi pasar dan tentu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli produknya. Penelitian yang dilakukan oleh Nuswandari et al.

(2018) memperoleh hasil bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

Ha₄: *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan di bawah ini



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Metodologi

Metodologi penelitian ini adalah penelitian deskriptif-kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dalam periode 2019-2021. Metode dalam pemilihan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah perusahaan manufaktur sektor konsumen primer sub sektor makanan dan minuman dengan kriteria 1) Perusahaan manufaktur sektor konsumen primer sub sektor makanan dan minuman yang terdapat di Bursa Efek Indonesia, 2) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang sudah melaksanakan *Initial Public Offering* (IPO) di tahun 2019 – 2021, 3) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menyajikan laporan keuangan yang berakhir pada tanggal 31 Desember selama tahun 2019-2021, 4) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang menyajikan *annual report* lengkap selama tahun 2019-2021, dan 5) Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang mengungkapkan kegiatan CSR dalam *annual report* selama tahun 2019-2021. Jumlah seluruhnya sampel yang valid adalah 21 perusahaan. Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

Variabel	Rumus	Skala
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$	Rasio
Likuiditas	$CR = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$	Rasio
Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$	Rasio
Corporate Social Responsibility	$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$	Rasio

Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Uji statistik deskriptif menginterpretasikan *mean*, varian *maximum dan minimum*, serta standar deviasi. Tujuan dilakukan pengujian ini untuk memperjelas kondisi dan

karakteristik pada masing-masing variabel penelitian ini. Berikut ini disajikan hasil uji statistik deskriptif masing-masing variabel penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV (Y)	63	0.76	2.31	1.2479	0.30014
CR (X1)	63	0.92	1.91	1.2440	0.22171
ROA (X2)	63	0.32	0.81	0.5405	0.09866
CSR (M)	63	0.86	0.98	0.9317	0.03098
Valid N (listwise)	63				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Dalam penelitian ini dilakukan uji normalitas yang menggunakan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*, dan dari pengujian yang dilakukan, nilai asymptotic significance (2-tailed) sebesar 0,168 dimana lebih besar dari 0,05. Hal ini memberi arti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi secara normal. Hasil uji Multikolinieritas menunjukkan nilai-nilai korelasi antar variabel independen menunjukkan nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF $< 10,00$ sehingga dapat diketahui dan dikatakan bahwa tidak ada terjadinya kolinearitas antar variabel independennya. Uji Autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson* (DW), dan data yang diolah menghasilkan nilai *Durbin-Watson* stat adalah 1,897, di mana nilai tersebut berada ditengah nilai $du(1,693)$ dan $4-du(2,307)$ ($1,693 < 1,897 < 2,307$) sehingga dapat diartikan bahwa model regresi terbebas dari masalah autokorelasi. Untuk uji Heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman's Rho*, dan hasil olah menunjukkan nilai-nilai *unstandardized residual* di setiap variabel independent lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data tidak mengalami heteroskedastisitas. Setelah semua uji asumsi klasik memenuhi persyaratan maka peneliti perlu menganalisis data pada penelitian ini dengan beberapa uji seperti uji analisis regresi moderasi, uji koefisien determinasi, uji parsial t, dan uji simultan F.

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi tanpa Moderasi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0.461	.841		-0.548	0.586
CR_X1	-0.255	0.151	-0.186	-1.686	0.097
ROA_X2	1.105	0.213	0.575	5.188	0.001

CSR_M	1.083	0.861	0.134	1.258	0.213
-------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Moderasi dengan Moderasi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.913	4.043		2.452	0.017
CR_X1	-3.104	2.412	-2.266	-1.287	0.203
ROA_X2	3.813	2.461	-1.984	-1.549	0.022
CSR_M	-6.158	2.856	-0.762	-2.156	0.035
CR*CSR	1.321	1.087	2.168	1.214	0.230
ROA*CSR	3.671	1.786	2.680	2.056	0.044

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 29

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi tanpa moderasi yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$Y = 0,461 - 0,255CR + 1,105ROA + 1,083CSR + e$$

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi dengan moderasi yang digunakan untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

$$Y = 9,913 - 3,104CR + 3,813ROA - 6,158CSR + 1,321CR.CSR + 3,671ROA.CSR + e$$

Berdasarkan hasil pengujian regresi di atas, likuiditas yang diproksikan oleh CR sebesar 0,097 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 (0,097 > 0,05) yang berarti bahwa variabel likuiditas secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan ROA (X2) memiliki nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,001 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 (0,001 < 0,05) yang berarti bahwa variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai koefisiennya menunjukkan angka 1,105 yang berarti variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Likuiditas yang dimoderasi dengan CSR (CR*CSR) memiliki nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,230 dimana nilai ini lebih besar dari 0,05 (0,230 > 0,05) yang berarti bahwa CSR tidak mampu memoderasi variabel likuiditas terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang dimoderasi dengan CSR (ROA*CSR) memiliki nilai signifikansi profitabilitas sebesar 0,044 dimana nilai ini lebih kecil dari 0,05 (0,044 < 0,05) yang berarti bahwa variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai koefisiennya menunjukkan angka 3,813 dan nilai koefisien yang diperoleh positif sebesar 3,671 yang berarti CSR mampu memoderasi variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Untuk mengetahui korelasi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen,

maka dilakukan uji determinan (*Adjusted R-square*). Nilai *Adjusted R-Square* untuk persamaan tanpa moderasi diperoleh sebesar 0,294 dan 0,370 untuk persamaan dengan moderasi. Pada Uji F, nilai signifikansi untuk persamaan tanpa dan dengan moderasi keduanya sebesar 0,001, dimana menunjukkan nilai yang lebih rendah dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel independen likuiditas dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan dengan dimoderasi oleh CSR.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian ini, likuiditas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa dengan tinggi rendahnya likuiditas tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan ini mengartikan bahwa investor yang menanam modal di perusahaan tidak memperhatikan likuiditas perusahaan dikarenakan rasio likuiditas yang digunakan hanya menunjukkan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang lancarnya menggunakan aktiva lancar perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memberi arti kinerja perusahaan terlaksana dengan baik dan perusahaan memiliki prospek menjanjikan kedepannya. Sejalan dengan teori sinyal yang menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai informasi positif/baik maka akan menyebarkan sinyal baik dengan begitu para investor berminat untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Dengan tingginya minat investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi akan diikuti dengan meningkatnya harga saham dan nilai perusahaan. CSR tidak mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan bukan berarti pelaksanaan CSR nya harus tinggi. Dengan meningkatnya pelaksanaan CSR ini menyebabkan terjadi penurunan tingkat kinerja perusahaan untuk menjaga kestabilan regulasi working capital turnover. Agar keefektifan dari kegiatan CSR dapat terjaga perlu diimbangi dengan komunikasi yang disesuaikan dengan likuiditas. CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dengan melaksanakan kegiatan CSR dapat menaikkan tingkat penjualan perusahaan melalui berbagai macam kegiatan sosial dan lingkungan. Setelah itu akan diikuti dengan peningkatan laba/profit perusahaan yang membuat nilai perusahaan menjadi tinggi.

Penutup

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel yang relatif singkat, penelitian ini hanya menggunakan 2 variabel independen yang terdiri dari likuiditas dan profitabilitas, dan juga periode penelitian ini hanya menggunakan 3 tahun yaitu 2019-2020. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan untuk tidak hanya menggunakan sampel perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI dan disarankan untuk menambah variabel independen lain yang merupakan faktor dari nilai perusahaan, dan juga disarankan untuk menambah periode pengamatan penelitian.

Daftar Rujukan/Pustaka

Pandoyo., & Sofyan, M. (2018). Metodologi Penelitian Keuangan dan Bisnis. Edisi Pertama. Bogor: In Media.

- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical evidence from Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423-431.
- Raningsih, N. K., & Artini. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *E-Journal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(8), 1997-2026.
- Safitri, Y., Oemar, A., & Santoso, E. B. (2018). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting*.
- Rahma, A. N., & Munfaqiroh, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 14(2), 196-203.
- Winatama, D. R., & Tundjung, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, 3(2), 766-774.
- Wijaya, H., Tania, D. R., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109 – 121.
- Meivinia, L. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 380-393.
- Lumoly, S., Murni, S., & Untu, V. N. (2018). Pengaruh Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Profiyabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3), 1108–1117.
- Nur, T. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 22(1), 1-11.
- Ramadhan, J. A., & Rahayuningsih, D. A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1a-2), 153-162.
- Nuswandari, C., Sunarto., & Jannah, A. (2018). Corporate Social Responsibility Moderated the Effect of Liquidity and Profitability on the Firm Value. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 86, 87-90.
- Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). Effect of profitability, leverage, and liquidity to the firm value. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 83-94.
- Bukit, R. C. F., Muda, I., & Abubakar, E. (2021). The Effect of Profitability and Liquidity on Firm Value with Leverage as Moderating Variable. *International Journal of Research and Review*, 8(7), 344-352.
- Firdaus, I. (2020). The Effect Of DER, TATO, ROA And Share Price To PBV. *Dinasti International Journal Of Economics, Finance, & Accounting*, 1(2), 210-223.
- Chumaidah., & Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(3), 1-20.
- Wirianata, H., & Wijoyo, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi*, 25(3), 352-369.

- Mufidah, N., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah*, 6(1), 64-82.
- Handayani, F., & Martha, L. (2019). Hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan yang dimoderasi oleh Corporate Social Responsibility. *INA-Rxiv*.