

**PENGARUH *PROFITABILITAS*, *LIKUIDITAS*, DAN
LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL
MODERAT**



SKRIPSI

Disusun oleh :

Muhammad Zadittaqwa

No. Mahasiswa: 21312150

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

**PENGARUH *PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERAT**

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai tingkat
Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika di
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Muhammad Zadittaqwa

No. Mahasiswa : 21312150

Prodi Akutansi

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025**

PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Zadittaqwa

No. Mahasiswa : 21312150

Jurusan : Akuntansi

Judul Penelitian : Pengaruh *Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderat

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-I di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh peneliti lain. Apabila suatu saat nanti terbukti bahwa saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditetapkan. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 9 September 2025

Penulis,



(Muhammad Zadittaqwa)

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *PROFITABILITAS, LIKUIDITAS, DAN LEVERAGE*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERAT**

SKRIPSI

Diajukan oleh :

Nama : Muhammad Zadittaqwa

No. Mahasiswa : 21312150

Prodi Akutansi

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 17 Oktober 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'K. Putri', with a large, stylized initial 'K' on the left.

(Kinanthi Putri Ardiami, SE., Akt., M.Ak.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah rabbil'alam, puji syukur penulis panjatkan atas Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderat” skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi jenjang Strata-1 Program studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa doa, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, berkat, dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua Orang Tua Penulis Bapak Marsudi dan Ibu Margi Lestari yang sudah memberikan dukungan, bimbingan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Ambar Kumala Sari selaku kakak penulis yang sudah memberikan dukungan dan bimbingan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Kinanthi Putri Ardiami, S.E., Ak., M.Ak., selaku dosen pembimbing yang membimbing dan memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Prof. Fathul Wahid S.T., M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan Universitas Islam Indonesia.

6. Bapak Prof Johan Arifin S.E., MSi., Ph.D. CrfA, CertIPSAS selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFrA selaku ketua Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Staf Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan pengetahuan, pelajaran, dan pengalaman yang sangat berharga selama penulis berkuliah.
10. Tidak lupa penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada “Anggita Nugraheni” yang selalu memberi doa, dukungan, dan semangat dalam mengerjakan skripsi sampai selesai.
11. Sahabatku “The Boys” dan “Tamasya group” selaku teman seperjuangan semasa kuliah, yang sudah memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini memiliki banyak kekurangan, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi seluruh pihak.

Wassalamu’alaikum Wr Wb

Yogyakarta, 6 September 2025

Penulis

Muhammad Zadittaqwa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
HALAMAN PENYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>).....	12
2.1.2 <i>Profitabilitas</i> (ROA)	12
2.1.3 <i>Likuiditas</i> (CR)	13
2.1.4 <i>Leverage</i> (DER).....	14
2.1.5 Nilai Perusahaan (PBV).....	15
2.1.6 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	16
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.4 Kerangka Pemikiran	19
2.5 Hipotesis Penelitian.....	19
2.5.1 Pengaruh <i>Profitabilitas</i> terhadap Nilai Perusahaan	19
2.5.2 Pengaruh <i>Likuiditas</i> terhadap Nilai Perusahaan	20
2.5.3 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	21

2.5.4 CSR memperkuat pengaruh <i>Profitabilitas</i> , terhadap Nilai Perusahaan	22
2.5.5 CSR memperkuat pengaruh <i>Likuiditas</i> terhadap Nilai Perusahaan	23
2.5.6 CSR memperkuat pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai perusahaan	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Populasi dan Sampel	26
3.2 Sumber Data	27
3.3 Variabel Penelitian.....	27
3.3.1 Variabel Independen	27
3.3.2 Variabel Dependen	29
3.3.3 Variabel Pemoderasi	29
3.4 Mode Analisis Data	31
3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif	31
3.4.2 Metode Estimasi Model Regenerasi Data Panel.....	31
3.4.3 Pemilihan Estimasi Model Regenerasi Data Panel.....	32
3.4.4 Uji Asumsi Klasik	33
3.4.5 Uji Hipotesis	35
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Data Penelitian.....	38
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	39
4.3 Penentuan Model Estimasi Regenerasi Data Panel	43
4.3.1 Uji <i>Chow</i>	43
4.3.2 Uji <i>Hausman</i>	43
4.3.3 Uji <i>Lagrange Multiplier</i>	44
4.4 Analisis Regenerasi Data Panel	45
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	46
4.5.1 Uji Normalitas	46
4.5.2 Uji Multikolinearitas	47
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	48
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	49
4.6 Uji Hipotesis	50
4.6.1 Uji Moderated Regression Analysis (MRA).....	50
4.6.2 Uji F.....	52

4.6.3 Uji T.....	53
4.6.2 Koefisien Determinasi	55
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian.....	56
4.8.1 Pengaruh <i>Profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan	56
4.8.2 Pengaruh <i>Likuiditas</i> terhadap nilai perusahaan	57
4.8.3 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan	58
4.8.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> memperkuat pengaruh <i>Profitabilitas</i> terhadap nilai perusahaan.....	59
4.8.5 <i>Corporate Social Responsibility</i> memperkuat pengaruh <i>Likuiditas</i> terhadap nilai perusahaan.....	60
4.8.6 <i>Corporate Social Responsibility</i> memperkuat pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan.....	61
BAB V KESIMPULAN	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Keterbatasan Penelitian	64
5.3 Saran.....	64
5.4 Implikasi.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Daftar perusahaan pasca pandemi	3
Table 2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
Table 4.1 Penentuan Sample	38
Table 4.2 Hasil Statistik Deskriptif	39
Table 4.3 Hasil Uji Chow.....	43
Table 4.4 Hasil Uji Hausman	44
Table 4.5 Hasil Uji Lagrange Multiplier.....	44
Table 4.6 Regresi Data Panel Fixed Effect Model	45
Table 4.7 Hasil Uji Normalitas.....	47
Table 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	47
Table 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Table 4.10 Hasil Uji Autokorelasi	49
Table 4.11 Hasil Uji M1	51
Table 4.12 Hasil Uji M2.....	51
Table 4.13 Tabel Uji M3	52
Table 4.14 Hasil Uji F	53
Table 4.15 Hasil Uji T.....	53
Table 4.16 Hasil Koefisien Determinasi	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan.....	70
Lampiran 2. Hasil Perhitungan <i>Profitabilitas</i> (ROA)	70
Lampiran 3. Hasil Perhitungan <i>Likuiditas</i> (CR)	71
Lampiran 4. Hasil Perhitungan <i>Leverage</i> (DER).....	72
Lampiran 5. Hasil Analisis Statistik Diskriptif	73
Lampiran 6. Hasil Uji <i>Chow</i>	73
Lampiran 7. Hasil Uji <i>Hausman</i>	73
Lampiran 8. Hasil Uji Lagrange Multiplier	73
Lampiran 9. Hasil Regresi Data Panel Fixed Effect Model.....	74
Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas.....	74
Lampiran 11. Hasil Uji Multikolinearitas	74
Lampiran 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Lampiran 13. Hasil Uji Autokorelasi	75
Lampiran 14. Hasil Uji T	75
Lampiran 15. Hasil Uji F	75
Lampiran 16. Hasil <i>Koefisien Determinasi</i>	75
Lampiran 17. Hasil uji M1	76
Lampiran 18. Hasil Uji M2	76
Lampiran 19. Hasil Uji M3	76

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Sampel penelitian terdiri dari 29 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2024. Analisis menggunakan regresi data panel dengan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Profitabilitas* dan *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif. CSR mampu memoderasi pengaruh *Profitabilitas* dan *Likuiditas*, namun tidak memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Profitabilitas*, *Likuiditas*, *Leverage*, CSR, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study analyzes the effect of profitability, liquidity, and *Leverage* on firm value with *Corporate Social Responsibility* (CSR) as a moderating variable. The sample consists of 29 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 2021-2024. Data were analyzed using panel regression with the *Moderated Regression Analysis* (MRA) method. The results show that profitability and liquidity positively affect firm value, while *Leverage* has a negative effect. CSR moderates the effects of profitability and liquidity but not *Leverage*.

Keywords: *Profitability*, *Liquidity*, *Leverage*, CSR, Firm Value.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan pesat dalam dunia bisnis telah menciptakan persaingan yang sangat ketat di antara para pelaku usaha. Oleh karena itu, para pelaku usaha berusaha meningkatkan nilai perusahaan serta mengoptimalkan kepuasan para pemegang saham, terutama bagi perusahaan yang telah menjual sahamnya ke masyarakat. Pada dasarnya pendirian suatu perusahaan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, yang senantiasa berupaya memastikan kelangsungan operasional perusahaan. Oleh karena itu, tingkat kesejahteraan pemegang saham dapat diukur melalui besarnya nilai perusahaan menggambarkan pandangan investor terhadap kinerja dan keberhasilan suatu perusahaan, yang umumnya dihubungkan dengan harga saham serta tingkat *Profitabilitas*. Ketika harga saham meningkat, nilai perusahaan pun ikut naik sehingga menumbuhkan kepercayaan pasar, tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga terhadap potensi keuangan perusahaan di masa depan.(Aida,2021)

Nilai perusahaan merupakan aspek krusial yang perlu mendapat perhatian utama dari setiap perusahaan. Hal ini disebabkan karena nilai perusahaan menjadi salah satu pertimbangan bagi investor dalam menentukan pilihan untuk menanamkan modal. Ketika suatu perusahaan memiliki nilai yang tinggi, hal tersebut memberikan keyakinan kepada investor bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik untuk mencapai tujuan

utamanya yaitu menghasilkan keuntungan yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan para pemilik modal termasuk investor.(Novietta, 2022)

Harga saham merupakan salah satu indikator utama yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Harga saham mencerminkan penilaian pandangan pasar terhadap produktivitas perusahaan saat ini serta prospeknya di masa mendatang menjadi faktor penting yang diperhitungkan oleh investor dalam menentukan keputusan investasinya. Semakin tinggi harga saham, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan menjaga keberlanjutan bisnisnya. Harga saham juga bersifat responsif terhadap berbagai informasi, baik yang berasal dari kondisi internal perusahaan seperti laporan keuangan dan kebijakan dividen, maupun faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan kebijakan pemerintah. Oleh karena itu, harga saham sering dijadikan tolak ukur nilai perusahaan karena dianggap paling merepresentasikan nilai pasar secara real-time dibandingkan indikator lainnya seperti *Price to Book Value* (PBV), *Price to Earning Ratio* (PER), maupun Tobin's Q.

Namun, kondisi ini sempat mengalami guncangan besar ketika pandemi COVID-19 melanda seluruh dunia. Pandemi tersebut menyebabkan ketidakpastian ekonomi global, penurunan daya beli masyarakat, gangguan rantai pasok, dan turunnya kinerja keuangan banyak perusahaan di berbagai sektor. Akibatnya, nilai perusahaan secara umum mengalami penurunan karena

investor cenderung bersikap hati-hati dalam menanamkan modalnya di tengah situasi yang penuh risiko dan ketidakpastian.(Pradnyadewi, 2021)

Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) secara resmi menyatakan pada tahun 2023 bahwa pandemi COVID-19 telah berakhir sebagai darurat kesehatan global. Hal ini memberikan sinyal positif bahwa kondisi ekonomi dunia mulai membaik, aktivitas bisnis kembali normal, dan tingkat kepercayaan investor perlahan meningkat, meskipun proses pemulihan nilai perusahaan berlangsung secara bertahap. Namun, terdapat beberapa perusahaan yang masih mengalami penurunan harga saham pada perusahaan sektor manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). berikut adalah daftar perusahaan yang masih mengalami penurunan pasca pandemi :

Table 1.1 Daftar perusahaan pasca pandemi

Nama Perusahaan	Tahun			Presentase
	2019 (Sebelum Covid-19)	2021 (Pasca Covid-19)	2024 (Setelah Covid-19)	
PT Jasa Marga (PERSERO)	Rp 5.200	Rp 3.880	Rp 4.330	Turun 16,7%
PT Astra Graphia tbk	Rp 950	Rp 810	Rp 865	Turun 8,9%
PT Adhi Karya (Persero) tbk	Rp 1.175	Rp 910	Rp 212	Turun 82%
PT Wijaya Karya (Persero) tbk	Rp 2.000	Rp 1.130	Rp 244	Turun 87,8%

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat disimpulkan terdapat penurunan harga saham karena pandemi Covid – 19 yang menyebabkan pada tahun 2024 belum bisa memulihkan harga saham dibandingkan tahun 2019 sebelum terjadi pandemi Covid – 19. terdapat perusahaan yang memiliki

presentase penurunan harga saham paling rendah yaitu PT Astra Graphia Tbk yang memiliki persentase penurunan harga saham 8,9%, kemudian PT Jasa Marga yang memiliki presentase penurunan harga saham 16,7%, dibandingkan dengan PT Adhi Karya yang memiliki presentase penurunan harga saham yang cukup rendah yaitu 82% dan PT Wijaya Karya 87,8%. karena penurunan harga saham dapat dipengaruhi oleh faktor fundamental yaitu laporan keuangan dan kondisi ekonomi (Arifin, 2013).

Harga saham yang dipengaruhi oleh kinerja keuangan perusahaan yang mencakup *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Leverage* karena faktor-faktor tersebut mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan menjaga stabilitas keuangan. Selain itu, harga saham juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kondisi ekonomi global, kebijakan pemerintah, dan peristiwa besar seperti pandemi COVID-19 yang menyebabkan ketidakpastian pasar, penurunan daya beli masyarakat, serta melemahnya aktivitas bisnis, sehingga berdampak pada fluktuasi harga saham di pasar modal. (Pradnyadewi, 2021)

Rasio *Profitabilitas* adalah ukuran yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari pendapatan yang diperoleh, baik yang berkaitan dengan penjualan aset, maupun ekuitas, sesuai dengan kriteria pengukuran tertentu. *Profitabilitas* mencerminkan hasil dari investasi keuangan, sehingga berpengaruh terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan sumber daya internal. Semakin tinggi pertumbuhan *Profitabilitas* suatu perusahaan, maka prospek masa depannya akan dinilai positif yang pada

akhirnya membuat nilai perusahaan semakin tinggi di mata investor.(Aida, 2021).

Rasio *Likuiditas* atau dikenal juga sebagai rasio modal kerja, merupakan salah satu metode analisis rasio dalam laporan keuangan yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan memanfaatkan aset lancar yang dimiliki.(Susanto & Tjahjono, 2023)

Rasio *Leverage* merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya seperti pembayaran bunga, pelunasan pokok utang, dan kewajiban tetap lainnya. Meskipun rasio *Leverage* dan rasio *Likuiditas* sama – sama digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajibannya, keduanya dibedakan berdasarkan jangka waktu kewajiban yang menjadi tolak ukurnya. Rasio *Leverage* fokus pada kewajiiban jangka Panjang, sementara rasio likuditas menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek atau kewajiban lancar. (Mentari, 2022)

Corporate Social Responsibility (CSR), atau tanggung jawab sosial perusahaan, mengacu pada kewajiban etis atau etika atau tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat. Isu-isu terkait tanggung jawab ini telah menjadi perhatian selama beberapa dekade dan semakin banyak menarik minat para peneliti serta perhatian yang meningkat dari para praktisi bisnis (Khalil & O’Sullivan, 2017).

Corporate Social Responsibility telah diatur dalam beberapa peraturan perundang – undangan, seperti dalam Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara Undang – Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal, Undang – Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang perseroan terbatas, serta Undang – Undang Nomor 4 Tahun 2009 mengenai pertambangan mineral dan batubara. Diatur pula dalam beberapa peraturan menteri yaitu Peraturan Menteri BUMN Nomor PER 05/MBU/2007 mengenai program kemitraan antara Badan Milik Usaha Negara dengan Usaha Kecil serta program Bina Lingkungan, dan Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2012 tentang forum tanggung jawab sosial dunia usaha dalam pelaksanaan kesejahteraan sosial. (Ellitan, 2019)

Dalam peraturan perundang – undang tersebut di atas terdapat berbagai perbedaan istilah serta konsep tanggung jawab sosial korporasi. Perbedaan ini membingungkan dan dapat menjadi celah bagi perusahaan untuk tidak melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau menjalankan tanggung jawab sosial namun hanya sekedar sebagai formalitas pelengkap perusahaan. Tuntutan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini menjadi kewajiban yang harus dipenuhi oleh perusahaan. Seiring dengan meningkatnya ekspektasi dari berbagai pemangku kepentingan, perusahaan diharapkan untuk secara maksimal memenuhi tanggung jawab sosialnya sejalan dengan aktivitas bisnis yang dijalankan.

Pada aspek penilaian harga saham ada beberapa faktor yang berpengaruh yaitu *Profitabilitas*, *Likuiditas* dan *Leverage*. Semakin tinggi tingkat

Profitabilitas, semakin besar pula peluang perusahaan untuk berkembang, yang tentunya menarik perhatian para investor. Selain itu, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh *Leverage* yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban finansialnya baik jangka pendek maupun jangka Panjang. *Likuiditas* juga turut berperan dalam menentukan nilai perusahaan, sebab dengan memahami tingkat likuiditas, perusahaan dapat menilai kemampuan keuangannya dalam jangka pendek. Di sisi lain, *Corporate Social Responsibility* menjadi faktor tambahan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang aktif menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) cenderung memiliki peluang lebih besar untuk tumbuh secara keberlanjutan.

Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) menuntut perusahaan untuk memperhatikan dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan dari kegiatan operasionalnya, serta menunjukkan bahwa mereka telah memenuhi kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan seperti investor, pelanggan, pemasok, regulator, serta Masyarakat. Walaupun penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) membutuhkan biaya yang tinggi, perusahaan tetap menerapkannya karena dianggap sebagai strategi bisnis jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga dipandang sebagai cara untuk memperoleh, mempertahankan, dan meningkatkan legitimasi serta reputasi perusahaan.(Afifah, 2021)

Sampel yang digunakan yaitu perusahaan dari manufaktur karena *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Leverage* merupakan variabel yang

mencerminkan kondisi keuangan perusahaan manufaktur, mengingat sifat operasionalnya yang berskala besar dan membutuhkan modal yang tinggi. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat berperan sebagai variabel moderasi karena dapat memperkuat ataupun melemahkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa mereka peduli terhadap tanggung jawab sosial dan keberlanjutan. Hal ini membuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan menjadi semakin kuat.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis terdorong untuk melakukan penelitian ini karena adanya fenomena penurunan harga saham pada sejumlah perusahaan sektor industri setelah berakhirnya pandemi COVID-19. Secara teoritis, ketika pandemi mereda dan aktivitas ekonomi kembali pulih, kinerja perusahaan seharusnya mengalami perbaikan sehingga harga saham juga diharapkan meningkat. Namun, realita menunjukkan bahwa beberapa perusahaan justru masih mengalami penurunan harga saham meskipun kondisi ekonomi sudah mulai normal untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderat”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, rumusan masalah yang dapat diambil pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah *Likuiditas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility* memperkuat atau memperlemah pengaruh *profitabilitas*, *Likuiditas*, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah adapun tujuan penelitian dalam penulisan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh *Likuiditas* terhadap Nilai Perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan
4. Untuk mengetahui *Corporate Social Responsibility* memperkuat atau memperlemah pengaruh *profitabilitas*, *Likuiditas*, *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

- 1 Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam melakukan pertimbangan kegiatan investasi pada perusahaan tertentu, dengan mempertimbangkan faktor – faktor yang ada dalam penelitian ini, sehingga keputusan yang diambil adalah keputusan yang tepat.

2 Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih menyadari pentingnya meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan melalui melaksanakan kegiatan CSR serta pelaporannya, baik dalam laporan tahunan maupun secara terpisah melalui *sustainability report*.

3 Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi penulisan bagi peneliti yang selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai faktor – faktor yang berpengaruh terhadap nilai suatu perusahaan dan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi, acuan dasar dan pebanding untuk penelitian selanjutnya yang terkait dengan variabel – variabel yang sama dengan penelitian yaitu pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang dan rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan landasan teori, tinjauan penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menyajikan penjelasan mengenai populasi dan sampel, sumber data serta metode pengumpulan data, variabel penelitian beserta definisi operasionalnya, hipotesis operasional, metode analisis data, pengujian hipotesis,

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan secara deskriptif objek penelitian, menyajikan analisis data, serta membahas hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan, keterbatasan, saran, serta implikasi dari penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal digunakan untuk menganalisis nilai perusahaan karena berfokus pada pemanfaatan dalam proses pengambilan keputusan, terutama bagi pengguna laporan keuangan. Untuk menilai apakah sebuah perusahaan memiliki nilai yang baik, dibutuhkan informasi yang mendukung melalui sinyal yang disampaikan perusahaan lewat laporan keuangannya. Laporan keuangan, melalui rasio *Profitabilitas*, *Likuiditas*, *Leverage* menjadi acuan bagi pihak eksternal dalam menilai kinerja dan nilai perusahaan. Kedua rasio tersebut juga dapat dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan demikian, jika perusahaan memberikan sinyal positif investor akan memandang nilai perusahaan tersebut baik, dan sebaliknya jika sinyal yang diberikan negatif. (Rachmawati, 2019)

2.1.2 *Profitabilitas* (ROA)

Profitabilitas berperan sebagai motivasi bagi manajer untuk menerapkan manajemen laba. *Profitabilitas* mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan keuntungan. Menurut (Irmayanti, 2022) *Profitabilitas* adalah kemampuan bisnis untuk memperoleh laba, rasio ini juga mencerminkan efisiensi operasional perusahaan, yang diukur melalui pendapatan dari investasi dan penjualan.

Laba sering dijadikan sebagai indikator kinerja perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh, semakin baik efisiensi operasional perusahaan dan kemampuannya menghasilkan keuntungan. *Profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba serta mengukur efisiensi operasional dan kinerja berdasarkan aset yang dimiliki menurut (Tumanan & Ratnawati, 2021)

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

2.1.3 Likuiditas (CR)

Likuiditas adalah rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek (lancar) yang jatuh tempo dalam satu tahun. *Likuiditas* didefinisikan sebagai ukuran kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan aset lancarnya. Rasio ini penting bagi investor dan kreditor karena menunjukkan seberapa besar kemungkinan perusahaan untuk melunasi kewajibannya tepat waktu (Eugene F., 2021)

Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban – kewajiban finansialnya. Dengan kata lain rasio *Likuiditas* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa baik suatu perusahaan mampu membayar utang jangka pendek yang akan segera jatuh tempo (Hery, 2023)

Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa rasio ini digunakan untuk mengetahui kemampuan suatu perusahaan dalam menghimpun dana dan

memenuhi kewajiban (hutang) pada saat diperlukan. Rasio *Likuiditas* menawarkan banyak manfaat bagi pemangku kepentingan. Rasio *Likuiditas* berguna tidak hanya bagi perusahaan sendiri tetapi juga bagi pihak di luar perusahaan.(Dhea Abdillah & Ali, 2024)

2.1.4 Leverage (DER)

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar seluruh kewajiban jangka panjang dan jangka pendeknya.(Barli, 2018).

Rasio *Leverage* sangat penting bagi perusahaan karena memberikan gambaran tentang sumber modal yang digunakan dalam operasional, apakah berasal dari ekuitas atau utang. Jika perusahaan mengalami tekanan finansial, beban utang bisa menjadi sangat besar, ditandai dengan tingginya pembayaran bunga (Isayas, 2021). Rasio yang dipakai untuk menilai *Leverage* adalah *Debt to Equity Ratio* (DER). Semakin tinggi nilai DER, menunjukkan struktur modal yang berasal dari utang lebih besar dibandingkan dengan ekuitas yang dimiliki.

Leverage dapat dikategorikan menjadi tiga jenis, yaitu:

1. *Financial Leverage* adalah pemanfaatan dana dengan beban tetap yang diharapkan mampu menghasilkan laba lebih tinggi daripada beban yang ditanggung, sehingga dapat meningkatkan keuntungan bagi investor.(Sartono, 2015)
2. *Operating Leverage* adalah ukuran dari seberapa besar perusahaan menggunakan biaya tetap dalam struktur operasionalnya dan seberapa

sensitif laba operasionalnya terhadap perubahan dalam penjualan. Semakin tinggi porsi biaya tetap, semakin tinggi pula *operating Leverage*, dengan implikasi bahwa fluktuasi penjualan akan berdampak lebih besar terhadap laba operasi. (Yanyu Chen & Lin Zhu, 2023)

3. *Combination Leverage* menunjukkan dampak perubahan penjualan terhadap laba setelah pajak yang diperoleh perusahaan, yang berguna untuk menilai pengaruh fluktuasi penjualan terhadap keuntungan maupun kerugian yang dirasakan langsung oleh investor atau pemegang saham (Sartono, 2015)

2.1.5 Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai perusahaan diartikan sebagai pandangan investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Diukur dengan menggunakan rasio *Price to Book Value (PBV)*, yaitu perbandingan antara harga pasar saham dan nilai buku saham. PBV tinggi mengindikasikan bahwa investor memberikan penilaian positif atas kinerja fundamental perusahaan, sedangkan PBV rendah mencerminkan sebaliknya. (Annisa & Shinta A, 2024)

Peran nilai perusahaan adalah untuk menaikkan harga saham dan menghasilkan keuntungan. Nilai perusahaan dapat menurun atau bahkan meningkat. sehingga terlihat adanya ketidakpastian nilai perusahaan yang nantinya ingin diinvestasikan oleh investor. Sebelum berinvestasi, calon investor dapat melakukan analisis dengan analisis fundamental. Karena nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan nilai saat ini, tetapi juga dapat

mencerminkan kemampuan perusahaan untuk berkembang di masa mendatang. Sehingga analisis fundamental ini dapat dilakukan sebagai penilaian utama bagi calon investor.(Wahyuningrum & Sunarto, 2023)

2.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility menurut (Susanto & Tjahjono, 2023) adalah sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal. Program eksternal dengan menjalankan kemitraan (*Partnership*) dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Sedangkan secara internal mampu berproduksi dengan baik, mencapai profit yang maksimal dan mensejahterakan karyawannya.

Menurut (Nurlina, 2019) *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk bertindak secara etis dan memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi, sambil meningkatkan kualitas kehidupan karyawan, keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat secara umum. Interaksi dengan para pemangku kepentingan dilakukan berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan upaya atau kegiatan dilakukan perusahaan sebagai wujud tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

2.2 Penelitian Terdahulu

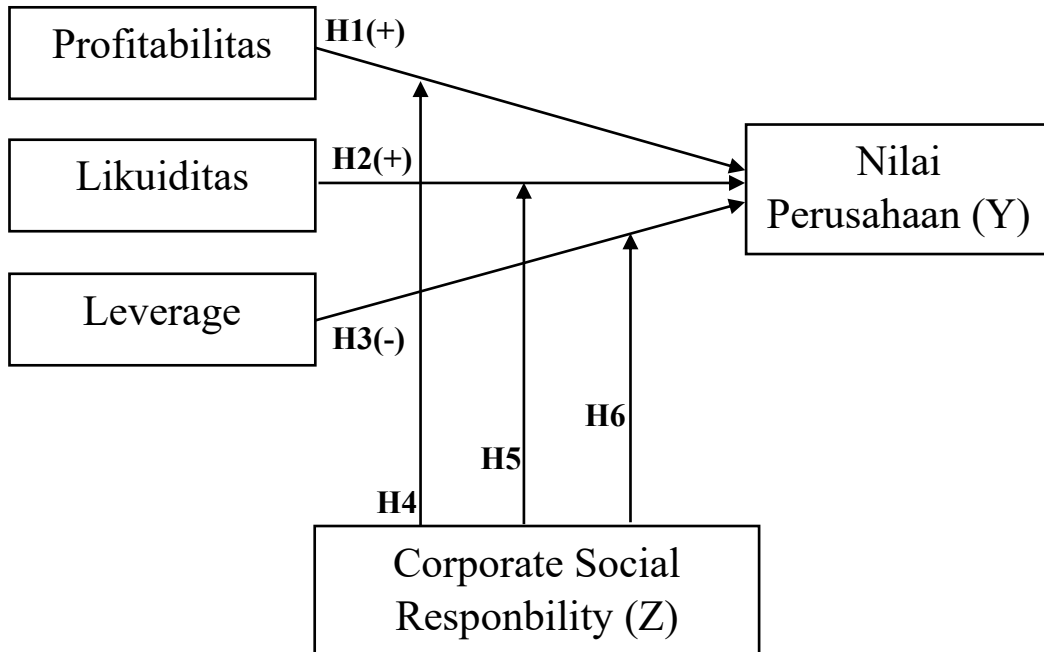
Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi dasar perumusan penelitian ini dapat disajikan dalam tabel berikut :

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1.	Ni Kadek R, Luh Gede S A (2018)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen: <i>Profitabilitas</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan , semakin tinggi profit maka akan semakin tertarik investor untuk berinvestasi.
2.	Liza Novietta, Ruswan Nurmadi (2022)	Analisis Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Independen: <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> , <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menyatakan bahwa <i>Profitabilitas</i> mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan, <i>Likuiditas</i> mempengaruhi nilai perusahaan secara tidak signifikan, dan <i>Leverage</i> mempengaruhi nilai perusahaan secara tidak signifikan
3.	Aida Nur Rahma, Siti Munfaqiroh (2021)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> dan <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen: <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> , <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa <i>Profitabilitas</i> dan <i>Likuiditas</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sementara <i>Leverage</i> berpengaruh negatif. CSR memperkuat pengaruh ketiganya terhadap nilai perusahaan.
4.	Agam Mei Yudha, Putri Intan P, Deni Saputra (2021)	Pengaruh <i>Leverage</i> , <i>Likuiditas</i> , dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai	Variabel Independen: <i>Leverage</i> , <i>Likuiditas</i> , dan <i>Corporate Social</i>	Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan <i>Leverage</i> berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai

		Perusahaan Dengan <i>Profitabilitas</i> Sebagai Variabel Moderating	<i>Responsibility</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	perusahaan, karena peningkatan utang dapat meningkatkan risiko keuangan dan menurunkan keuntungan, yang akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan.
5.	Meivia Rachmawati (2019)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen: <i>Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Kesimpulannya, <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap CSR dan nilai perusahaan, sedangkan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR maupun nilai perusahaan. CSR hanya memediasi pengaruh <i>Leverage</i> terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak memediasi pengaruh <i>Profitabilitas</i> .
6.	Sigit Prabowo, Maya Indriastuti (2020)	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Solvabilitas dan <i>Likuiditas</i> Terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi Corporate Social Responsibility	Variabel Independen: <i>Profitabilitas</i> Solvabilitas dan <i>Likuiditas</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menyatakan <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, Solvabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan <i>Likuiditas</i> CR diperoleh tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan
7.	Nada Tauhida (2024)	Pengaruh <i>Likuiditas</i> , <i>Profitabilitas</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi.	Variabel Independen: <i>Profitabilitas</i> , <i>Likuiditas</i> , <i>Leverage</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Hasil dari penelitian ini menyatakan CSR dapat memperkuat <i>Likuiditas</i> yang diukur menggunakan current ratio mempengaruhi nilai perusahaan secara positif, dan CSR dinyatakan tidak mampu memoderasi variabel <i>Profitabilitas</i> dan variabel <i>Leverage</i> dan nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Pemikiran



2.5 Hipotesis Penelitian

2.5.1 Pengaruh *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan harus menyampaikan sinyal positif agar menarik minat para investor terhadap perusahaan. Dalam konteks ini *Profitabilitas* bisa dianggap sinyal positif karena ketika *Profitabilitas* tinggi maka bisa disimpulkan bahwa kondisi keuangan sebuah perusahaan baik.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu. Rasio *Profitabilitas* mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Semakin tinggi tingkat *Profitabilitas* suatu

perusahaan, semakin besar pula daya tariknya bagi para investor untuk menanamkan saham, karena mereka berharap memperoleh keuntungan. Hal ini pada akhirnya akan mendorong peningkatan nilai perusahaan. Menurut hasil penelitian (Purnomo, E., & Erawati, 2019) bahwa terdapat pengaruh yang positif antara variabel *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

H1: *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2.5.2 Pengaruh *Likuiditas* terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menyebutkan bahwa perusahaan perlu menyampaikan sinyal positif agar investor terdorong untuk menanamkan modalnya. Salah satu sinyal positif yang dapat diberikan perusahaan adalah melalui tingkat *Likuiditas*. *Likuiditas* yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara lancar, sehingga mencerminkan kondisi keuangan yang sehat dan stabil. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor karena risiko kebangkrutan perusahaan dinilai lebih rendah. Dengan demikian, *Likuiditas* yang baik memberikan sinyal positif yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Likuiditas merupakan kondisi kesejahteraan perusahaan, karena menunjukkan kemampuannya dalam memenuhi kewajiban jangka pendek melalui aset lancar atau hasil dari aktivitas operasional. Perusahaan dengan tingkat *Likuiditas* yang tinggi cenderung lebih cepat melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial, didorong oleh keyakinan terhadap stabilitas keuangan yang dimiliki. (Fauziah, 2019).

Likuiditas merupakan perihal yang menggambarkan posisi keuangan kas pada suatu perusahaan serta kemampuannya untuk melunasi kewajiban hutang tepat pada waktu jatuh tempo. *Likuiditas* adalah kemampuan perusahaan untuk melunasi semua kewajiban keuangannya, baik yang telah jatuh tempo maupun yang dapat segera diuangkan (Syafri, 2015). Menurut penelitian (Harun, S., 2018) tingkat kas yang tinggi dalam perusahaan meningkatkan kemampuannya untuk memenuhi kewajiban jangka pendek yang pada gilirannya memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2 : *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

2.5.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan harus memberikan informasi atau sinyal kepada investor mengenai kondisi keuangannya. Dalam konteks ini, *Leverage* dapat menjadi sinyal negatif. Tingkat *Leverage* yang tinggi menunjukkan besarnya ketergantungan perusahaan terhadap utang dalam membiayai operasionalnya. Kondisi ini menimbulkan kekhawatiran bagi investor karena risiko gagal bayar dan beban bunga yang ditanggung perusahaan semakin besar. Dengan demikian, *Leverage* yang tinggi justru memberikan sinyal negatif yang dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak pada penurunan nilai perusahaan.

Leverage didefinisikan sebagai pengukuran rasio utang terhadap ekuitas hubungan satu sama lain untuk menentukan apakah suatu perusahaan telah menjalankan kewajiban jangka pendek atau jangka

panjangnya (Atmojo & Yuliandhari, 2020). *Leverage* biasa disebut hutang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun aset untuk melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*) (Harahap, 2015).

Leverage terbukti berpengaruh negatif secara signifikan terhadap nilai perusahaan, Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi menghadapi risiko lebih besar dalam memenuhi kewajiban pembayaran pinjamannya. Kondisi tersebut dapat menurunkan minat pemegang saham untuk menanamkan modalnya, sehingga berkurangnya minat investor berpotensi menyebabkan penurunan nilai perusahaan di masa mendatang (Kolamban, 2020).

Pertanyaan ini konsisten dengan temuan (Collins, 2021) yang menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan merujuk pada kajian Pustaka serta beberapa penelitian sebelumnya yang telah dipaparkan, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

H3 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan dan signifikan

2.5.4 CSR memperkuat pengaruh *Profitabilitas*, terhadap Nilai Perusahaan

Menurut (Meze & Tohar, 2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab berkelanjutan yang dijalankan oleh perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi serta meningkatkan

kesejahteraan karyawan dan masyarakat di sekitarnya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencerminkan kualitas perusahaan yang diharapkan dapat memengaruhi keputusan para pemegang saham dalam melakukan investasi.

Menurut penelitian (Yendrawati & Pratidina, 2013) *Profitabilitas* terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. (Mustanda, 2016) menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat *Profitabilitas* tinggi cenderung lebih aktif meningkatkan tanggung jawab sosialnya. Langkah ini dilakukan untuk menakutkan para pemegang saham bahwa perusahaan memperhatikan dampak jangka panjang, sekaligus berupaya meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian (Pradita, 2019) menyimpulkan melalui metode Moderated Regression Analysis (MRA) bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan antara *Profitabilitas*, yang dinyatakan dengan ROA, dan nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR dapat berperan sebagai variabel moderasi. Berdasarkan kajian pustaka serta penelitian – penelitian sebelumnya yang telah disebutkan, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H4 : CSR memperkuat pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

2.5.5 CSR memperkuat pengaruh *Likuiditas* terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas adalah salah satu indikator kinerja yang kerap dijadikan acuan oleh investor untuk menilai suatu perusahaan. Oleh karena itu, ketika

rasio *Likuiditas* rendah, perusahaan cenderung meningkatkan pengungkapan CSR. Hal ini sejalan dengan teori sinyal, karena investor biasanya hanya memperhatikan hasil akhir berupa rasio keuangan, sedangkan manajemen memiliki pemahaman lebih mendalam mengenai kondisi internal perusahaan. Dengan *Likuiditas* yang rendah, investor cenderung memberikan penilaian negatif terhadap perusahaan. Untuk mengurangi asimetri informasi tersebut, perusahaan melakukan pengungkapan CSR sebagai salah satu langkah strategis. (Tumanan & Ratnawati, 2021).

Menurut (Irmayanti, 2022) penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat secara positif memoderasi hubungan antara *Likuiditas* dan nilai perusahaan, sehingga dampak negatif *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan dapat dikurangi melalui pengungkapan CSR. Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

H5: CSR memperkuat pengaruh *Likuiditas* terhadap Nilai Perusahaan”.

2.5.6 CSR memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara konstruktif dalam mendukung pembangunan ekonomi serta meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat di sekitarnya. Pengungkapan CSR dapat mencerminkan kualitas perusahaan, yang pada gilirannya diharapkan

memengaruhi keputusan pemegang saham dalam melakukan investasi (Meze & Tohar, 2020).

Perusahaan dengan tingkat *Leverage* tinggi cenderung membatasi pengungkapan CSR untuk menghindari perhatian berlebih dari pihak pemberi pinjaman, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, jika *Leverage* yang besar disertai dengan pengungkapan CSR yang luas, hal tersebut justru dapat menurunkan nilai perusahaan. (Wulandari & Wiksuana, 2017) mengungkapkan bahwa CSR sebagai variabel moderasi mampu memengaruhi hubungan antara variabel *Leverage* dan nilai perusahaan. Berdasarkan kajian pustaka serta beberapa penelitian sebelumnya yang telah disebutkan hipotesis yang diajukan adalah **H6: CSR memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan**”.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 - 2024. Proses pengambilan sampel data dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang bertujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2021 – 2024
2. Perusahaan yang menyediakan kelengkapan laporan keuangan selama tahun 2021 – 2024
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) atau informasi sosial lainnya selama tahun 2021 – 2024
4. Perusahaan yang mengungkapkan laporan CSR melalui laporan tahunannya selama 2021 - 2024.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang bersifat kuantitatif dari tahun 2021 - 2024. Sumber data diperoleh dari laporan keuangan yang diakses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan yang bersangkutan.

Teknik pengumpulan data menggunakan dokumentasi dan studi pustaka, untuk dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan mencari dokumen – dokumen perusahaan yang diperlukan dalam membahas

masalah objek yang dilakukan. Jenis data dokumentasi berupa faktur, jurnal, surat – surat, notulen hasil rapat, memo, atau dalam bentuk laporan keuangan.

Studi pustaka sebagai landasan teori yang akan digunakan dalam menganalisis data. Dasar – dasar studi pustaka diperoleh dari buku, literatur maupun tulisan – tulisan yang berhubungan dengan penelitian. Dari penjelasan diatas penulis mencari sumber data dari berbagai jurnal dan literatur yang relevan dengan permasalahan penelitian.

3.2 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya atau yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpulan data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang digunakan yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui website.idx.co.id pada tahun 2021 - 2024.

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Independen

1. Profitabilitas (ROA)

Profitabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset, dan modal saham tertentu. *Profitabilitas* dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga *Profitabilitas* menjadi salah satu pertimbangan penting bagi

investor dalam keputusan investasinya. *Profitabilitas* dapat diterapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur adalah dengan menggunakan rasio keuangan sebagai salah satu alat di dalam menganalisis kondisi keuangan hasil operasi dan tingkat *Profitabilitas* suatu perusahaan. Sehingga semakin tinggi tingkat *Profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. (Rofiqkoh & Priyadi, 2016). Salah satu ukuran profitabilitas yaitu *Return on Assets* (ROA). Profitabilitas diukur dengan menggunakan ROA menurut (Kasmir, 2019) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$$

2. *Likuiditas* (CR)

Likuiditas merupakan perihal yang menggambarkan posisi uang kas pada suatu perusahaan serta kemampuannya untuk melunasi kewajiban hutang tepat pada waktu jatuh tempo. (Susanto & Tjahjono, 2023) *Likuiditas* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban keuangan yang secepatnya dapat dicarikan atau yang sudah jatuh tempo. Pengukuran *Likuiditas* dapat dengan *Current Ratio* rumus menurut (Kasmir, 2019) berikut :

$$CR = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Liabilitas Lancar}}$$

3. *Leverage* (DER)

Leverage adalah salah satu indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membiayai seluruh kewajibannya dibandingkan dengan total aset yang dimiliki. Untuk menjaga kelancaran operasional, perusahaan biasanya memperoleh dana tidak hanya dari pendapatan dan penjualan saham, tetapi juga melalui pinjaman dari kreditur. *Leverage* diukur menggunakan *debt to equity ratio* (DER) menurut (Kasmir, 2019). dengan menggunakan rumus total liabilitas dibagi dengan total ekuitas.

$$DER = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.3.2 Variabel Dependen

1. Nilai Perusahaan

Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan mencerminkan pencapaian yang diperoleh perusahaan sebagai cerminan kepercayaan publik terhadap perusahaan yang telah menjalankan operasinya sejak awal pendirian hingga saat ini. sejak dimulainya perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini.

Rumus Price to Book Value (PBV) dalam buku (Kasmir, 2019) adalah

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Per Saham}}$$

3.3.3 Variabel Pemoderasi

Variabel pemoderasi adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2017)

Variabel moderasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar area operasionalnya. Oleh karena itu, perusahaan tidak hanya berfokus pada pencapaian laba, tetapi juga memperhatikan dan mengelola dampak yang ditimbulkan dari aktivitas bisnisnya. Penerapan CSR dapat meminimalisir kemungkinan perusahaan tidak diterima oleh lingkungannya sehingga akan berdampak pada kegiatan operasional perusahaan (Raningsih & Artini, 2018).

Corporate Social Responsibility (CSR) diklasifikasikan ke dalam tiga variabel menurut *Global Reporting Index* (GRI), salah satunya adalah aspek ekonomi yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan, mendistribusikan, serta meningkatkan nilai ekonomi yang dapat memberikan manfaat bagi perekonomian masyarakat. CSR pada aspek lingkungan merefleksikan kepedulian perusahaan terhadap dampak lingkungan yang muncul akibat aktivitas operasionalnya. Sementara itu, CSR pada aspek sosial menekankan tanggung jawab perusahaan terhadap kesejahteraan, kesehatan, serta keselamatan karyawan maupun masyarakat sekitar. (Prillia, 2025)

Dalam penelitian ini, pengukuran dari *Corporate Social Responsibility* ini menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dengan rumus berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRDI = *Corporate Social Responsibility* Disclosure Index perusahaan.

n = jumlah item untuk perusahaan (116 total item)

X_i = dummy variabel

1 = jika item diungkapkan

0 = jika item tidak diungkapkan

3.4 Mode Analisis Data

3.4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif berfungsi memberikan gambaran atau deskripsi data berdasarkan nilai rata – rata, standar deviasi, nilai maksimum, dan minimum dari masing – masing variabel. Untuk variabel independennya profitabilitas, *likuiditas*, *leverage*. Selanjutnya untuk variabel dependennya adalah nilai perusahaan, dan CSR sebagai variabel moderasi.(Ghozali, 2016)

3.4.2 Metode Estimasi Model Regenerasi Data Panel

Menurut (Basuki, A & Prawoto, 2016) dalam metode estimasi data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan yang terdiri dari :

1. *Common Effect Model* (CEM)

Common Effect Model merupakan model data panel yang paling sederhana, karena mengombinasikan data time series dan cross section. Model ini tidak mempertimbangkan perbedaan waktu maupun karakteristik individu, sehingga diasumsikan bahwa perilaku data setiap perusahaan bersifat sama sepanjang periode pengamatan.

2. *Fixed Effect Model* (FEM)

Fixed Effect Model merupakan model data panel yang mengasumsikan bahwa setiap individu atau perusahaan memiliki nilai intersep yang berbeda. Model ini digunakan untuk menangkap variasi intersep di antara perusahaan.

3. *Random Effect Model* (REM)

Random Effect Model merupakan model data panel yang berasumsi bahwa variabel gangguan dapat saling berkorelasi antar individu maupun antar waktu. Komponen error pada masing – masing perusahaan digunakan untuk merepresentasikan perbedaan intersep dalam model random effect.

3.4.3 Pemilihan Estimasi Model Regenerasi Data Panel

Menurut (Basuki, A & Prawoto, 2016) pengujian yang dapat dilakukan untuk menentukan model dalam pengolahan data panel yaitu :

1. Uji *Chow*

Uji *Chow* digunakan untuk menentukan model yang paling sesuai antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model* dalam melakukan estimasi data panel Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti *Common Effect Model* (CEM) yang dipilih.
- b. Jika nilai probabilitas $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti *Fixed Effect Model* (FEM) yang dipilih.

2. Uji Hausman

Uji *Hausman* digunakan untuk menentukan model yang paling tepat antara *Random Effect Model* dan *Fixed Effect Model* dalam mengestimasi data panel. Adapun hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti *Random Effect Model* (REM) yang dipilih.
- b. Jika nilai probabilitas $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti *Fixed Effect Model* (FEM) yang dipilih.

3. Uji Lagrange Multiplier

Uji Lagrange Multiplier digunakan untuk menentukan model yang paling sesuai antara Common Effect Model (CEM) dan Random Effect Model (REM) dalam melakukan estimasi data panel. Hipotesis yang digunakan dijelaskan sebagai berikut :

- a. Jika nilai probabilitas $> \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti *Common Effect Model* (CEM) yang dipilih.
- b. Jika nilai probabilitas $< \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti yang *Random Effect Model* (REM) dipilih.

3.4.4 Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik yang digunakan pada penelitian ini adalah uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi.

3.4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data variabel independent dan dependen dalam model regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik membutuhkan data yang berdistribusi normal atau mendekati normal guna menjamin keabsahan nilai residual dalam analisis statistik.(Ghozali, 2016)

3.4.4.2 Uji Multikolnearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk memeriksa ada tidaknya hubungan antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi dianggap baik jika terdapat korelasi antara variabel independent (Ghozali, 2016). Jika variabel independent saling berkorelasi, hubungan antara variabel bebas dan variabel dependen menjadi tidak signifikan yang mengganggu keakuratan analisis.

3.4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah terdapat perbedaan variance residual antara satu observasi dengan observasi lainnya dalam model regresi. Pengujian ini dilakukan dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independent. Keberadaan heteroskedastisitas dapat ditentukan dengan melihat Tingkat signifikansi dibandingkan dengan nilai alpha sebesar 5%.

3.4.4.4 Uji Autokorelasi

Uji autikorelasi digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

pengganggu pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi linear. Jika ditemukan hubungan tersebut maka model mengalami masalah autokorelasi.

3.4.5 Uji Hipotesis

3.4.5.1 Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) adalah metode statistic yang digunakan untuk menjelaskan pola hubungan antar dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2017). Teknik ini termasuk dalam regresi linier berganda yang secara khusus digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan melibatkan variabel moderasi. Apabila nilai P value < 0,05, maka variabel moderasi dapat dinyatakan berperan dalam memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun bentuk persamaan MRA adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_1 * Z + \beta_5 X_2 * Z + \beta_6 X_3 * Z$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi

X1 : *Profitabilitas*

X2 : *Likuiditas*

X3 : *Leverage*

Z : CSR

X1 * Z : Interaksi antara *Profitabilitas* dengan CSR

$X2*Z$: Interaksi antara *Likuiditas* dengan CSR

$X3*Z$: Interaksi antara *Leverage* dengan CSR

3.4.5.2 Uji F

Uji statistic F pada dasarnya digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independent yang dimasukkan ke dalam model memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Ketentuan pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi α (0,05) sebagai berikut :

1. Jika nilai probabilitas uji $f > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel independen secara simultan tidak memengaruhi variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas uji $f < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen.

3.4.5.3 Uji T

Uji T dalam penelitian ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_1 , H_2 , H_3 ditolak.

Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_1 , H_2 , H_3 diterima.

3.4.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi biasa digunakan peneliti untuk mengetahui sejauh mana variabel independent dalam menerangkan variabel dependen. Nilai

Koefisien Determinasi yang akan muncul adalah antara nol dan satu. Apabila nilai *Koefisien Determinasi* mendekati angka 1 maka variabel independent dapat menerangkan variabel dependen semakin baik, sebaliknya jika nilai *Koefisien Determinasi* mendekati angka 0 maka variabel independent tidak dapat menerangkan variabel dependen dengan baik (Ghozali, 2016). Untuk mendapatkan model terbaik, maka peneliti akan menggunakan nilai Adjusted R^2 .

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan sample perusahaan sektor industri sub sektor manufaktur laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2021 hingga 2024. Dari 37 perusahaan yang menjadi populasi awal, setelah dilakukan pemilihan sampel menggunakan *purposive sampling*, maka diperoleh 29 perusahaan yang termasuk dalam kriteria sampel penelitian. Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2021 – 2024
2. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan lengkap selama periode tahun penelitian 2021 – 2024
3. Perusahaan yang menerbitkan laporan keberlanjutan (Sustainability Report) atau informasi sosial lainnya selama tahun 2021 – 2024
4. Perusahaan yang mengungkapkan laporan CSR melalui laporan tahunannya selama 2021 - 2024.

Table 4.1 Penentuan Sample

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan Sektor industri sub sektor manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021 hingga 2024	37
2.	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keberlanjutan periode 2021 hingga 2024	8
Jumlah Sample yang memenuhi kriteria		29

4.2 Analisis Statistik Deskriptif

Table 4.2 Hasil Statistik Deskriptif

	ROA	CR	DER	CSR	PBV
Mean	0.090236	3.099296	2.145677	0.458477	4.327324
Median	0.038700	0.758815	1.490000	0.441667	0.880000
Maximum	0.249900	10.75334	12.98000	0.850000	32.62000
Minimum	-0.378700	-20.94946	0.050000	0.158333	-7.730000
Std. Dev.	0.042817	1.160506	2.046207	0.154243	1.836190
Skewness	-1.170812	-2.634333	3.182789	0.240402	4.948573
Kurtosis	8.056602	25.56657	14.21598	2.411524	31.29404
Jarque-Bera	150.0867	2595.544	803.8742	2.791136	4342.780
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.247692	0.000000
Sum	4.966820	134.6187	237.3600	53.18333	212.9980
Sum Sq. Dev.	0.936386	1104.648	529.4519	2.735970	2153.460
Observations	116	116	116	116	116

Sumber: Pengolahan Data Eviews 12

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa jumlah pengamatan yang digunakan telah memenuhi kriteria sampel, yaitu sebanyak 29 perusahaan sektor manufaktur sub sektor industri laporan keuangan, laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2021 hingga 2024 sehingga diperoleh total 116 data observasi. Berdasarkan tabel 3.2 dapat dilihat statistic deskriptif untuk masing – masing variabel sebagai berikut :

1. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV) dari 29 data perusahaan yang di beservasi nilai rata-rata(mean) sebesar 4.3273 dan nilai standar devisiasi sebesar 1.8361. Nilai rata-rata lebih besar daripada nilai standar devisiasi ($4.3272 > 1.8361$) hal ini menunjukkan bahwa sebaran data relatif homogen dan tidak terlalu menyimpang dari nilai rata-ratanya. Dengan kata lain, variasi antar data tidak terlalu besar sehingga data dianggap

cukup stabil dan representatif. Menurut (Ghozali, 2016) standar deviasi digunakan untuk mengukur tingkat penyebaran data terhadap nilai rata-rata; semakin kecil standar deviasi dibandingkan rata-rata, maka semakin baik kualitas data karena tidak terdapat penyimpangan yang tinggi. Selain itu, (Sugiyono, 2018) menjelaskan bahwa jika nilai rata-rata lebih besar daripada standar deviasi, maka data tersebut cenderung terdistribusi normal dan tidak memiliki penyimpangan ekstrem. Kondisi ini juga menandakan bahwa data yang diperoleh cukup konsisten dan dapat mencerminkan kondisi sebenarnya dari variabel yang diteliti.

2. *Profitabilitas (ROA)* merupakan variabel independent pertama dalam penelitian ini dari 29 data perusahaan yang di memiliki nilai rata-rata(mean) sebesar 0.0902 dan nilai standar devisiasi sebesar 0.0428. Nilai rata-rata yang lebih besar daripada standar deviasi ($0,0902 > 0,0428$) menunjukkan bahwa sebaran data ROA relatif baik dan homogen. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai-nilai ROA antarperusahaan dalam sampel tidak memiliki perbedaan yang jauh dari nilai rata-ratanya. Menurut (Ghozali, 2016) apabila nilai standar deviasi lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa variasi data rendah dan data cenderung stabil. Selain itu, (Novietta, 2022) menegaskan bahwa standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata menunjukkan tidak adanya penyimpangan yang ekstrem dan mengindikasikan bahwa data bebas dari bias yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel ROA tergolong baik, stabil, dan

mendekati distribusi normal, sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

3. *Likuiditas* (CR) disajikan sebagai variabel independent kedua dalam penelitian ini, dari 29 data perusahaan yang memiliki nilai rata-rata(mean) sebesar 3.0992 dan nilai standar deviasi sebesar 1.1605. Nilai rata-rata yang lebih besar daripada standar deviasi ($3,0992 > 1,1605$) menunjukkan bahwa sebaran data pada variabel *Likuiditas* relatif baik dan homogen. Artinya, nilai CR antarperusahaan dalam sampel tidak memiliki perbedaan yang terlalu besar dari nilai rata-ratanya, sehingga data menunjukkan kestabilan. (Ghozali, 2016) menyatakan bahwa standar deviasi yang lebih kecil daripada nilai rata-rata mencerminkan kualitas data yang baik karena menunjukkan bahwa simpangan atau penyimpangan nilai terhadap rata-rata tidak terlalu besar, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya bias dalam hasil analisis. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa distribusi data pada variabel *Likuiditas* (CR) tergolong baik, stabil, dan mendekati distribusi normal, sehingga data tersebut layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.
4. *Leverage* (DER) dijadikan sebagai variabel independent ketiga dalam penelitian ini, dari 29 data perusahaan yang memiliki nilai rata-rata(mean) sebesar 2.1456 dan nilai standar deviasi sebesar 2.0462. Nilai rata-rata yang sedikit lebih besar daripada standar deviasi ($2,1456 > 2,0462$) menunjukkan bahwa penyebaran data variabel *Leverage* berada pada tingkat yang cukup baik, meskipun terdapat variasi antarperusahaan yang

relatif tinggi. Hal ini menggambarkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tingkat *Leverage* yang mendekati nilai rata-rata, namun tetap terdapat beberapa perusahaan dengan tingkat *Leverage* yang lebih besar atau lebih kecil dibandingkan rata-rata keseluruhan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel *Leverage* (DER) memiliki tingkat variasi yang sedang, di mana sebagian besar perusahaan menunjukkan rasio utang terhadap modal yang relatif serupa, namun masih terdapat perbedaan yang mencerminkan karakteristik keuangan masing-masing perusahaan. Dengan demikian, data *Leverage* dapat dianggap layak dan representatif untuk digunakan dalam pengujian hipotesis selanjutnya karena menunjukkan distribusi yang masih dalam kategori normal dan tidak mengandung penyimpangan ekstrem.

5. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari 29 data perusahaan yang memiliki nilai rata-rata(mean) sebesar 0.4584 dan nilai standar deviasi sebesar 0.1542. Nilai rata-rata yang lebih besar dibandingkan dengan standar deviasi ($0,4584 > 0,1542$) menunjukkan bahwa penyebaran data CSR tergolong baik dan relatif homogen. Artinya, tingkat pengungkapan CSR antarperusahaan dalam sampel penelitian tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dan cenderung stabil di sekitar nilai rata-ratanya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang stabil dan merata, menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tingkat pengungkapan

tanggung jawab sosial yang relatif serupa. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelaksanaan CSR sudah menjadi praktik yang cukup umum di antara perusahaan-perusahaan sampel, sehingga data CSR layak digunakan sebagai variabel moderasi dalam analisis berikutnya.

4.3 Penentuan Model Estimasi Regenerasi Data Panel

4.3.1 Uji *Chow*

Uji *Chow* digunakan untuk menentukan model yang paling sesuai antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam analisis data panel. Adapun hasil pengujian Uji *Chow* adalah sebagai berikut :

Table 4.3 Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.376675	(28,83)	0.0021
Cross-section Chi-square	88.205722	28	0.0001

Sumber: Pengolahan Data Eviews 12

Hasil Uji *Chow* menunjukkan bahwa nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* adalah 0.0001. nilai ini lebih kecil dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu, model yang tepat digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM)

4.3.2 Uji *Hausman*

Uji *Hausman* digunakan untuk menentukan model yang paling sesuai antara *Random Effect Model* (REM) dan *Fixed Effect Model* (FEM) dalam analisis data panel. Hasil pengujian uji *Hausman* sebagai berikut:

Table 4.4 Hasil Uji *Hausman*

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.623237	4	0.0372

Sumber: Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji *Hausman* pada tabel, diketahui bahwa nilai probabilitas Cross-section random sebesar 0.0372. karena nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, model yang sesuai digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM)

4.3.3 Uji *Lagrange Multiplier*

Uji *Lagrange Multiplier* digunakan untuk menentukan model yang sesuai antara *Common Effect Model* (CEM) dan *Random Effect Model* (REM) dalam analisis data panel. Adapun hasil pengujian Uji *Lagrange Multiplier* adalah sebagai berikut :

Table 4.5 Hasil Uji *Lagrange Multiplier*

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	4.104690 (0.0428)	0.397853 (0.2282)	4.502543 (0.0138)
Honda	2.026003 (0.0214)	0.630756 (0.2641)	1.878612 (0.0301)
King-Wu	2.026003 (0.0214)	0.630756 (0.2641)	1.769938 (0.0384)
SLM	2.197524 (0.0140)	1.526982 (0.0634)	-- --
GHM	-- --	-- --	4.502543 (0.0432)

Sumber: Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji *Lagrange Multiplier* pada tabel, diperoleh nilai probabilitas Cross-section Breushc-Pagan sebesar 0.0428. karena nilai tersebut

lebih dari tingkat signifikansi α (0.05), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, model yang paling sesuai digunakan adalah *Random Effect Model* (REM).

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, yaitu Uji *Chow* dan Uji Hausman, diperoleh bahwa model terbaik yang dipilih adalah *Fixed Effect Model*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* dan *Cross-section random* yang lebih kecil dari tingkat signifikansi α (0,05) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM).

4.4 Analisis Regenerasi Data Panel

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM), yang dipilih berdasarkan hasil dari beberapa pengujian, yaitu Uji *Chow*, Uji *Hausman*, dan Uji *Lagrange Multiplier*. Adapun hasil estimasi regresi data panel menggunakan *Fixed Effect Model* (FEM) disajikan sebagai berikut :

Table 4.6 Regresi Data Panel Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.318261	1.429147	2.321847	0.0221
ROA	0.495066	4.807377	2.602453	0.0018
CR	0.168251	0.131686	1.277671	0.0024
DER	-0.172372	0.191136	-0.901830	0.0216

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa persamaan regenerasi data panel sebagai berikut :

$$PBV_{it} = 3.3182 + 0.4951 ROA_{it} + 0.1683CR_{it} - 0.1724 DER_{it}$$

Dari persamaan regresi data panel *fixed effect model* maka dapat dijelaskan:

1. Nilai konstanta (C) sebesar 3.3182 menunjukkan bahwa apabila variabel Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage bernilai konstan maka nilai perusahaan diperkirakan sebesar 3.3182.
2. Variabel *Profitabilitas* (ROA) memiliki koefisien sebesar 0.4950, yang berarti bahwa setiap kenaikan *Profitabilitas* sebesar 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.4950, dengan asumsi variabel independent lainnya tetap konstan.
3. Variabel *Likuiditas* (CR) memiliki koefisien sebesar 0.1682 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Likuiditas* sebesar 1% akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.1682 dengan asumsi variabel independent lainnya berada pada kondisi konstan.
4. Variabel *Leverage* (DER) memiliki koefisien sebesar -0.1723 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan *Leverage* sebesar 1% akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.1723 dengan asumsi variabel independent lainnya berada dalam kondisi konstan.

4.5 Uji Asumsi Klasik

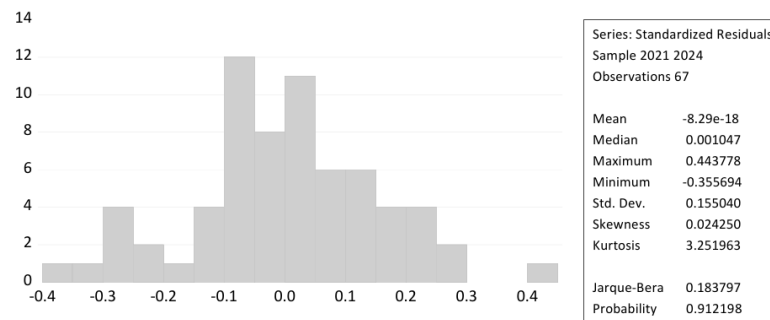
Pengujian ini dilakukan untuk memastikan tidak terjadi bias antara variabel independent dan variabel dependen. Oleh karena itu, dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, serta uji autokorelasi.

4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menilai apakah data dari variabel independent dan dependen dalam model regresi terdistribusi secara normal atau

tidak. Model regresi yang ideal memerlukan data yang terdistribusi normal atau mendekati normal untuk memastikan validitas nilai residual dalam analisis .(Ghozali, 2016). Adapun hasil dari pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Table 4.7 Hasil Uji Normalitas



Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel, diperoleh nilai probabilitas sebesar 0.9121. karena nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi α (0,05) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal.

4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengidenfitikasi apakah terdapat hubungan antar variabel independent dalam model regresi. Model regresi dianggap baik jika terdapat korelasi antara variabel independent (Ghozali, 2016). Hasil uji Multikolinearitas disajikan sebagai berikut :

Tabl 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas

	ROA	CR	DER
ROA	1.000000	-0.115647	0.315850
CR	-0.115647	1.000000	-0.115340
DER	0.315850	-0.115340	1.000000

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel, diketahui bahwa nilai korelasi antara Profitabilitas (ROA) dan Likuiditas (CR) sebesar -0.1156 , antara Profitabilitas (ROA) dan Leverage (DER) sebesar 0.3158 , serta antara Likuiditas (CR) dan Leverage (DER) sebesar -0.1153 . Seluruh nilai korelasi tersebut lebih kecil dari 0.80 , sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Jika varian residual bersifat konstan, maka kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila varian residual tidak konstan, kondisi tersebut menunjukkan adanya heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Suatu model dikatakan mengalami heteroskedastisitas apabila nilai probabilitas $> \alpha$ ($0,05$). Adapun hasil pengujian heteroskedastisitas disajikan sebagai berikut:

Table 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.349976	1.178841	3.690046	0.0003
ROA	-0.685078	4.110326	-0.166672	0.1679
CR	-0.057315	0.113986	-0.502830	0.4161
DER	-0.306035	0.172371	-1.775443	0.0786

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel, diketahui bahwa nilai probabilitas untuk variabel Profitabilitas (ROA) sebesar $0.1679 > \alpha$ ($0,05$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Nilai probabilitas untuk variabel Likuiditas (CR) sebesar

$0.14161 > \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Kemudian, nilai probabilitas untuk variabel Leverage (DER) sebesar $0.0786 > \alpha (0,05)$ juga mengindikasikan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga model dinyatakan bebas dari masalah heteroskedastisitas.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Uji autikorelasi digunakan untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ($t-1$) dalam model regresi linear. Jika ditemukan hubungan tersebut maka model mengalami masalah autokorelasi. Apabila nilai D berada diantara DU dan $(4 - DU)$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi. Hasil pengujian uji autokorelasi sebagai berikut:

Table 4.10 Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.481189	Mean dependent var	-1.19E-16
Adjusted R-squared	0.452631	S.D. dependent var	4.240713
S.E. of regression	3.137466	Akaike info criterion	5.183156
Sum squared resid	1072.963	Schwarz criterion	5.349321
Log likelihood	-293.6230	Hannan-Quinn criter.	5.250609
F-statistic	16.84930	Durbin-Watson stat	1.950458
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel, diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (D-W) sebesar 1.9504. Dengan jumlah variabel independent (k) = 3 dan jumlah sampel (n) = 29, diperoleh nilai DU sebesar 1.6499 dan nilai DL sebesar 1.1976. oleh karena itu, untuk menentukan nilai $4-DU$ dan $4-DL$ dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\text{Nilai } 4\text{-DU} = 4 - 1.6499 = 2.3501$$

$$\text{Nilai } 4\text{DL} = 4 - 1.1976 = 2.8024$$

$$\text{Nilai DW (Durbin Watson)} = 1.9504$$

Hasil uji autokorelasi durbin Watson:

$$\text{DU} < \text{DW} < 4\text{-DU} = 1.6499 < 1.9504 < 2.3501$$

Dari hasil diatas menjelaskan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

4.6 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah metode yang digunakan untuk menilai apakah suatu hipotesis dapat diterima atau harus ditolak. Proses ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas (signifikansi) dengan tingkat kesalahan yang ditetapkan, biasanya 0,05. Jenis pengujian yang termasuk di dalamnya antara lain uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) uji parsial (uji T), uji simultan (uji F), serta pengujian *Koefisien Determinasi* (R^2).

4.6.1 Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) adalah teknik analisis regresi yang digunakan untuk menguji pengaruh interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi terhadap variabel dependen. (Ghozali, 2016). Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) sebagai berikut :

4.6.1.1 *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Profitabilitas*, terhadap Nilai Perusahaan

Table 4.11 Hasil uji M1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.307948	2.745651	2.297433	0.2715
ROA	-6.802585	18.12474	-0.375320	0.9082
KEP.INST	5.999597	3.487091	9.229550	0.2439
M1	-20.12677	42.68483	0.471520	0.0338

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai probabilitas serta koefisien M1, yaitu interaksi antara *Profitabilitas* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* masing – masing sebesar $0.0338 < \alpha (0,05)$ dan -20.126. dengan demikian H0 ditolak dan Ha diterima yang berarti *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan melalui kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan. Dengan hasil tersebut hipotesis keempat (H4) dinyatakan diterima.

4.6.1.2 *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Likuiditas*, terhadap Nilai Perusahaan

Table 3.12 Hasil Uji M2

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.307948	2.745651	2.297433	0.2715
CR	-0.599597	0.64649	-0.922955	0.3581
KEP.INST	5.999597	3.487091	9.229550	0.2439
M2	-7.856108	2.218143	-1.256410	0.0156

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada tabel di atas diketahui bahwa nilai probabilitas dan koefisien M2 yaitu interaksi antara

Likuiditas (CR) dan *Corporate Social Responsibility*, masing – masing sebesar $0.0156 < \alpha$ (0,05) dan -7.8561. dengan demikian , H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan melalui kepemilikan institusional mampu memoderasi pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu hipotesis kelima (H_5) dinyatakan diterima.

4.6.1.3 *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Leverage*, terhadap Nilai Perusahaan

Table 4.13 Tabel Uji M3

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.307948	2.915671	2.297433	0.0215
DER	-2.341690	2.910394	-0.922955	0.1581
KEP.INST	3.678120	2.567134	1.196626	0.2411
M3	6.542170	3.590145	1.785308	0.2556

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada tabel di atas diketahui bahwa nilai probabilitas dan koefisien M3, yaitu interaksi antara *Leverage* (DER) dan *Corporate Social Responsibility* masing – masing sebesar $0,2556 > \alpha$ (0,05) dan 6.5421. dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan melalui kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis keenam (H_6) dinyatakan ditolak.

4.6.2 Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Ketika nilai signifikansi uji F lebih tinggi dari α (0,05) hal tersebut mengindikasikan bahwa H_0

diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independent tidak memberikan pengaruh simultan terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas pada uji F lebih kecil dari α (0,05) maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel independent secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Table 4.14 Hasil Uji F

R-squared	0.034223	Mean dependent var	2.987605
Adjusted R-squared	-0.000580	S.D. dependent var	2.156008
S.E. of regression	4.328579	Akaike info criterion	3.149399
Sum squared resid	2079.762	Schwarz criterion	2.671200
Log likelihood	-332.0092	Hannan-Quinn criter.	3.500879
F-statistic	0.983335	Durbin-Watson stat	2.034510
Prob(F-statistic)	0.004156		

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan tabel diatas, nilai nilai signifikansi 0,004 berdasarkan ketentuan uji F dimana nilai signifikansi (p value) $\leq 0,05$ dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan baik atau signifikan.

4.6.3 Uji T

Uji T dalam penelitian ini dimaksud untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel independent terhadap variabel dependen. Adapun kriteria pengujiannya yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_1 , H_2 , H_3 ditolak. dan jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_1 , H_2 , H_3 diterima. Hasil pengujian Uji T sebagai berikut:

Table 4.15 Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	kesimpulan
C	3.318261	1.429147	2.321847	0.0221	
ROA	0.495066	4.807377	2.602453	0.0018	Diterima
CR	0.168251	0.131686	1.277671	0.0024	Diterima
DER	-0.172372	0.191136	-2.301885	0.0216	Diterima

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa hasil uji T dari masing-masing variabel sebagai berikut :

1. *Profitabilitas* (ROA) Nilai t-Statistic sebesar 2.6024 sedangkan nilai probabilitas $0.0018 < \alpha (0,05)$ menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis pertama (H_1) diterima. Arah pengaruh yang positif menandakan bahwa semakin tinggi tingkat *Profitabilitas*, semakin meningkat pula nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena *Profitabilitas* yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya menarik minat investor untuk berinvestasi dan mendorong peningkatan harga saham perusahaan.
2. *Likuiditas* (CR) menunjukkan nilai t-Statistic sebesar 1.2776 dengan nilai probabilitas $0.0024 < \alpha (0,05)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti *Likuiditas* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Arah pengaruh yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *Likuiditas* perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan keseimbangan antara kemampuan bayar dan efisiensi penggunaan aset.
3. *Leverage* (DER) menunjukan nilai t-Statistic sebesar -2.3018 dengan nilai probabilitas $0.0216 < \alpha (0,05)$ mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Arah negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Leverage*, semakin rendah nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya

risiko keuangan akibat tingginya proporsi utang, yang dapat menimbulkan keraguan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya, sehingga berdampak pada penurunan kepercayaan investor dan menurunkan nilai perusahaan.

4.6.2 *Koefisien Determinasi*

Koefisien Determinasi biasa digunakan untuk mengetahui variabel independent dalam menerangkan variabel dependen. Apabila nilai *Koefisien Determinasi* mendekati angka 1 maka variabel independent dapat menerangkan variabel dependen semakin baik, sebaliknya jika nilai *Koefisien Determinasi* mendekati angka 0 maka variabel independent tidak dapat menerangkan variabel dependen dengan baik (Ghozali, 2016). Untuk mendapatkan model terbaik, maka peneliti akan menggunakan nilai Adjusted R^2 .

Table 4.16 Hasil *Koefisien Determinasi*

R-squared	0.034223	Mean dependent var	2.987605
Adjusted R-squared	0.465190	S.D. dependent var	2.156008
S.E. of regression	4.328579	Akaike info criterion	3.149399
Sum squared resid	2079.762	Schwarz criterion	2.671200
Log likelihood	-332.0092	Hannan-Quinn criter.	3.500879
F-statistic	0.983335	Durbin-Watson stat	2.034510
Prob(F-statistic)	0.004156		

Sumber : Pengolahan Data Eviews 12

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh hasil adjusted R Square (*Koefisien Determinasi*) sebesar 0.4651 Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 46.51% perolehan hasil variabel independen yaitu *Profitabilitas* (ROA), *Likuiditas* (CR) dan *Leverage* (DER) Sedangkan sisanya variabel

dependen yaitu nilai perusahaan (PBV) sebesar 53,49%, dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

4.8 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menerapkan uji model regresi data panel serta uji *Moderated Regression Analysis* (MRA). Adapun pembahasan hasil penelitian disajikan sebagai berikut :

4.8.1 Pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uji parsial (uji T) *Profitabilitas* menunjukkan nilai t-Statistic sebesar 2.6024 dengan nilai probabilitas $0.0018 < \alpha (0,05)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *profitabilitas* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H_1) dinyatakan diterima. Arah pengaruh positif tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar tingkat *profitabilitas*, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini disebabkan karena *Profitabilitas* yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya menarik minat investor untuk berinvestasi dan mendorong peningkatan harga saham perusahaan. *Profitabilitas* yang tinggi memberi sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan stabil dan menguntungkan. Berdasarkan teori sinyal (*Signaling Theory*), informasi laba yang tinggi menjadi sinyal bagi investor bahwa perusahaan memiliki potensi pertumbuhan, sehingga permintaan terhadap saham meningkat, menaikkan nilai pasar perusahaan. (Rachmawati, 2019). Dalam teori dividen menurut (Serly & Haris Yukie, 2021) laba yang besar memungkinkan perusahaan membagikan dividen lebih tinggi kepada pemelikutdang saham.

Investor cenderung tertarik pada perusahaan yang konsisten memberikan dividen, sehingga harga saham dan nilai perusahaan ikut meningkat. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Raningsih & Artini, 2018), (Novietta, 2022), (Aida , 2021), (Rachmawati, 2019) yang menyimpulkan bahwa peningkatan *profitabilitas* berdampak positif pada nilai perusahaan.

4.8.2 Pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uji parsial (Uji T) *Likuiditas* menunjukkan nilai t-Statistic sebesar 1.2776 dengan nilai probabilitas $0.0024 < \alpha (0,05)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *Likuiditas* memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis kedua (H_2) diterima. Arah pengaruh yang positif mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *Likuiditas* perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan keseimbangan antara kemampuan bayar dan efisiensi penggunaan aset. Menurut teori sinyal (*Signaling Theory*), *Likuiditas* yang tinggi mengirimkan sinyal bahwa perusahaan memiliki kinerja keuangan yang sehat dan mampu mengelola arus keuangan dengan baik. Investor menilai perusahaan tersebut lebih mampu membiayai kegiatan operasional dan ekspansi, sehingga prospeknya lebih baik. *Likuiditas* yang cukup tinggi dapat mengurangi konflik antara manajer dan pemegang saham, karena perusahaan memiliki dana internal yang bisa digunakan tanpa perlu mencari pendanaan eksternal (yang berisiko menimbulkan masalah kontrol). Kondisi ini menciptakan efisiensi operasional dan stabilitas finansial, yang berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Nada

Tauhida, 2024), (Aida, 2021), (Novietta, 2022) yang menjelaskan bahwa *Likuiditas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4.8.3 Pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan

Pada hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan nilai t-Statistic sebesar -0.9018 dengan nilai probabilitas $0.0216 < \alpha$ (0,05) mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Arah negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Leverage*, semakin rendah nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya risiko keuangan akibat tingginya proporsi utang, yang dapat menimbulkan keraguan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya, sehingga berdampak pada penurunan kepercayaan investor dan menurunkan nilai perusahaan. menunjukkan nilai t-Statistic sebesar -0.9018 dengan nilai probabilitas $0.0216 < \alpha$ (0,05) mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H_3) diterima. Arah negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *Leverage*, semakin rendah nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya risiko keuangan akibat tingginya proporsi utang, yang dapat menimbulkan keraguan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya, sehingga berdampak pada penurunan kepercayaan investor dan menurunkan nilai perusahaan. Menurut (Hermuningsih, 2022) *Leverage* yang tinggi meningkatkan probabilitas perusahaan berada dalam kondisi distress jika pendapatan menurun atau beban operasional tak terduga

muncul. Biaya kebangkrutan (termasuk pembayaran hukum, restrukturisasi, kehilangan kepercayaan investor) dapat menggerus nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Aida, 2021) dan (Rachmawati, 2019) yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

4.8.4 *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada penelitian ini membuktikan bahwa hipotesis ke empat (H4) diterima dan dapat disimpulkan bahwa *corporate sosial responbility* memperkuat pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan dengan hasil pengujian diperoleh nilai sebesar $0.0338 < \alpha$ (0,05) dan -20.126 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Menurut teori reputasi dalam jurnal (Prastuti, N.K. & Budiasih, 2019) perusahaan yang aktif menjalankan program CSR akan mendapatkan kepercayaan dan citra positif dari masyarakat. Citra yang baik dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, menarik investor, dan memperkuat posisi merek di pasar. Hal ini pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan *Profitabilitas*, yang kemudian menaikkan nilai perusahaan. Dalam teori sinyal (*Signaling Theory*), pelaporan CSR memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik, berorientasi jangka panjang, dan peduli terhadap keberlanjutan (*sustainability*). Investor menilai CSR sebagai indikasi perusahaan yang sehat dan transparan, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar, harga saham, dan akhirnya nilai perusahaan. (Wijaya, A., & Koesrindartoto, 2018). Hasil penelitian ini sejalan dengan (Aida, 2021) dan (Novietta, 2022) yang menyatakan

bahwa *corporate sosial resposnibility* memperkuat pengaruh *Profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

4.8.5 *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada penelitian ini membuktikan bahwa ke empat (H5) diterima dan dapat disimpulkan bahwa *corporate sosial resposnibility* memperkuat pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan dengan hasil pengujian diperoleh nilai sebesar $0.0156 < \alpha (0,05)$ dan -7.8561 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pelaksanaan CSR mengurangi risiko hukum, lingkungan, dan sosial, karena perusahaan memiliki hubungan baik dengan masyarakat dan regulator. CSR dapat memperkuat hubungan positif antara *Likuiditas* dan nilai perusahaan karena perusahaan yang memiliki *Likuiditas* tinggi dan juga aktif dalam kegiatan CSR dipersepsikan lebih sehat secara finansial, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Hal ini menumbuhkan kepercayaan investor dan kreditur, yang akhirnya meningkatkan nilai pasar perusahaan. Menurut *Signaling Theory* pada jurnal (Rachmawati, 2019) perusahaan dapat mengirimkan sinyal positif kepada pasar melalui kebijakan yang menunjukkan kinerja dan tanggung jawab manajerial yang baik. Ketika perusahaan memiliki tingkat *Likuiditas* yang tinggi dan diiringi pelaksanaan CSR yang aktif, hal ini memberikan sinyal positif bahwa perusahaan mampu mengelola aset lancar dengan baik, memiliki komitmen sosial tinggi, dan memiliki risiko kebangkrutan yang rendah. Investor menilai perusahaan tersebut sehat secara keuangan dan beretika tinggi, sehingga nilai perusahaan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian (Nada

Tauhida, 2024), (Aida, 2021), (Tumanan & Ratnawati, 2021) dan (Novietta, 2022) menyatakan bahwa *corporate sosial responbility* memperkuat pengaruh *Likuiditas* terhadap nilai perusahaan.

4.8.6 *Corporate Social Responsibility* memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) pada penelitian ini membuktikan bahwa ke empat (H6) ditolak dan dapat disimpulkan bahwa *corporate sosial responbility* tidak memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan hasil pengujian diperoleh nilai sebesar $0.2556 > \alpha (0,05)$ dan 6.5421 maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan dengan kepemilikan institusional tidak mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan dengan *Leverage* tinggi memiliki beban tetap berupa bunga dan kewajiban pembayaran utang. CSR tidak dapat secara langsung mengurangi risiko keuangan ini, karena CSR merupakan kegiatan sosial yang tidak berdampak langsung pada kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajibannya. Akibatnya, CSR tidak efektif sebagai variabel moderasi antara *Leverage* dan nilai perusahaan.(Nurdiana, 2019). Berdasarkan *Signaling Theory* pada jurnal (Rachmawati, 2019) *Leverage* tinggi merupakan sinyal negatif karena menandakan ketergantungan pada pendanaan eksternal dan peningkatan risiko. Meskipun perusahaan melakukan CSR, pasar tetap menilai *Leverage* tinggi sebagai kondisi berisiko. Dengan kata lain, CSR tidak cukup kuat untuk mengubah persepsi negatif investor terhadap struktur modal yang berisiko tinggi. Biaya yang harus ditanggung perusahaan terkait kepemilikan

institusional akan semakin besar seiring meningkatnya proporsi saham yang dimiliki oleh institusi, sehingga dapat menurunkan tingkat *Likuiditas* perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Aida, 2021) dan (Novietta, 2022) yang menyatakan bahwa *corporate sosial responbility* tidak memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh *profitabilitas*, *likuiditas*, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi, diperoleh temuan bahwa rasio *profitabilitas* dan *likuiditas* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *leverage* memberikan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini memberikan informasi bahwa meningkatnya risiko keuangan akibat tingginya proporsi utang, yang dapat menimbulkan keraguan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya, sehingga berdampak pada penurunan kepercayaan investor dan menurunkan nilai perusahaan.

Pada variabel moderasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *Profitabilitas* dan *Likuiditas* memiliki pengaruh signifikan atau memperkuat terhadap nilai perusahaan. Pada penjelasan teori sinyal CSR memberikan sinyal bahwa perusahaan memiliki tata kelola yang baik, berorientasi jangka panjang, dan peduli terhadap keberlanjutan (*sustainability*). Investor menilai CSR sebagai indikasi perusahaan yang sehat dan transparan, sehingga meningkatkan kepercayaan pasar, harga saham, dan akhirnya nilai perusahaan dinilai lebih baik dan aman bagi investor untuk berinvestasi. Namun pada *Leverage*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memperkuat pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) belum

cukup kuat untuk menutupi resiko keuangan yang ditimbulkan oleh tingginya tingkat utang. Dengan kata lain, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan sinyal positif yang efektif bagi investor ketika perusahaan memiliki *Leverage* tinggi, sehingga kepercayaan pasar dan nilai perusahaan tidak meningkat secara signifikan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil yang diperoleh. Salah satu keterbatasannya adalah penelitian hanya berfokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga temuan penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan pada sektor perusahaan lainnya. Selain itu, peneliti hanya menggunakan 29 data laporan keuangan perusahaan selama periode lima tahun karena adanya kriteria tertentu yang telah ditetapkan dalam pemilihan sampel.

5.3 Saran

Dari penelitian tentang pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas*, dan *Leverage* terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi memiliki saran diantaranya :

1. Bagi akademisi

Bagi akademisi dan peneliti di bidang akuntansi dan keuangan, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk memperluas kajian mengenai hubungan antara kinerja keuangan, tanggung jawab sosial, dan nilai perusahaan.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada perusahaan manufaktur tetapi juga sektor lain seperti perbankan, pertambangan, atau jasa. Menambah periode penelitian agar hasil lebih representatif terhadap kondisi ekonomi jangka panjang. Menambahkan variabel penelitian seperti solvabilitas dan menggunakan variabel moderasi atau mediasi lain, seperti ukuran perusahaan, kebijakan dividen, atau tata kelola perusahaan untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

5.4 Implikasi

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan agar lebih memperhatikan aspek *Profitabilitas* dan *Likuiditas* dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, pelaksanaan dan pengungkapan CSR perlu terus ditingkatkan sebagai strategi jangka panjang dalam menjaga kepercayaan investor dan reputasi perusahaan, khususnya di sektor manufaktur.

2. Bagi investor

Investor dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi. Investor disarankan tidak hanya memperhatikan kinerja keuangan seperti laba atau rasio utang, tetapi juga memperhatikan sejauh mana perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosialnya, karena CSR terbukti mampu memperkuat hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 5(3), 346–364. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Aida nur rahma, S. munfaqiroh. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*
- Annisa Aulia, & Shinta Avriyanti. (2024). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perbankan Yang Terindeks Di Lq45 Periode Tahun 2016-2021. *Japb*, 7(2), 1168–1185. <https://doi.org/10.35722/japb.v7i2.1071>
- Barli, H. (2018). *PENGARUH LEVERAGE DAN FIRM SIZE TERHADAP*. 6(2), 223–238.
- Basuki, A & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. PT Rajagrafindo Persada.
- Brigham, Eugene F., dan J. F. H. (2021). *Fundamentals of financial Management*. Cengage Learning.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title*. 24(1), 167–186.
- Dhea Abdillah, & Ali, H. (2024). Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(4), 787–794. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i4.2077>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*.
- Harun, S., J. G. (2018). *Pengaruh profitabilitas, free cash flo, leverage, likuiditas dan size terhadap Dividen Payout Ratio (DPR) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*.
- Hermuningsih, S., Kusuma, H., Erawati, T., & Rahmawati, A. D. (2022). Fundamental aspects of leverage, profitability and financial distress as mediating variables that influence firm value. *Jurnal Akuntansi & Auditing Indonesia*, 26(2), 130–144. <https://doi.org/10.20885/jaai.vol26.iss2.art3>

- Hery. (2023). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Grasindo.
- Irmayanti, K. R. D., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Pemoderasi. *Jurnal KARMA (Karya Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 2(1), 2436–2445.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- Kolamban, D. V, Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(3), 174–183.
- Mentari, Mila., Indriani, Eni., Astuti, W. (2022). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGANYANG TERDAFTAR DI BEI PASCA PANDEMI COVID-19*.
- Meze, M. F., & Tohar, A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Pertambangan ayng Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri, September*, 330–338.
<http://repository.unpkediri.ac.id/4724/>
- Mustanda, I. K. (2016). *Pramana dan Mustanda*. 5(1), 561–594.
- Nada Tauhida. (2024). *Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi*.
- Novietta, L., Nurmadi, R., Suryani, Y., Ika, D., & Rambe, R. F. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Corporate Social Responsibility. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(2), 75–83.
<https://doi.org/10.47065/jtear.v3i2.555>
- Nurdiana, D. (2019). Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*.
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan

- Lokasi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang PT. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 3(1), 1–8.
- Pradita, R. A. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Bambang Suryono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesia) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* , 8(2), 1–13.
- Pradnyadewi, D. T., I Wayan Priyana Agus Sudharma, & Primajana, D. J. (2021). Dinamika Behavioral Finance di Era Pasca Pandemi Covid-19. *Nusantara Hasana Journal*, 1(7), 132–137.
- Prastuti, N.K. & Budiasih, I. G. A. . (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.
- Prillia, P., Ningrum, A., Kusumaningtias, R., & Hanif, A. (2025). *BAGAIMANA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MEMENGARUHI KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN CONSUMER GOODS ?* 7(1), 1–12.
- Purnomo, E., & Erawati, T. (2019). *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2012 - 2016)*.
- Rachmawati, M. (2019). *PENGARUH PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertanian Sub Sektor Perkebunan Yang Terdaftar di BEI 2014-2018)* SKRIPSI.
- Raningsih, N. K., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia *PENDAHULUAN* Manajemen perusahaan memiliki tujuan utama yaitu memaksimalkan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 7(8), 1997–2026.
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan

- Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(10), 1–18.
- Sartono, A. (2015). *Manajemen Keuangan*. BPFE Yogyakarta.
- Serly & Haris Yukie. (2021). Determinan Kebijakan Dividen di Bursa Efek Indonesia. *Unud*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Susanto, H., & Tjahjono, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Dan Good Corporate Governance (Gcg) Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(4), 1470–1497. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v3i4.862>
- Tumanan, N., & Ratnawati, D. (2021). Pengaruh Likuiditas , Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan , CSR sebagai Pemoderasi. *Natalia Tumanan, Dyah Ratnawati*, 14(1), 123–135.
- Wahyuningrum, A. D., & Sunarto, S. (2023). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 6(1), 122–136. <https://doi.org/10.34128/jra.v6i1.179>
- Wijaya, A., & Koesrindartoto, D. P. (2018). The Effect of Corporate Social Responsibility on Firm Value with Profitability as an Intervening Variable. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan Sustainability Report Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278–1311.
- Yanyu Chen, Lin Zhu, Z. Y. (2023). Operating leverage and corporate cash holdings: evidence from China. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 30.
- Yendrawati, R., & Pratidina, D. (2013). Pengaruh kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi pada hubungan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia). *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 35(78), 17–24. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol35.iss78.art2>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Perusahaan

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ASGR	PT ASTRA GRAPHIA TBK
2.	BNBR	PT BAKRIE & BROTHERS TBK
3.	AMFG	PT ASAHIMAS FLAT GLASS TBK
4.	SSIA	PT SURYA SEMESTA INTERNUSA TBK
5.	TBMS	PT TEMBAGA MULIA SEMANAN TBK
6.	ADHI	PT ADHI KARYA (PERSERO) TBK
7.	TOTL	PT TOTAL BANGUN PERSADA TBK
8.	JSMR	PT JASA MARGA (PERSERO) TBK
9.	WIKA	PT WIJAYA KARYA (PERSERO) TBK
10.	BIPI	PT ASTRINDO NUSANTARA INFRASTRUKTUR TBK
11.	BULL	PT BUANA LINTAS LAUTAN TBK
12.	MBSS	PT MITRABAHTERA SEGARA SEJATI TBK
13.	GIAA	PT GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK
14.	TARA	PT AGUNG SEMESTA SEJAHTERA TBK
15.	WSKT	PT WASKITA KARYA (PERSERO) TBK
16.	TPMA	PT TRANS POWER MARINE TBK
17.	ACST	PT ACSET INDONUSA TBK
18.	PBSA	PT PARAMITA BANGUN SARANA TBK
19.	PSSI	PT IMC PELITA LOGISTIK TBK
20.	PORT	PT NUSANTARA PELABUHAN HANDAL TBK
21.	SKRN	PT SUPERKRANE MITRA UTAMA TBK
22.	SOSS	PT SHIELD ON SERVICE TBK
23.	IPCC	PT INDONESIA KENDARAAN TERMINAL TBK
24.	SPTO	PT SURYA PERTIWI TBK
25.	BPTR	PT BATAVIA PROSPERINDO TRANS TBK
26.	TCPI	PT TRANSCOAL PACIFIC TBK
27.	TEBE	DANA BRATA LUHUR TBK, PT
28.	BESS	BATULICIN NUSANTARA MARITIM TBK, PT
29.	RMKE	PT RMK ENERGY TBK

Lampiran 2. Hasil Perhitungan *Profitabilitas* (ROA)

Kode Perusahaan	2024	2023	2022	2021
ASGR	7.20	7.59	7.00	5.50
BNBR	4.80	3.34	1.52	0.42
AMFG	3.28	7.78	5.86	4.30
SSIA	2.26	2.10	2.11	(2.58)

TBMS	5.95	4.34	3.87	4.74
ADHI	0.72	0.53	0.20	0.14
TOTL	7.59	5.51	3.07	3.73
JSMR	3.22	5.25	3.01	1.60
WIKI	3.57	10.80	0.08	0.17
BIPI	0.39	0.38	0.02	1.50
BULL	3.90	7.47	11.65	37.87
MBSS	7.40	9.86	11.91	6.47
GIAA	6.74	8.28	5.53	4.92
TARA	0.19	0.25	0.29	1.89
WSKT	3.36	3.94	1.93	1.06
TPMA	10.17	10.21	13.31	3.99
ACST	19.46	10.36	21.26	28.06
PBSA	19.21	24.24	15.58	10.76
PSSI	7.48	20.01	23.53	15.52
PORT	3.28	3.64	1.12	3.14
SKRN	14.04	10.26	5.27	0.27
SOSS	1.25	5.99	6.90	8.89
IPCC	11.47	10.67	7.38	3.06
SPTO	0.74	2.24	1.27	0.74
BPTR	1.97	1.78	1.46	1.40
TCPI	2.32	5.17	3.87	2.77
TEBE	11.47	19.13	24.99	16.61
BESS	3.65	11.51	7.24	16.85
RMKE	12.15	13.47	23.20	14.23

Lampiran 3. Hasil Perhitungan *Likuiditas* (CR)

Kode Perusahaan	2024	2023	2022	2021
ASGR	2.57	2.64	2.43	2.36
BNBR	1.69	1	0.93	0.9
AMFG	1.42	1.44	1.2	0.99
SSIA	3.02	2.13	1.82	2.07
TBMS	1.66	1.54	1.51	1.32
ADHI	1.12	1.14	1.21	1.02
TOTL	1.28	1.33	1.49	1.58
JSMR	0.34	0.35	1.02	0.86
WIKI	1.59	0.8	1.1	1.01
BIPI	1.01	0.78	0.72	0.48
BULL	0.65	0.7	0.66	0.39
MBSS	12.44	12.98	7.06	7.42
GIAA	0.47	0.56	0.48	0.05
TARA	1.21	1.32	1.48	1.6
WSKT	0.91	0.95	1.58	1.57
TPMA	1.69	1.44	1.66	1.37
ACST	0.86	1	1.15	1.4
PBSA	2.67	3.11	3.23	3.33

PSSI	6.43	4.07	2.22	1.57
PORT	2.27	1.76	1.82	1.4
SKRN	2	0.77	1.92	1.55
SOSS	2.73	2.6	2.43	2.29
IPCC	4.87	3.69	1.73	4.83
SPTO	1.71	1.61	1.49	1.62
BPTR	0.33	0.67	0.39	0.32
TCPI	1.35	0.9	0.82	0.8
TEBE	9.58	9.45	1.93	2.51
BESS	4.33	2.27	1.18	1.24
RMKE	2.09	1.84	2.34	1.38

Lampiran 4. Hasil Perhitungan *Leverage* (DER)

Kode Perusahaan	2024	2023	2022	2021
ASGR	0.531	0.497	0.581	0.631
BNBR	0.746	1.669	10.442	10.753
AMFG	0.615	0.757	1.007	1.248
SSIA	0.297	0.894	0.946	0.914
TBMS	1.043	1.149	1.191	1.563
ADHI	2.622	3.389	3.532	2.622
TOTL	1.944	1.936	1.411	1.214
JSMR	1.446	2.323	2.557	2.970
WKA	4.354	5.893	3.291	2.980
BIPI	1.858	2.063	1.108	1.351
BULL	1.192	1.544	2.165	4.414
MBSS	0.126	0.172	0.134	0.050
GIAA	-5.896	-6.245	-5.062	-2.177
TARA	0.021	0.020	0.012	0.021
WSKT	8.786	7.240	5.896	5.701
TPMA	0.664	0.487	0.209	0.288
ACST	-20.949	5.587	2.146	1.222
PBSA	0.441	0.332	0.329	0.337
PSSI	0.198	0.209	0.230	0.406
PORT	1.233	0.761	0.987	1.226
SKRN	1.268	2.392	1.856	1.601
SOSS	0.517	0.567	0.623	0.743
IPCC	0.449	0.462	0.886	0.843
SPTO	0.445	0.452	0.479	0.531
BPTR	2.684	2.051	3.659	2.337
TCPI	0.722	0.674	0.705	0.849
TEBE	0.064	0.059	0.235	0.215
BESS	0.111	0.205	0.569	0.548
RMKE	0.371	0.514	0.390	0.745

Lampiran 5. Hasil Analisis Statistik Diskriptif

	ROA	CR	DER	CSR	PBV
Mean	0.090236	3.099296	2.145677	0.458477	4.327324
Median	0.038700	0.758815	1.490000	0.441667	0.880000
Maximum	0.249900	10.75334	12.98000	0.850000	32.62000
Minimum	-0.378700	-20.94946	0.050000	0.158333	-7.730000
Std. Dev.	0.042817	1.160506	2.046207	0.154243	1.836190
Skewness	-1.170812	-2.634333	3.182789	0.240402	4.948573
Kurtosis	8.056602	25.56657	14.21598	2.411524	31.29404
Jarque-Bera	150.0867	2595.544	803.8742	2.791136	4342.780
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.247692	0.000000
Sum	4.966820	134.6187	237.3600	53.18333	212.9980
Sum Sq. Dev.	0.936386	1104.648	529.4519	2.735970	2153.460
Observations	116	116	116	116	116

Lampiran 6. Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	3.376675	(28,83)	0.0021
Cross-section Chi-square	88.205722	28	0.0001

Lampiran 7. Hasil Uji *Hausman*

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	6.623237	4	0.0372

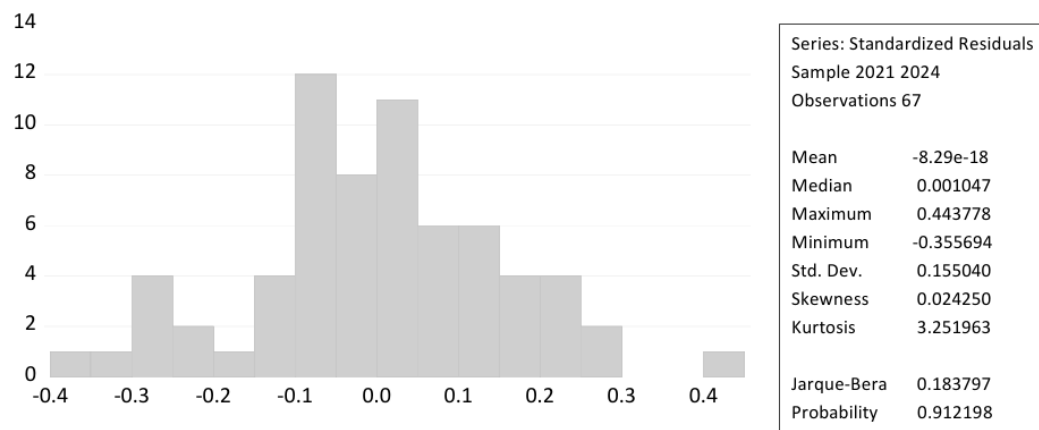
Lampiran 8. Hasil Uji Lagrange Multiplier

Null (no rand. effect) Alternative	Cross-section One-sided	Period One-sided	Both
Breusch-Pagan	4.104690 (0.0428)	0.397853 (0.2282)	4.502543 (0.0138)
Honda	2.026003 (0.0214)	0.630756 (0.2641)	1.878612 (0.0301)
King-Wu	2.026003 (0.0214)	0.630756 (0.2641)	1.769938 (0.0384)
SLM	2.197524 (0.0140)	1.526982 (0.0634)	-- --
GHM	-- --	-- --	4.502543 (0.0432)

Lampiran 9. Hasil Regresi Data Panel Fixed Effect Model

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.318261	1.429147	2.321847	0.0221
ROA	0.495066	4.807377	2.602453	0.0018
CR	0.168251	0.131686	1.277671	0.0024
DER	-0.172372	0.191136	-0.901830	0.0216

Lampiran 10. Hasil Uji Normalitas



Lampiran 11. Hasil Uji Multikolinearitas

	ROA	CR	DER
ROA	1.000000	-0.115647	0.315850
CR	-0.115647	1.000000	-0.115340
DER	0.315850	-0.115340	1.000000

Lampiran 12. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.349976	1.178841	3.690046	0.0003
ROA	-0.685078	4.110326	-0.166672	0.1679
CR	-0.057315	0.113986	-0.502830	0.4161
DER	-0.306035	0.172371	-1.775443	0.0786

Lampiran 13. Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.481189	Mean dependent var	-1.19E-16
Adjusted R-squared	0.452631	S.D. dependent var	4.240713
S.E. of regression	3.137466	Akaike info criterion	5.183156
Sum squared resid	1072.963	Schwarz criterion	5.349321
Log likelihood	-293.6230	Hannan-Quinn criter.	5.250609
F-statistic	16.84930	Durbin-Watson stat	1.950458
Prob(F-statistic)	0.000000		

Lampiran 14. Hasil Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	3.318261	1.429147	2.321847	0.0221
ROA	0.495066	4.807377	2.602453	0.0018
CR	0.168251	0.131686	1.277671	0.0024
DER	-0.172372	0.191136	-2.301885	0.0216

Lampiran 15. Hasil Uji F

R-squared	0.034223	Mean dependent var	2.987605
Adjusted R-squared	-0.000580	S.D. dependent var	2.156008
S.E. of regression	4.328579	Akaike info criterion	3.149399
Sum squared resid	2079.762	Schwarz criterion	2.671200
Log likelihood	-332.0092	Hannan-Quinn criter.	3.500879
F-statistic	0.983335	Durbin-Watson stat	2.034510
Prob(F-statistic)	0.004156		

Lampiran 16. Hasil *Koefisien Determinasi*

R-squared	0.034223	Mean dependent var	2.987605
Adjusted R-squared	0.465190	S.D. dependent var	2.156008
S.E. of regression	4.328579	Akaike info criterion	3.149399
Sum squared resid	2079.762	Schwarz criterion	2.671200
Log likelihood	-332.0092	Hannan-Quinn criter.	3.500879
F-statistic	0.983335	Durbin-Watson stat	2.034510
Prob(F-statistic)	0.004156		

Lampiran 17. Hasil uji M1

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.307948	2.745651	2.297433	0.2715
ROA	-6.802585	18.12474	-0.375320	0.9082
KEP.INST	5.999597	3.487091	9.229550	0.2439
M1	-20.12677	42.68483	0.471520	0.0338

Lampiran 18. Hasil Uji M2

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	6.307948	2.745651	2.297433	0.2715
CR	-0.599597	0.64649	-0.922955	0.3581
KEP.INST	5.999597	3.487091	9.229550	0.2439
M2	-7.856108	2.218143	-1.256410	0.0156

Lampiran 19. Hasil Uji M3

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.307948	2.915671	2.297433	0.0215
DER	-2.341690	2.910394	-0.922955	0.1581
KEP.INST	3.678120	2.567134	1.196626	0.2411
M3	6.542170	3.590145	1.785308	0.2556