

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN *GOOD CORPORATE
GOVERNANCE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor *Consumer Cyclical*s Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2021-2023)

SKRIPSI



Oleh

NOVIANA AYU RAMADANA

NIM : 210502110136

PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Kasus Pada Perusahaan Sektor *Consumer Cyclical*s Yang Terdaftar Di
Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2021-2023)

SKRIPSI

Diajukan kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)



Oleh

NOVIANA AYU RAMADANA

NIM : 210502110136

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

6/20/25, 12:20 AM

Print Persetujuan

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

Oleh

Noviana Ayu Ramadana

NIM : 210502110136

Telah Disetujui Pada Tanggal 5 Desember 2024

Dosen Pembimbing,



Yuliati, M.S.A

NIP. 197307032023212005

LEMBAR PENGESAHAN

7/30/25, 6:09 PM

Print Pengesahan

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi

SKRIPSI

Oleh

NOVIANA AYU RAMADANA

NIM : 210502110136

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 25 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji:

1 Ketua Penguji

Wuryaningsih, M.Sc

NIP. 199307282020122008

2 Anggota Penguji

**Dr. Yona Octiani Lestari, SE., M.SA., CSRS.,
CSRA., CFA**

NIP. 197710252009012006

3 Sekretaris Penguji

Yuliati, M.SA

NIP. 197307032023212005

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,

Yuniarti Hidayah Suyoso Putra, SE., M.Bus., Ak. CA., Ph.D

NIP. 197606172008012020

SURAT PERNYATAAN

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Noviana Ayu ramadana

Nim : 210502110136

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul :

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderasi

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain, selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau Pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun

Malang, 19 Juni 2025

Hasrat Saya

METERAI TEMPEL
678AMX231928185
Noviana Ayu Ramadana

MOTTO

“Lakukan apa yang kamu sukai. Selama doa ayah ibu menyertai, hidupmu akan baik-baik saja”.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat, kasih sayang, dan kekuatan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan segenap daya dan upaya. Tanpa izin dan pertolongan-Nya, perjalanan panjang ini tidak akan sampai pada titik akhir.

Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan mulia Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia menuju jalan kebenaran dan ilmu pengetahuan. Semoga kita semua dapat terus meneladani akhlak dan perjuangan beliau dalam kehidupan sehari-hari.

Perjalanan menyusun skripsi ini tidaklah mudah. Ada banyak hal yang dilalui: lelah yang tak selalu terlihat, air mata yang kadang tak tertahan, hingga harapan yang terus dirawat meski langkah terasa berat. Namun di balik semua itu, ada begitu banyak pihak yang menjadi cahaya dan kekuatan selama proses ini berlangsung. Sebagai bentuk rasa terima kasih dan penghargaan, dengan penuh rasa hormat dan cinta, penulis mempersembahkan karya ini untuk:

1. Yang pertama penulis ucapkan banyak terimakasih kepada kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Asmadi dan Ibu Anik, terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik. Tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Gelar ini adalah persembahan kecil dari anakmu yang ingin membalas, meski takkan pernah cukup atas semua pengorbananmu. Semoga Ayah dan Ibu sehat selalu, bahagia, dan diberikan panjang umur yang barokah.
2. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada saudara penulis yaitu adek Aira dan Al fatih yang telah menghibur penulis di masa- masa penulisan skripsi, dan selalu ada disaat penulis membutuhkan bantuan. Tak lupa pula kepada saudara saudara penulis lainnya yang ikut dalam mensupport di setiap langkah penulis

3. Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi yang tulus kepada seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang atas ilmu, bimbingan, dan dukungan yang telah diberikan selama masa studi. Semoga setiap ilmu yang telah diajarkan menjadi amal jariyah yang mendatangkan pahala, serta membawa manfaat yang luas bagi penulis di dunia maupun akhirat.
4. Penulis juga Penulis juga menyampaikan banyak terima kasih kepada Ibu Yuliati, M.S.A., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran dan kehangatan. Terima kasih atas waktu, ilmu, dan perhatian yang diberikan dengan tulus. Semoga segala bimbingan yang Ibu berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahala.
5. Penulis juga menyampaikan terima kasih teruntuk seseorang yang tak bisa penulis sebutkan namanya di sini yang pernah hadir di tengah perjuangan ini. Terimakasih atas patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi. Terimakasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis dan juga telah menjadi bagian dari perjalanan yang tidak mudah ini.
6. Teruntuk rekan-rekan dan teman seperjuangan, yang telah kebersamai penulis dalam proses perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas semangat, kerja sama, dan kebersamaan yang terjalin selama ini. Kehadiran kalian memberikan arti tersendiri dalam perjalanan akademik ini. Semoga setiap langkah kita ke depan senantiasa diberkahi dan dimudahkan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
بديريت	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.3 Kajian Teoritis	21
2.3.1 Teori Keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	21
2.3.2 Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>).....	21
2.3.3 <i>Corporate Social Responsibility</i>	22

2.3.4 Likuiditas.....	22
2.3.5 Profitabilitas	23
2.3.6 Nilai Perusahaan.....	24
2.3.7 Tata Kelola Perusahaan (GCG).....	24
2.3.8 Nilai Perusahaan dalam Perspektif Islam.....	26
2.4 Kerangka Konseptual	28
2.5 Hipotesis Penelitian.....	29
2.5.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan.....	29
2.5.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	30
2.5.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	31
2.5.4 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi.....	32
2.5.5 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi	33
2.5.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	35
3.2 Lokasi Penelitian.....	35
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	36
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	36
3.5 Data dan Jenis Data.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39

3.7 Definisi Operasional Variabel	39
3.7.1 Variabel Independen.....	39
3.7.2 Variabel Dependen	41
3.7.3 Variabel Moderasi	41
3.8 Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	43
3.8.2 Analisis Pendekatan Model	43
3.8.3 Analisis Pemilihan Model	44
3.8.4 Persamaan Regresi Data Panel.....	46
3.8.5 Uji Asumsi Klasik	46
3.8.6 Uji Hipotesis	47
3.8.7 Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	50
4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
4.1.3 Analisis Pemilihan Model	52
4.1.4 Persamaan Regresi Data Panel.....	55
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	56
4.1.6 Pengujian Hipotesis.....	58
4.1.7 Moderated Regression Analysis (MRA)	60
4.2 PEMBAHASAN	61
4.2.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	62
4.2.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan	63
4.2.3 Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan	64

4.2.4 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi.....	65
4.2.5 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi	66
4.2.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi.....	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan.....	17
Tabel 3.1 Hasil Purposive Sampling.....	37
Tabel 3.2 Perusahaan terpilih Sebagai Sampel.....	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.2 Hasil Uji Chow.....	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Hausman.....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Lagrange Multiplier.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Parsial (t).....	58
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
Tabel 4.8 Hasil Uji MRA.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	28
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Pengumpulan.....	75
Lampiran 2 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif	78
Lampiran 3 : Analisis Pemilihan Model	79
Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik.....	80
Lampiran 5 : Uji Hipotesis	81
Lampiran 6 : Uji Moderasi.....	82
Biodata Peneliti	83
Jurnal Bimbingan Skripsi.....	84
Surat Keterangan Bebas Plagiarisme	86

ABSTRAK

Noviana Ayu Ramadana, SKRIPSI. Judul: “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderasi”.
Pembimbing : Yuliati

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, Profitabilitas, Nilai Perusahaan, GCG

Nilai perusahaan merupakan cerminan penting dari kinerja perusahaan dan menjadi perhatian utama bagi investor. Beberapa faktor internal seperti *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan profitabilitas diyakini memiliki pengaruh terhadap nilai tersebut. Selain itu *Good Corporate Governance* (GCG) dalam penelitian ini diuji untuk mengetahui apakah GCG mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh CSR, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta mengevaluasi peran GCG sebagai variabel moderasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi data panel. Sampel diambil dengan teknik purposive sampling yang menghasilkan 26 perusahaan dari sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023, dengan total 78 data observasi. Data sekunder diperoleh melalui laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Analisis dilakukan menggunakan regresi panel dan *Moderated Regression Analysis* (MRA) dengan bantuan perangkat lunak EViews 12.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, likuiditas dan profitabilitas tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Selain itu, GCG tidak mampu memoderasi hubungan antara ketiga variabel independen dengan nilai perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa implementasi CSR yang konsisten dapat meningkatkan persepsi investor terhadap perusahaan, sementara pengelolaan likuiditas dan profitabilitas tetap dibutuhkan untuk menjaga stabilitas jangka panjang.

ABSTRACT

Noviana Ayu Ramadana, THESIS. Title: " The Effect of Corporate Social Responsibility, Liquidity, and Profitability on Firm Value with Good Corporate Governance as a Moderating Variable".
Advisor: Yuliati

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Liquidity, Good Corporate Governance, Firm Value.

Firm value is an important reflection of a company's performance and a key concern for investors. Several internal factors such as Corporate Social Responsibility (CSR), liquidity, and profitability are believed to influence this value. In addition, Good Corporate Governance (GCG) in this study is tested to determine whether GCG can strengthen or weaken the relationship between these variables. This research aims to examine the effect of CSR, liquidity, and profitability on firm value, as well as evaluate the role of GCG as a moderating variable.

A quantitative approach was used with panel data regression as the analysis method. The sample consisted of 26 consumer cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2021–2023, selected through purposive sampling, resulting in 78 observations. Secondary data were obtained from annual and sustainability reports. Data analysis was carried out using panel data regression and Moderated Regression Analysis (MRA) with the help of EViews 12 software.

The findings indicate that CSR significantly affects firm value. However, liquidity and profitability do not show significant influence. Furthermore, GCG does not moderate the relationship between the independent variables and firm value. These results highlight the strategic role of CSR in enhancing investor perception, while effective management of liquidity and profitability remains essential for long-term stability.

يديرجت

الملخص

نوفيانا أيو رمضان، بحث التخرج
العنوان: "تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات، السيولة والربحية على قيمة الشركة مع حوكمة الشركات
"الجيدة كمتغير معدل
المشرفة: يوليانيتي، ماجستير في العلوم المحاسبية

تُعَدُّ قيمة الشركة انعكاساً مهماً لأداء الشركة ومحلَّ اهتمامٍ رئيسيٍّ للمستثمرين. ويُعتَقَدُ أنَّ بعض العوامل والسيولة، والربحية لها تأثيرٌ على هذه القيمة، (CSR) الداخلية مثل المسؤولية الاجتماعية للشركات في هذا البحث لمعرفة ما إذا كانت قادرةً (GCG) بالإضافة إلى ذلك، يتمُّ اختبارُ حوكمة الشركات الجيدة، على تعزيز أو إضعاف العلاقة بين هذه المتغيرات. يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير المسؤولية الاجتماعية والسيولة، والربحية على قيمة الشركة، وكذلك تقييم دور حوكمة الشركات كمتغير مُعدِّل تم اعتماد منهج كمي باستخدام تحليل انحدار بيانات لوحية. وقد تم اختيار العينة باستخدام أسلوب العينة القصدية، وشملت 26 شركة من قطاع السلع الاستهلاكية الدورية المدرجة في بورصة إندونيسيا خلال الفترة بإجمالي 78 ملاحظة. تم الحصول على البيانات الثانوية من التقارير السنوية وتقارير، 2021-2023 باستخدام برنامج (MRA) الاستدامة. وتم تحليل البيانات باستخدام الانحدار اللوحي وتحليل الانحدار المعدل EViews 12.

تؤثر بشكل معنوي على قيمة الشركة، في حين أن السيولة والربحية لا تظهران CSR أظهرت النتائج أن لا تعدل العلاقة بين المتغيرات الثلاثة وقيمة الشركة. وتُبرز هذه GCG تأثيراً معنوياً. كما أظهرت النتائج أن النتائج الدور الاستراتيجي للمسؤولية الاجتماعية في تعزيز ثقة المستثمرين، إلى جانب أهمية إدارة السيولة والربحية لضمان الاستقرار على المدى الطويل.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis. Perusahaan tidak hanya berfokus pada upaya meraih keuntungan semata, tetapi juga diharapkan memberikan perhatian terhadap kelestarian lingkungan serta kesejahteraan masyarakat sekitar. Dalam aktivitas operasionalnya, perusahaan secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan lingkungan sekitarnya. Perkembangan perusahaan yang pesat sering kali menimbulkan kesenjangan sosial serta kerusakan lingkungan. Dengan meningkatnya kesadaran informasi dan bisnis, konsep CSR mulai diperkenalkan di kalangan pelaku usaha di berbagai negara, termasuk Indonesia, dan diimplementasikan dengan cara yang beragam (Bella Angraini & Murtanto, 2023). Saat ini, CSR telah menjadi hal yang umum dan dikenal baik oleh masyarakat maupun pelaku usaha. Di Indonesia, CSR yang awalnya bersifat filantropis kini berkembang menjadi kewajiban yang diatur dalam Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 (Bella Angraini & Murtanto, 2023).

Pelaksanaan CSR di Indonesia bertujuan untuk memperkuat perekonomian nasional yang berbasis usaha kecil dan menengah, serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui perbaikan institusi dan infrastruktur Pendidikan (Bella Angraini & Murtanto, 2023). Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan. Di samping itu, pengelolaan dana dari investor secara efektif juga menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam menjaga tingkat likuiditas dan meningkatkan profitabilitas. Ketiga aspek tersebut diperkirakan memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan, sehingga dianalisis lebih lanjut dalam penelitian ini. Selain itu, perusahaan diwajibkan menyusun laporan tahunan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para pemegang saham dan investor (Bella Angraini & Murtanto, 2023). Penelitian mengenai pengungkapan tanggung

jawab sosial yang dikaitkan dengan *Good Corporate Governance* (GCG) telah dilakukan oleh Winda Heldayati (2014) (Karina & Setiadi, 2020). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun dimoderasi oleh mekanisme GCG.

Selain CSR, Adapun variabel lain seperti likuiditas yang juga merupakan salah satu variabel yang memengaruhi nilai perusahaan. Menurut Chayani dan Wirawati (2019), rasio likuiditas adalah ukuran yang digunakan untuk menilai kinerja suatu perusahaan. Bisnis bergantung pada rasio likuiditas karena mencerminkan efisiensi penggunaan aset lancar serta risiko kredit jangka pendek. Kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya berkorelasi positif dengan rasio likuiditasnya (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Karena likuiditas yang sehat memungkinkan perusahaan menghasilkan lebih banyak keuntungan, manajer bisnis harus selalu menjaga tingkat likuiditas yang baik. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan nilai Perusahaan (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Pada penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan dianggap likuid jika dana lancarnya lebih besar daripada utang lancarnya; ini menunjukkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi keuangan yang sehat dan meningkatkan kredibilitasnya di mata investor.(Chynthiawati & Jonnardi, 2022).

Likuiditas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendeknya menggunakan dana yang tersedia, seperti membayar gaji, biaya operasional, atau utang jangka pendek. Rasio likuiditas, seperti *current ratio* (CR) dan *quick ratio* (QR), menjadi indikator utama (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Nilai CR dan QR yang tinggi menunjukkan tingkat likuiditas yang baik, yang dapat meningkatkan persepsi positif terhadap perusahaan di mata investor. Selain itu, Sukamulja (2019) menambahkan bahwa likuiditas juga menggambarkan seberapa cepat perusahaan dapat mengubah aset menjadi kas. Penelitian oleh (Chynthiawati & Jonnardi, 2022) menunjukkan bahwa likuiditas memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat likuiditas yang terlalu tinggi tanpa pengelolaan

yang optimal justru dapat menurunkan nilai perusahaan. Kas yang menganggur berpotensi menghambat produktivitas serta menurunkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yang pada akhirnya berdampak pada berkurangnya kepercayaan investor. Menanggapi hal tersebut, beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa good corporate governance dapat berperan dalam mengurangi dampak negatif dari likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2015–2018, ditemukan bahwa good corporate governance mampu mengurangi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Temuan ini diperkuat oleh Latifah dan Murningsih (2017) yang menyatakan bahwa good corporate governance memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan (Kurniawan et al., 2020).

Selain CSR dan Likuiditas variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Profitabilitas adalah indikator yang menunjukkan sejauh mana sebuah perusahaan mampu menghasilkan keuntungan dari aset atau modal yang dimilikinya (Arifianto & Chabachib, 2016). Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan untuk mencetak keuntungan yang besar, yang menjadi daya tarik bagi investor potensial. Semakin tinggi minat investor untuk menanamkan modal pada perusahaan, semakin tinggi pula harga saham perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas juga mencerminkan kinerja operasional perusahaan.

Menurut (Arfan, 2022) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba. Kinerja suatu perusahaan dapat diukur dari kemampuannya dalam mencetak keuntungan, karena profitabilitas menjadi salah satu indikator efektivitas pengelolaan Perusahaan (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Penilaian profitabilitas dapat dilakukan melalui berbagai cara, bergantung pada perbandingan laba terhadap aktiva atau modal. Profitabilitas juga mencerminkan kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dilaporkan dalam laporan keuangan, semakin baik pula kinerja perusahaan. Tujuan utama dari pengambilan keputusan keuangan adalah menciptakan nilai tambah bagi para investor (Brigham & Houston, 2018) Nilai

tersebut tercermin dari harga saham perusahaan, yang juga merepresentasikan nilai keseluruhan perusahaan. Sejalan dengan hal tersebut penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Salah satunya disampaikan oleh (Chynthiawati & Jonnardi, 2022) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor. Namun, hasil yang bertentangan juga ditemukan, termasuk dalam penelitian ini yang menunjukkan bahwa profitabilitas justru berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Ketidakesesuaian hasil tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan masih belum konsisten, sehingga diperlukan kajian lebih lanjut dengan mempertimbangkan peran good corporate governance sebagai variabel yang dapat memengaruhi hubungan tersebut. Namun, ketika profitabilitas dianalisis bersama good corporate governance (GCG) sebagai variabel moderasi, hasilnya justru menunjukkan pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (Kurniawan et al., 2020). Hal ini mengindikasikan bahwa GCG belum tentu mampu memperkuat hubungan tersebut, sehingga efektivitasnya sebagai variabel moderasi masih perlu dikaji lebih dalam.

Menurut Sudana (2011) nilai perusahaan adalah nilai kini dari arus kas atau pendapatan yang diharapkan akan diterima di masa depan. Hal ini sejalan dengan pendapat Thomas (2011) yang menyebutkan bahwa nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan dijual (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Menurut (Arfan, 2022) menyatakan bahwa nilai perusahaan tercermin dari harga saham perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin besar tingkat pengembalian yang diterima investor, sehingga nilai perusahaan juga meningkat. Dengan demikian, nilai perusahaan tidak hanya menjadi cerminan kinerja perusahaan tetapi juga tingkat kesejahteraan para pemegang saham.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, manajemen biasanya menerapkan tata kelola perusahaan yang baik serta menyampaikan informasi yang relevan kepada publik guna membangun kepercayaan dan meningkatkan nilai perusahaan

di mata investor (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai indikator untuk menilai prospek perusahaan di masa depan, di mana nilai perusahaan yang tinggi akan memperkuat kepercayaan dan keyakinan mereka terhadap kinerja perusahaan (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Perusahaan yang memiliki nilai perusahaan yang baik akan terlihat melalui citra value brand-nya, demikian pula sebaliknya. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar pula kemakmuran yang akan dirasakan oleh para pemegang saham (Karina & Setiadi, 2020).

Corporate governance adalah serangkaian aturan yang dirancang untuk memberikan arahan dan pengendalian dalam perusahaan agar dapat berjalan sesuai dengan tujuan para pemangku kepentingan. Pengelolaan perusahaan yang baik diyakini mampu meningkatkan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, *good corporate governance* (GCG) berfungsi sebagai mekanisme tata kelola perusahaan yang diharapkan dapat diterapkan untuk meminimalkan agency problem dengan meningkatkan pengawasan terhadap manajemen, mengurangi perilaku oportunistik manajer, dan menekan risiko informasi yang harus ditanggung oleh investor (Karina & Setiadi, 2020). Penerapan GCG menjadi salah satu aspek yang diperhatikan oleh investor saat membuat keputusan investasi. Dengan adanya GCG, investor akan lebih percaya bahwa perusahaan dikelola dengan baik oleh manajemen untuk keberlanjutan perusahaan serta untuk kepentingan para pemegang sahamnya. Namun penerapan GCG di Indonesia hingga kini masih belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi berbagai pihak. GCG memainkan peran yang semakin penting dalam praktik bisnis di Indonesia. Oleh karena itu, dibutuhkan komitmen yang kuat untuk mengimplementasikannya secara efektif. (Karina & Setiadi, 2020). Salah satu penelitian yang mendukung bahwa good corporate governance berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dilakukan oleh (Utami & Wulandari, 2021). Dalam penelitiannya terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, mereka menemukan bahwa penerapan prinsip GCG secara signifikan mampu meningkatkan nilai perusahaan. Hasil ini memperkuat argumen bahwa tata kelola perusahaan yang baik dapat menciptakan transparansi dan akuntabilitas yang lebih

tinggi, sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan berdampak positif terhadap persepsi pasar terhadap perusahaan (Utami & Wulandari, 2021). Penelitian lain mengenai *Good Corporate Governance* (GCG) yang telah dilakukan oleh Winda Hedayati (2014) (Karina & Setiadi, 2020) Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, meskipun dimoderasi oleh mekanisme GCG. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2020) ditemukan bahwa *good corporate governance* mengurangi pengaruh likuiditas dan juga profitabilitas terhadap nilai Perusahaan (Kurniawan et al., 2020).

Sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia memiliki ciri khas tersendiri karena sangat dipengaruhi oleh perubahan siklus ekonomi. Permintaan terhadap produk dan jasa dalam sektor ini cenderung berfluktuasi sesuai dengan pertumbuhan atau pelemahan kondisi ekonomi (Kristanto & Yanto, 2022). Kondisi ini menghadirkan tantangan bagi perusahaan untuk mempertahankan kinerja yang stabil dan daya saing di tengah perubahan selera konsumen, kemajuan teknologi, serta situasi ekonomi makro (Angela, 2023). Pemilihan sektor *consumer cyclicals* dalam penelitian ini didasarkan pada karakteristik sektor tersebut yang sangat responsif terhadap kondisi ekonomi dan ekspektasi pasar. Perusahaan dalam sektor ini, seperti industri ritel, otomotif, dan barang konsumsi non-primer, cenderung menghadapi dinamika kinerja keuangan yang fluktuatif, sehingga pengungkapan CSR, pengelolaan likuiditas, serta pencapaian profitabilitas menjadi faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan. Selain itu, penerapan *good corporate governance* (GCG) menjadi krusial untuk menjaga kepercayaan investor dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata publik. Dalam penelitian Hannawanti dan Naibaho (2022), ditemukan bahwa likuiditas dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan mempertimbangkan hal tersebut, sektor *consumer cyclicals* dinilai relevan sebagai konteks penelitian untuk menguji pengaruh CSR, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderasi (Hannawanti & Naibaho, 2021). Penelitian pada sektor ini penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja keuangan dan nilai perusahaan, terutama dalam menghadapi ketidakpastian

ekonomi. Oleh karena itu, studi mendalam mengenai sektor *ccals* diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis dalam pengelolaan strategi perusahaan dan pembuatan keputusan investasi.

Dengan menggunakan data dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indonesia dari tahun 2021–2023, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), profitabilitas, dan likuiditas berdampak pada nilai perusahaan. Variabel moderasi adalah tata kelola perusahaan yang baik (GCG). Karena perannya yang signifikan dalam perekonomian nasional serta tantangan besar yang dihadapinya sebagai akibat dari pandemi COVID-19, sektor konsumen siklus dipilih. Masa pasca-pandemi menjadi momentum tepat untuk mengevaluasi strategi pemulihan perusahaan sekaligus penerapan tata kelola yang optimal. Perusahaan mungkin kehilangan nilai karena dampak negatif pandemi COVID-19. Ini termasuk penurunan kinerja keuangan dan harga saham. Sebuah survei yang dilakukan oleh Kemnaker (2020) menemukan bahwa pandemi berdampak pada 88% bisnis di Indonesia, dan banyak dari mereka mengalami kerugian (Revinka, 2021). Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur akademik dengan menyoroti pentingnya peran GCG dalam memoderasi hubungan antara CSR, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan. Temuan dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan praktis bagi perusahaan maupun pembuat kebijakan guna meningkatkan daya saing dan menjamin keberlangsungan operasional perusahaan dalam jangka panjang.

Seiring berjalannya waktu, banyak penelitian telah dilakukan untuk mengkaji pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil-hasil dari penelitian terdahulu masih menunjukkan ketidak konsistenan. Beberapa penelitian menemukan bahwa CSR, likuiditas, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lainnya menunjukkan hasil yang sebaliknya. Selain itu, perbedaan juga tampak pada variabel moderasi yang digunakan di mana sebagian menggunakan ukuran kinerja keuangan atau CSR sebagai moderator. Penelitian ini mengisi gap tersebut dengan menambahkan variabel good corporate governance (GCG) sebagai variabel moderasi, yang masih

jarang digunakan secara spesifik dalam menguji hubungan antara CSR, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, khususnya pada sektor *consumer cyclicals*. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam literatur akademik serta memperkaya pemahaman mengenai peran GCG dalam memperkuat pengaruh ketiga variabel terhadap nilai perusahaan dengan judul **Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2021-2023)**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah *good corporate governance* dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah *good corporate governance* dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan ?
6. Apakah *good corporate governance* dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

3. Mengetahui dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.
4. Memberikan bukti empiris mengenai peran *Good Corporate Governance* dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
5. Memberikan bukti empiris mengenai peran *Good Corporate Governance* dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.
6. Memberikan bukti empiris mengenai peran *Good Corporate Governance* dalam memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Studi ini menambah literatur tentang bagaimana nilai perusahaan dipengaruhi oleh CSR, profitabilitas, dan likuiditas serta peran *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi. Penelitian ini secara khusus memperluas pemahaman tentang bagaimana faktor-faktor kinerja perusahaan dipengaruhi oleh penerapan GCG yang efektif, terutama dalam konteks sektor *consumer cyclicals* di Indonesia pasca pandemi COVID-19. Secara teoritis, penelitian ini memberikan wawasan lebih dalam mengenai bagaimana CSR dapat berperan dalam meningkatkan nilai perusahaan, serta bagaimana profitabilitas dan likuiditas mempengaruhi kinerja perusahaan selama masa pemulihan ekonomi. Selain itu, penelitian ini memperkaya teori mengenai moderasi GCG yang berfungsi untuk memperkuat atau melemahkan hubungan antara nilai perusahaan dan hasilnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat praktis dengan memberikan pemahaman mengenai bagaimana CSR, profitabilitas, likuiditas, dan GCG saling mempengaruhi nilai perusahaan, serta bagaimana GCG berfungsi sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian ini dapat membantu peneliti dalam memahami bagaimana penerapan GCG dapat memperbaiki kinerja dan nilai perusahaan, terutama di sektor manufaktur pasca-pandemi. Selain itu, penelitian ini membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut terkait tata kelola perusahaan dan menjadi dasar bagi penyusunan kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

b) Bagi Akademis

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)* profitabilitas, likuiditas, dan dengan *Good Corporate Governance (GCG)* sebagai variabel moderasi terhadap nilai perusahaan, yang dapat menjadi referensi bagi kalangan akademis di bidang akuntansi di masa depan.

c) Bagi Internal Perusahaan

Diharapkan penelitian ini akan meningkatkan pemahaman dan informasi tentang manajemen perusahaan terkait CSR, profitabilitas, dan likuiditas. Dengan mempertimbangkan Good Corporate Governance (GCG) sebagai variabel moderasi, penelitian ini dapat digunakan untuk mengevaluasi kondisi keuangan perusahaan. Penelitian ini juga dapat membantu membuat keputusan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

d) Bagi Eksternal Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu orang membuat keputusan investasi pada perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini juga menekankan betapa pentingnya Good Corporate Governance (GCG) sebagai faktor moderasi. Ini bermanfaat bagi akademisi dan praktisi.

e) Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan penelitian teoretis dan rujukan dalam pengembangan ilmu akuntansi di Indonesia,

selain memberikan informasi dan referensi bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian serupa.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan dasar yang esensial dalam setiap karya ilmiah. Studi-studi ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian saat ini. Melalui tinjauan terhadap karya ilmiah terdahulu, peneliti dapat memahami bagaimana pengetahuan mengenai topik ini telah berkembang dari waktu ke waktu dan bagaimana penelitian ini dapat menambahkan nilai baru serta memperbarui literatur yang ada. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi baru yang bermakna. Adapun ringkasan dari beberapa penelitian terdahulu disajikan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Desita Riyanta Mitra Karina, Iwan Setiadi (2020), Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi	Independen(x): CSR Dependen (Y): Nilai Perusahaan Moderasi (X) : GCG	Metode analisis Statistic dengan menggunakan SPSS 24	CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik perusahaan menerapkan CSR, semakin tinggi pula nilai perusahaannya. Penelitian ini menunjukkan bahwa GCG tidak dapat

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
				memperkuat, atau dengan kata lain, melemahkan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
2	Hamdan Arif Fatoni, Indah Yuliana (2021) Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance (GCG) sebagai Variabel Moderasi	Independen (x): Profitabilitas Dependen (Y): Nilai Perusahaan Moderasi (Z): GCG	metode analisis regresi moderasi.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara good corporate governance tidak dapat memoderasi hubungan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.
3	Indra Kurniawan, Jack Febriand Adel, Inge Lengga Sari Munthe (2020) Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan Good Corporate Governance (GCG) sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdapat di bursa efek indonesia (BEI) periode	Independen (X): Profitabilitas, likuiditas Dependen (Y): Nilai Perusahaan Moderasi (X): GCG	Metode kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan bidang manufaktur. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling	Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan regresi berganda serta uji hoptesis dengan uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2015-2018. variabel profitabilitas (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan industri

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
	2015-2018			dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2015-2018.
4	Bella Angraini, Murtanto (2023), Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel moderasi	Independen (x): <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen (Y): Nilai Perusahaan Moderasi (x) :Profitabilitas	Analisis regresi berganda dan Analisis regresi sederhana	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memengaruhi hubungan antara CSR dan nilai Perusahaan.
5	Ni Made Apriantini, Ni Luh Putu Widhiastuti, NiLuh Gde Novitasari (2022), Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Independen (x): Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Kepemilikan Manajerial, dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Purposive Sampling	Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2020. Sementara itu, Leverage, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial tidak menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan di sektor perbankan pada periode yang sama.
6	Candra Kurnia Saputri, Axel Giovanni (2021), Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan	Independen (x): Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, dan Likuiditas Dependen (Y): Nilai Perusahaan	metode purposive sampling, dan teknik analisis regresi berganda	Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa secara bersama-sama, profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, dan likuiditas memiliki dampak terhadap nilai perusahaan. Secara terpisah, profitabilitas menunjukkan

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
				pengaruh positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara pertumbuhan perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap nilai Perusahaan.
7	Andrew Tandanu & Lukman Suryadi,(2021), Pengaruh Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	Independen (x): Profitabilitas, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan	Model regresi linear berganda	Variabel profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya oleh Selin, Sri, dan Victoria (2018), Putri dan Ukhriyawati (2016), serta Perdana (2017), yang menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan.
8	Izza Noor Fauziah (2020), Pengaruh Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi	Independen (x): Profitabilitas dan Pertumbuhan Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan Moderasi (X) : Struktur modal	Metode analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan perusahaan berdampak negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
9	Valentina Sinta Dewi & Agustin Ekadjaja, (2020), Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur	Independen (x): Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Dependen (Y): Nilai Perusahaan	metode purposive sampling	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen telah memenuhi syarat untuk uji multivariat. Uji regresi linear berganda terhadap nilai Perusahaan menunjukkan bahwa semua variabel independen, yaitu profitabilitas, likuiditas, dan ukuran perusahaan, memiliki pengaruh yang signifikan.
10	Tri Nur Astuti, Mursalim Mursalim, UmmuKalsum (2020), Intervening Profitabilitas: <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	Independen(x): Intervening Profitabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen(Y): Nilai perusahaan	Purposive sampling method, data analysis method melalui program Partial Last Square (PLS)	Terdapat pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa tingkat luasnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Investor tidak menggunakan CSR sebagai pertimbangan utam dalam mengambil keputusan investasi.
11	Reni Febriani (2020), Pengaruh Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening	Inependen (x): Likuiditas dan Leverage Dependen (Y): Nilai perusahaan	Metode analisa Statistik Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas (CR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
12	Primasa Minerva Nagari, Tatas Ridho Nugroho, Hari Setiono (2019), Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i>	Independen (x) : <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen	metode purposive sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap profitabilitas, yang berarti bahwa tingkat CSR dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
	terhadap Profitabilitas dan Dampaknya terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018	(Y): Profitabilitas		Melalui program CSR, Perusahaan dapat mengajak masyarakat untuk melakukan daur ulang limbah produksi, yang pada gilirannya dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat.

Sumber: *Data sekunder diolah*, 2024

Penelitian ini berfokus pada pengaruh CSR dan menghubungkannya dengan studi-studi sebelumnya. Peneliti mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan antara penelitian sebelumnya yang membahas topik serupa. Melalui perbandingan ini, peneliti dapat menemukan kesamaan dan perbedaan yang mencakup metode analisis yang digunakan, variabel yang diteliti, atau konteks ekonomi yang dibahas. Hal ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang rentabilitas ekonomi. Analisis komparatif ini tidak hanya memperkaya hasil penelitian, tetapi juga memberikan kontribusi pada literatur yang ada sekaligus membantu mengungkap area yang memerlukan penelitian lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga memperkuat pemahaman yang telah ada tentang rentabilitas ekonomi

Tabel 2.2
Persamaan dan Perbedaan

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
1	Bella Angraini, Murtanto (2023)	• Variabel independen Corporate Sosial Responsibility • Variabel dependen nilai Perusahaan • Metodologi penelitian kuantitatif	Menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderasi

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
2	Ni Made Apriantini, Ni Luh Putu Widhiastuti, Ni Luh Gde Novitasari (2022)	- Persamaan variabel independen profitabilitas, Likuiditas - Persamaan dependen Nilai perusahaan	Menggunakan lavarge, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen Analisis yang digunakan yaitu purposive sampling Tidak menggunakan variabel moderasi
3	Candra Kurnia Saputri, Axel Giovanni (2021)	- Persamaan independen profitabilitas, Likuiditas - Persamaan dependen Nilai perusahaan	Menggunakan pertumbuhan Perusahaan sebagai variabel independent Tidak menggunakan variabel moderasi
4	Andrew Tandanu & Lukman Suryadi,(2021)	- Persamaan independen profitabilitas Likuiditas - Persamaan dependen nilai Perusahaan - Metodologi penelitian kuantitatif	Menggunakan ukuran Perusahaan sebagai variabel independent Tidak menggunakan variabel moderasi
5	Desita Riyanta Mitra Karina, Iwan Setiadi (2020)	- Persamaan independen CSR - Persamaan dependen nilai Perusahaan - Metodologi penelitian kuantitatif	Variabel independent yang digunakan hanya CSR Metode analisis yang digunakan yaitu statistik dengan menggunakan SPSS 24
6	Valentina Sinta Dewi & Agustin Ekadjaja, (2020)	- Persamaan variabel independen profitabilitas, Likuiditas - Persamaan variabel dependen nilai Perusahaan - Metodologi penelitian kuantitatif	Menggunakan ukuran Perusahaan sebagai variabel independent Tidak menggunakan variabel moderasi

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
7	Tri Nur Astuti, Mursalim Mursalim, Ummu Kalsum (2020)	• Persamaan variabel independen profitabilitas, CSR • Persamaan variabel dependen nilai Perusahaan • Metodologi penelitian kuantitatif	Metode analisis data yang digunakan yaitu method melalui program partial last square (PLS) Tidak menggunakan variabel moderasi.
8	Izza Noor Fauziah (2020)	• Persamaan variabel independen profitabilitas • Persamaan variabel dependen nilai Perusahaan Metodologi penelitian kuantitatif	Menggunakan pertumbuhan Perusahaan sebagai variabel independent Variabel moderasi menggunakan struktur modal
9	Reni Febriani (2020)	• Persamaan variabel independen likuiditas • Persamaan variabel dependen nilai Perusahaan Metodologi penelitian kuantitatif	Menggunakan leverage sebagai variabel independent Menggunakan variabel intervening yaitu profitabilitas
10	Minerva Nagari, Tatas Ridho Nugroho, Hari Setiono (2019)	• Persamaan variabel independen CSR • Metodologi penelitian kuantitatif	Menggunakan profitabilitas sebagai variabel dependen dan dampaknya terhadap nilai Perusahaan
11	Hamdan Arif Fatoni, Indah Yuliana (2021)	• Persamaan variabel	Hanya menggunakan satu variabel independent yaitu profitabilitas

No	Penulis dan Tahun	Persamaan	Perbedaan
		• Dependen nilai Perusahaan • Persamaan variabel moderasi GCG	
12	Indra Kurniawan, Jack Febriand Adel, Inge Lengga Sari Munthe (2020)	• Persamaan variabel independent profitabilitas dan likuisitas • Persamaan variabel dependen nilai perusahaan • Persamaan variabel moderasi GCG	Perbedaan tidak menggunakan CSR sebagai variabel moderasi Menggunakan Lokasi penelitian Perusahaan manufaktur

2.3 Kajian Teoritis

2.3.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Jensen dan Meckling (1976) dalam (Read, 2014) mengemukakan bahwa teori keagenan menggambarkan hubungan kontraktual antara pemilik (prinsipal) dan manajer (*agen*). Dalam hubungan ini, pemilik mendelegasikan wewenang kepada manajer untuk mengambil keputusan demi kelancaran pelaksanaan kontrak. Hubungan keagenan adalah sebuah perjanjian di mana satu atau lebih pihak sebagai pemberi kerja (*principal*) menunjuk pihak lain (*agen*) untuk dapat menjalankan berbagai tugas dengan memberikan wewenang dalam pengambilan keputusan (Read, 2014).

Teori keagenan atau *agency theory* ini menjadi landasan utama bagi praktik bisnis yang diterapkan oleh banyak perusahaan hingga saat ini. Secara lebih mendalam, menurut (Oktapianus & Mu'arif, 2022) teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut. Teori ini menekankan pentingnya mengelola potensi konflik kepentingan antara kedua pihak, terutama terkait dengan masalah pengawasan dan insentif untuk memastikan bahwa agent bertindak sesuai dengan kepentingan principal. Teori keagenan pertama kali diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling pada tahun 1976.

2.3.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Menurut Brigham dan Houston, teori sinyal menjelaskan bahwa sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan pandangan manajemen mengenai prospek perusahaan kepada para investor. Informasi ini mencerminkan langkah-langkah manajemen dalam merealisasikan tujuan pemilik perusahaan (Lukman Suryadi, 2020). Penelitian ini didasarkan pada teori sinyal, yang menyatakan bahwa perusahaan dapat menyampaikan informasi kepada pihak luar, terutama investor, melalui laporan dan pengungkapan tertentu seperti CSR, rasio keuangan, serta praktik tata kelola perusahaan. Dalam konteks ini, CSR, likuiditas, dan profitabilitas berfungsi sebagai sinyal atas kondisi

perusahaan yang dapat membentuk persepsi investor dan pada akhirnya memengaruhi nilai perusahaan. Pandangan ini sejalan dengan temuan Wulandari dan Wijayanti (2020), yang menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dapat menjadi indikator positif bagi investor dalam menilai prospek perusahaan (Wulandari, 2020)

2.3.3 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang terus berkembang meskipun belum memiliki definisi yang baku atau kriteria yang diakui sepenuhnya. CSR sering kali dikaitkan dengan istilah lain seperti *corporate sustainability*, *corporate accountability*, dan *corporate stewardship*. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertindak secara etis, berkontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan (Bella Angraini & Murtanto, 2023). CSR dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk, di mana setiap perusahaan memiliki pendekatan dan modelnya masing-masing. Contohnya adalah kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas, seperti memberikan bantuan tunai kepada masyarakat kurang mampu di sekitar perusahaan. Bantuan tersebut sering kali disalurkan langsung dari perusahaan kepada masyarakat, misalnya melalui pembangunan yayasan sosial untuk membantu komunitas secara berkelanjutan (Bella Angraini & Murtanto, 2023).

2.3.4 Likuiditas

Likuiditas menurut Handono Mardiyanto (2009:54) adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya tepat waktu, termasuk melunasi bagian utang jangka panjang yang jatuh tempo pada tahun yang bersangkutan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung memiliki peluang pertumbuhan yang lebih besar (Lukman Suryadi, 2020). Semakin likuid suatu perusahaan, semakin tinggi tingkat kepercayaan kreditur dalam memberikan pendanaan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan di mata kreditur

maupun calon investor. Tingkat likuiditas ini biasanya diukur menggunakan rasio lancar (*Current Ratio/CR*). (Lukman Suryadi, 2020). Secara umum, likuiditas mengacu pada kemampuan emiten untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Harfani & Nurdiansyah, 2021).

Penelitian ini menggunakan pengukuran rasio likuiditas, yaitu *current ratio* (CR), dengan membandingkan elemen-elemen pada laporan posisi keuangan, seperti jumlah aset lancar dengan jumlah hutang lancar atau hutang jangka pendek. Terdapat dua kemungkinan hasil dari penilaian rasio likuiditas ini. Perusahaan dianggap likuid jika mampu memenuhi kewajibannya. Sebaliknya, perusahaan dinyatakan ilikuid atau tidak likuid apabila tidak dapat memenuhi kewajibannya. Berikut ini rumus perhitungan yang digunakan mengukur rasio likuiditas :

$$Likuiditas (CR) = \frac{Aset Lancar}{Hutang Lancar} \times 100\%$$

2.3.5 Profitabilitas

Menurut Kasmir (2015) rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio ini juga mencerminkan tingkat efektivitas manajemen perusahaan, yang ditunjukkan oleh laba yang diperoleh dari penjualan dan pendapatan investasi. Secara garis besar, rasio ini mengindikasikan efisiensi operasional perusahaan. (Sugandhi et al., 2023). *Return on Assets* (ROA), yang juga dikenal sebagai *Return on Investment* (ROI), digunakan untuk mengukur sejauh mana investasi yang dilakukan dapat memberikan keuntungan sesuai harapan. Rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Earning After Tax (EAT)}{Total Asset}$$

2.3.6 Nilai Perusahaan

Tujuan utama dari keputusan manajer adalah mempertimbangkan risiko dan waktu yang terkait dengan perkiraan laba per saham untuk memaksimalkan harga saham biasa perusahaan", kata Brigham dan Houston (2015), dalam terjemahan Yulianto. Penjelasan ini menunjukkan bahwa investor melihat perusahaan dengan baik ketika harga sahamnya naik karena dianggap mampu meningkatkan nilai bagi para pemegang saham (Sugandhi et al., 2023).

Dalam hal harga pasar saham per lembar dibandingkan dengan nilai bukunya, Price to Book Value (PBV) adalah rasio. Metode ini dapat digunakan untuk menentukan apakah saham suatu organisasi diperdagangkan pada harga yang lebih tinggi (*overvalued*) atau lebih rendah (*undervalued*) dibandingkan nilai bukunya (Sugandhi et al., 2023). Menurut Hery (2016) semakin rendah nilai *Price to Book Value* (PBV) Jika suatu saham memiliki nilai PBV yang rendah, maka saham tersebut dapat dianggap undervalued dan berpotensi menarik untuk investasi jangka panjang. Namun demikian, rendahnya PBV juga bisa mencerminkan penurunan kualitas dan kinerja fundamental perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk membandingkan nilai PBV dengan perusahaan lain yang bergerak dalam industri sejenis guna memperoleh penilaian yang lebih akurat. Jika terdapat perbedaan yang signifikan, analisis lebih lanjut diperlukan. (Sugandhi et al., 2023).

Adapun rumus untuk menghitung PBV menurut Fahmi (2015) adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book value per share}}$$

2.3.7 Tata Kelola Perusahaan (GCG)

Menurut Kurnia (2008), *good corporate governance* (GCG) merupakan sistem dan struktur yang dirancang untuk mengelola perusahaan dengan tujuan meningkatkan nilai bagi para pemegang saham sekaligus mendistribusikannya kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Dewi & Tarnia, 2019). Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) pada tahun 2006 telah mengeluarkan pedoman umum terkait penerapan GCG di Indonesia. Dasar dari GCG adalah

memberikan panduan kepada perusahaan dalam membangun, menerapkan, dan menyampaikan praktik tata kelola yang baik kepada para pihak yang berkepentingan.

KNKG menetapkan lima prinsip dasar GCG, yaitu:

1. Transparansi (*Transparency*): Menjaga objektivitas dalam menjalankan kegiatan bisnis.
2. Akuntabilitas (*Accountability*): Memastikan perusahaan dapat mempertanggungjawabkan kinerjanya secara transparan dan adil.
3. Tanggung jawab (*Responsibility*): Perusahaan wajib mematuhi peraturan yang berlaku serta melaksanakan tanggung jawabnya terhadap masyarakat dan lingkungan.
4. Independensi (*Independency*): Mengelola perusahaan secara independen, sehingga organ perusahaan tidak saling mendominasi atau dipengaruhi oleh pihak lain.
5. Keadilan (*Fairness*): Dalam menjalankan operasinya, perusahaan harus memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan prinsip keadilan dan kesetaraan.

KNKG (2006) juga menjelaskan manfaat penerapan GCG di berbagai sektor, antara lain:

1. Mendorong tercapainya tujuan perusahaan melalui penerapan prinsip-prinsip GCG yang telah ditetapkan.
2. Meningkatkan nilai perusahaan di mata investor sambil tetap memperhatikan kepentingan pihak-pihak lain.
3. Memotivasi perusahaan untuk meningkatkan daya saingnya dibandingkan dengan perusahaan lain, sehingga dapat menarik lebih banyak investasi.

4. Mendorong pemangku kepentingan dalam perusahaan untuk menjalankan fungsi dan kewajibannya sesuai peran masing-masing serta mematuhi hukum yang berlaku.

Kepemilikan manajerial menjadi salah satu alternatif untuk mencegah terjadinya konflik keagenan (*agency conflict*). Keberhasilan dalam menerapkan *good corporate governance* (GCG) sangat bergantung pada peran elemen internal perusahaan dalam menjalankan prinsip-prinsip tata kelola yang baik. Salah satu elemen internal yang berperan dalam penerapan GCG dan berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan adalah manajemen yang juga memiliki saham Perusahaan (Dewi & Tarnia, 2019). Manajemen ini bertugas untuk menjalankan kepentingan terbaik bagi perusahaan. Oleh karena itu, kepemilikan manajerial dapat diartikan sebagai kepemilikan saham oleh pihak manajemen yang juga berperan sebagai pemegang saham perusahaan (Dewi & Tarnia, 2019).

2.3.8 Nilai Perusahaan dalam Perspektif Islam

Menurut Hariki, Isty, dan Farhan (2023), nilai perusahaan dalam perspektif Islam tidak hanya diukur dari aspek finansial, tetapi juga ditentukan oleh tingkat kejujuran dan integritas dalam menjalankan aktivitas bisnis. Melalui penafsiran QS Al-Mutaffifin ayat 1–3 menggunakan Tafsir Al-Mishbah karya M. Quraish Shihab, dijelaskan bahwa kecurangan dalam timbangan atau transaksi adalah bentuk pelanggaran moral yang merusak tatanan sosial dan menyebabkan hilangnya keberkahan. Perusahaan yang menjunjung tinggi nilai kejujuran akan memperoleh kepercayaan publik, membentuk reputasi yang baik, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan, baik di dunia maupun dalam pandangan akhirat (Croft et al., 2019).

Dalam perspektif Islam, nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari performa finansial saja, melainkan juga dari kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah seperti keadilan, transparansi, dan amanah (etika bisnis Islam) yang menciptakan reputasi dan kepercayaan jangka panjang (Muhammad Ala'uddin Abstrak, 2018). Para ulama seperti Imam Al-Ghazali, Ibnu Taimiyah, dan tokoh modern Syed Naquib Al-Attas sepakat bahwa nilai perusahaan dalam Islam tidak hanya diukur dari

keberhasilan materiil, tetapi juga dari kontribusinya terhadap tujuan syariah (*maqashid syariah*). Imam Al-Ghazali menegaskan bahwa niat dalam aktivitas ekonomi harus ikhlas dan diarahkan untuk meraih keridhaan Allah SWT, menjadikan aktivitas bisnis sebagai bagian dari ibadah, bukan sekadar mencari duniawi (Anwar et al., 2023). Ibnu Taimiyah menekankan bahwa praktik bisnis yang adil, termasuk penetapan harga dan laba yang sepadan (*tsaman al-mitsl* serta *iwad al-mitsl*), menjadi dasar nilai perusahaan syariah, dengan mencegah eksploitasi dan monopoli serta melindungi hak-hak konsumen, pekerja, dan mitra bisnis (Anita, 2019). Sementara Syed Naquib Al-Attas memperluas perspektif bahwa pengetahuan dan aktivitas bisnis harus Islamisasi mencakup dimensi spiritual, moral, dan sosial sehingga nilai perusahaan tercipta dari harmonisasi antara dunia material dan tujuan etis-spiritual Islam (Al-Attas, 1998)

Perusahaan bernilai tinggi dalam pandangan Islam adalah perusahaan yang menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat. Dalam Islam, keuntungan yang dihasilkan harus memberikan manfaat bagi orang lain, misalnya dengan menunaikan zakat, memberikan sedekah, dan melakukan infaq (Rahman et al., 2024). Hal ini sejalandengan firman Allah dalam Al-Qur'an:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ ﴿٥٦﴾

Artinya *"Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya, dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah sangat dekat kepada orang-orang yang berbuat kebaikan."*

Ayat ini menyampaikan pesan yang sangat mendalam tentang tanggung jawab manusia dalam hidup di bumi. Surah Al-A'raf ayat 56 mengandung pesan penting mengenai tanggung jawab manusia sebagai khalifah di bumi. Allah SWT melarang manusia untuk membuat kerusakan (*fasād*) setelah bumi diperbaiki (*islāh*), serta memerintahkan untuk berdoa dengan rasa takut (*khauf*) dan harapan (*tamā'*). Hal ini menunjukkan bahwa manusia diperintahkan untuk menjaga keseimbangan lingkungan dan tatanan sosial yang telah diciptakan oleh Allah (History, 2024).

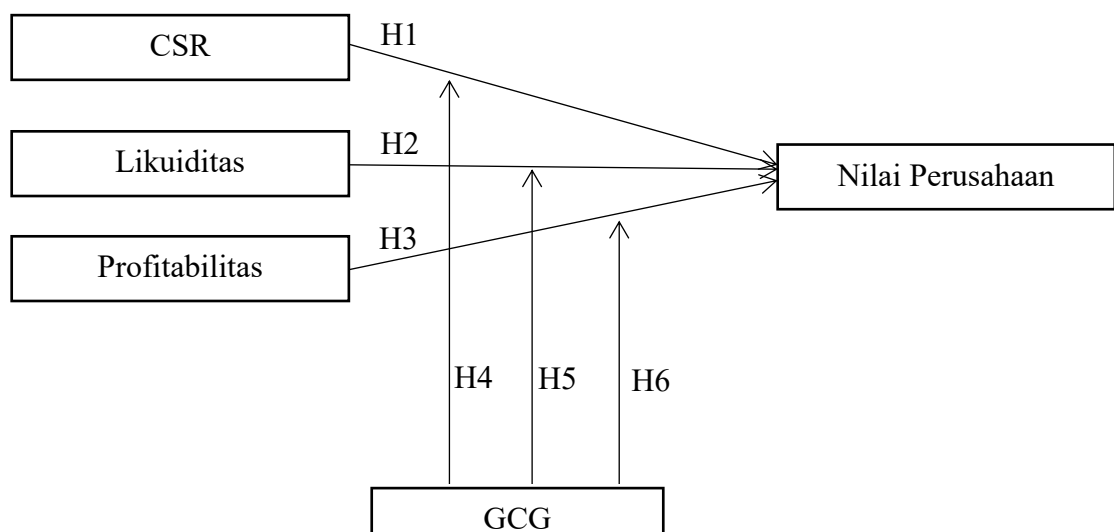
Dalam konteks etika lingkungan Islam, ayat ini menjadi dasar penting bagi peran manusia dalam menjaga alam semesta. Menurut (Aripin & Nugroho, 2024), nilai-nilai dalam ayat 56 -58, seperti larangan merusak, anjuran untuk memperbaiki, serta kedekatan rahmat Allah dengan orang-orang yang berbuat baik (*muḥsinīn*), memberikan landasan moral bagi praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan, termasuk dalam aktivitas perusahaan.

Islam mengajarkan bahwa manusia memiliki tanggung jawab sebagai khalifah di bumi, tidak hanya menjaga diri sendiri, tetapi juga menjaga keseimbangan ekologis dan sosial. Kehidupan yang selaras dengan alam dan menjauhi kerusakan merupakan bagian dari nilai-nilai moral dalam Islam. (Karimullah, 2024) menegaskan bahwa dalam hukum Islam, menjaga lingkungan termasuk dalam maqasid syariah, yaitu tujuan-tujuan syariat yang bertujuan melindungi kehidupan dan menciptakan keharmonisan antara manusia dan alam.

2.4 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini Kerangka konseptual menyajikan gambaran mengenai pembahasan terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Dan dapat diilustrasikan sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



2.5 Hipotesis Penelitian

Dengan merujuk pada hasil-hasil penelitian sebelumnya serta landasan teori yang relevan, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

2.5.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Hamdani (2016:174) mengartikan *corporate social responsibility* (CSR) sebagai bentuk tanggung jawab moral yang dimiliki oleh perusahaan terhadap para *stakeholder*, khususnya masyarakat di sekitar area operasionalnya. Sebuah perusahaan dianggap bertanggung jawab secara sosial jika memiliki visi operasional yang tidak hanya berfokus pada keuntungan (*profit*), tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat atau lingkungan sosial.

Teori Agensi menunjukkan bagaimana CSR dapat membantu mengatasi masalah agensi (Zidane & Kusumadewi, 2023). Barako et al.,(2006) menjelaskan bahwa dengan melakukan CSR, manajer dapat memberikan informasi secara sukarela yang akan membantu mengurangi biaya agensi dan meyakinkan pengguna bahwa manajer bertindak sesuai dengan yang terbaik. Informasi tersebut dapat diterima sebagai bagian dari proses pemantauan untuk meminimalkan ketidakseimbangan informasi dan masalah agensi (Zidane & Kusumadewi, 2023). Teori agensi menyediakan kerangka yang membantu memahami bagaimana CSR dapat memengaruhi risiko keuangan perusahaan. Dalam perspektif ini, CSR tidak hanya sekadar upaya untuk memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga sebuah strategi bisnis yang mampu menurunkan biaya agensi dan risiko Perusahaan (Rissanty et al., 2024). Penelitian oleh Iwu-Egwuowu (2010) menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat risiko tinggi sering kali secara aktif mengimplementasikan CSR sebagai langkah untuk mengurangi risiko tersebut (Rissanty et al., 2024).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan suatu inisiatif yang memberikan manfaat tambahan bagi seluruh pemangku kepentingan, serta berkontribusi terhadap peningkatan kinerja dan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh Armi Sulton, Ni Ketut Suransi, dan

Alamsyah (2016) (Karina & Setiadi, 2020), Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kestabilan dan kemakmuran ekonomi jangka panjang hanya dapat dicapai apabila perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya terhadap masyarakat.

H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5.2 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Kasmir (2014) likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang jatuh tempo, baik kepada pihak eksternal maupun internal perusahaan. Peningkatan rasio likuiditas menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kapasitas yang baik untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya (Widyastuti et al., 2022). Hal ini dapat menjadi sinyal positif bagi manajemen dalam menarik minat investor untuk berinvestasi. Semakin tinggi rasio likuiditas, semakin baik reputasi perusahaan, yang pada akhirnya dapat mendorong kenaikan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hubungan antara teori agensi dan likuiditas menunjukkan bahwa tingkat likuiditas yang tinggi dapat menjadi alat untuk mengurangi konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham (Simanungkalit et al., 2023). Dalam teori agensi, konflik ini timbul karena adanya ketidakseimbangan informasi antara pihak yang mengelola dan yang memiliki modal. Perusahaan dengan likuiditas tinggi cenderung lebih transparan dalam menyampaikan informasi keuangan untuk meyakinkan pemilik modal bahwa dana mereka dikelola secara efisien. Kondisi ini menciptakan kepercayaan investor, karena perusahaan dinilai mampu memenuhi kewajiban keuangan tanpa hambatan dan mengelola investasi secara bertanggung jawab, sehingga meningkatkan daya tarik investor terhadap saham perusahaan. (Simanungkalit et al., 2023). Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa likuiditas berperan signifikan dalam mengurangi konflik agensi antara pemegang saham dan manajer. Likuiditas yang cukup memungkinkan perusahaan memenuhi kewajiban finansialnya dengan baik, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan

pemilik terhadap pengelolaan yang dilakukan oleh manajer (Hariyanti & Pangestuti, 2021). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Yadnya (2019) menyatakan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan, dengan temuan serupa dilaporkan oleh Lubis et al. (2017) (Widyastuti et al., 2022).

H2 : Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, yaitu tingkat keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan selama menjalankan operasinya. Berdasarkan teori sinyal, tindakan manajemen untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada investor berkaitan erat dengan profitabilitas. Manajemen memberikan informasi mengenai tingkat laba yang diperoleh perusahaan, sehingga para pemegang saham dapat memahami prospek masa depan perusahaan tempat mereka berinvestasi. (Sugandhi et al., 2023) Semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar pula nilai perusahaan, karena laba yang tinggi mencerminkan prospek perusahaan yang positif. (Widyastuti et al., 2022) Hal ini dapat mendorong meningkatnya minat investor terhadap saham perusahaan, sehingga permintaan saham naik, harga saham meningkat, dan nilai perusahaan pun bertambah (Widyastuti et al., 2022).

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan teori keagenan sebagai suatu hubungan kontraktual di mana satu pihak (*prinsipal*) memberikan mandat kepada pihak lain (*agen*) untuk menjalankan suatu tugas mewakili kepentingan prinsipal tersebut dalam hubungan ini, agen diberi kewenangan untuk mengambil keputusan yang dianggap paling sesuai dengan kepentingan prinsipal. Hal ini berkaitan dengan upaya manajer untuk memperlihatkan kinerja terbaik dari perusahaan yang mereka pimpin. Herni dan Yulius Kurnia Susanto (2008) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang rendah cenderung melakukan praktik perataan laba (*income smoothing*). Perataan laba merupakan salah satu bentuk manajemen laba, di mana manajemen berupaya menyamarkan fluktuasi laba karena laba yang rendah atau kerugian dapat memberikan kesan negatif terhadap kinerja manajer di mata pemilik, serta berpotensi merusak citra perusahaan di hadapan publik. Oleh karena itu, tingkat profitabilitas menjadi perhatian

manajemen dalam menjaga persepsi positif terhadap kinerja dan keberlanjutan perusahaan, sebagaimana juga diangkat dalam beberapa studi yang menyoroti kaitannya terhadap nilai perusahaan (Aljana & Purwanto, 2017). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Widhiastuti dan Latrini (2015), serta Aditya (2019), turut membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Akan tetapi penelitian ini berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Astuti et al., 2020). Berdasarkan teori dan temuan penelitian sebelumnya, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.5.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi

Pelaksanaan CSR merupakan wujud nyata dari penerapan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG). CSR dan GCG merupakan dua elemen yang saling terhubung dan tidak dapat dipisahkan karena keduanya memainkan peran penting dalam keberlangsungan praktik bisnis. Salah satu prinsip utama GCG, yaitu *responsibility*, merefleksikan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*) (Karina & Setiadi, 2020). Namun, di Indonesia, partisipasi dalam pemeringkatan CGPI masih bersifat sukarela dan tidak diwajibkan, sehingga jumlah perusahaan yang berpartisipasi setiap tahunnya bervariasi. Hanya sebagian kecil perusahaan yang secara konsisten mengikuti pemeringkatan ini dari tahun ke tahun. Kondisi ini menimbulkan keraguan di pasar terhadap kredibilitas hasil pemeringkatan CGPI. Selain itu, tidak terlihat adanya Perusahaan yang mengikuti pemeringkatan tersebut cenderung menunjukkan dampak yang lebih signifikan terhadap pelaksanaan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengikuti. Penelitian terkait pengungkapan tanggung jawab sosial yang dikaitkan dengan Good Corporate Governance (GCG) telah dilakukan oleh Winda Heldayati (2014) (Karina & Setiadi, 2020). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, bahkan ketika dimoderasi oleh mekanisme Good Corporate Governance (GCG). Berdasarkan penjelasan dan temuan empiris tersebut, hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4: *Good Corporate Governance* memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan.

2.5.5 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi

Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) yang efektif terdiri dari dua komponen utama, yaitu mekanisme internal dan eksternal. Mekanisme internal berfokus pada struktur dan proses internal perusahaan, seperti Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Direksi, struktur Dewan, dan kepemilikan perusahaan. Sementara mekanisme eksternal mencakup pengelolaan pasar, tingkat suku bunga pinjaman (*debt financing*), serta audit eksternal yang dilakukan oleh pihak ketiga. Likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang dapat memengaruhi besaran dividen yang diberikan kepada para pemegang saham atau investor. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2015-2018, ditemukan bahwa *good corporate governance* mengurangi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Latifah dan Murningsih (2017), yang menyatakan bahwa *good corporate governance* memiliki kemampuan untuk memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai Perusahaan (Kurniawan et al., 2020).

H5: *Good Corporate Governance* memperlemah hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan.

2.5.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi

Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang signifikan bagi para pemegang saham. Semakin besar laba yang dihasilkan, semakin besar pula potensi perusahaan dalam membagikan dividen kepada pemegang saham (Fatoni, 2021). Hal ini juga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Tingginya rasio profitabilitas membuat perusahaan menjadi lebih menarik bagi investor, yang dapat meningkatkan minat mereka untuk membeli saham perusahaan tersebut.

Dian Prasinta (2012) dalam penelitiannya yang berjudul *Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan* meneliti bagaimana penerapan GCG memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. menggunakan teknik purposive sampling dan melibatkan 31 perusahaan. *Penerapan good corporate governance* diukur melalui skor CGPI. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa good corporate governance memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Return on Equity* (ROE). Hal ini terjadi karena indeks skor GCG yang tinggi meningkatkan iklim kepercayaan stakeholder, yang menyebabkan modal tidak terlalu tinggi dan mendorong ROE untuk meningkat. Semakin tinggi skor GCG, semakin tinggi tingkat kepatuhan perusahaan, yang menarik minat investor dan berujung pada peningkatan kinerja keuangan. Peningkatan kinerja keuangan ini kemudian berpengaruh pada nilai Perusahaan (Fatoni, 2021). Mengacu pada teori serta temuan dari penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H6: *Good Corporate Governance* memoderasi hubungan ROE dengan Nilai Perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif karena dinilai paling sesuai untuk mencapai tujuan penelitian, yaitu menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen serta mengevaluasi peran variabel moderasi. Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode yang memanfaatkan data numerik untuk menggambarkan, menganalisis, dan menarik kesimpulan mengenai fenomena yang diteliti (Purba et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan-perusahaan yang beroperasi di sektor *consumer cyclicals* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021 hingga 2023. Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik EViews Enterprise 12 untuk memperoleh hasil akhir penelitian.

3.2 Lokasi Penelitian

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam sub sektor *consumer cyclicals* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 hingga 2023. Proses pengumpulan data dilakukan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu <https://www.idx.co.id/id>, serta dari website resmi masing-masing perusahaan sebagai sumber pelengkap. Pemilihan data dilakukan secara cermat guna memastikan bahwa informasi yang digunakan relevan, akurat, dan mendukung tujuan analisis dalam penelitian ini.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh perusahaan yang termasuk dalam sub sektor *consumer cyclicals* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama

periode 2021 hingga 2023. Populasi dipilih berdasarkan kesesuaian karakteristik dengan topik penelitian, khususnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, kinerja keuangan, serta nilai perusahaan. Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta ditarik kesimpulannya.

3.3.2 Sampel

Pemilihan sampel dalam penelitian ini disusun agar dapat merepresentasikan karakteristik yang sesuai dengan populasi (Luhglatno, 2024). Tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, yang merupakan metode pengambilan sampel non-probability (Sugiyono, 2015). Metode purposive sampling digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai dengan persyaratan khusus..

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menerapkan metode purposive sampling, yaitu teknik pemilihan sampel yang didasarkan pada kriteria atau pertimbangan yang telah ditentukan sebelumnya (Sugiyono, 2015). Kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023.
2. Perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang selain bergerak di bidang jasa.
3. Perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang tidak mengalami rugi
4. Perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang terdapat saham manajerial
5. Perusahaan sektor *Consumer Cyclical*s yang menerbitkan laporan keuangantahunan di BEI untuk periode 2021-2023.

Adapun total sampel, kriteria *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Hasil Purposive Sampling

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan <i>consumer cyclicals</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	164
2	Perusahaan <i>consumer cyclicals</i> yang bergerak di bidang jasa	(74)
3	Perusahaan <i>consumer cyclicals</i> yang mengalami rugi periode tahun 2021-2023	(21)
4	Perusahaan <i>consumer cyclicals</i> yang tidak ada saham manajerial periode tahun 2021-2023	(22)
4	Perusahaan sektor <i>consumer cyclicals</i> yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahunan di BEI periode tahun 2021 sampai 2023	(21)
Jumlah sampel penelitian terpilih		26
Periode penelitian (2021-2023)		3
Jumlah sampel akhir		78

Sumber : Data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan hasil *purposive sampling*, diperoleh 26 perusahaan sektor *Consumer Cyclicals* yang sesuai dengan kriteria, adapun perusahaan tersebut yaitu:

Tabel 3.2
Perusahaan Terpilih Sebagai Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	BOLT	Garuda Metalindo Tbk.
2	GEMA	PGema Grahasarana Tbk
3	CSAP	Catur Sentosa Adiprana Tbk.
4	ERAA	Erajaya Swasembada Tbk.
5	HRTA	Hartadinata Abadi Tbk.

No	Kode	Nama Perusahaan
6	LFLO	Imago Mulia Persada Tbk
7	MPMX	Mitra Pinasthika Mustika Tbk.
8	UFOE	Damai Sejahtera Abadi Tbk.
9	RALS	Ramayana Lestari Sentosa Tbk.
10	LUCY	Lima Dua Lima Tiga Tbk
11	ZONE	Mega Perintis Tbk.
12	DRMA	Dharma Polimetal Tbk.
13	INDS	Indospring, Tbk
14	MICE	Multi Indocitra Tbk
15	EAST	Eastparc Hotel Tbk
16	GWSA	Greenwood Sejahtera Tbk
17	IDEA	Idea Indonesia Akademi Tbk
18	KIPG	etrokimia Gresik Tbk.
19	BMTR	Global Mediacom Tbk.
20	FILM	MD Entertainment Tbk
21	MNCN	Media Nusantara Citra Tbk.
22	MSIN	Digital Entertainment Tbk.
23	SCMA	Surya Citra Media Tbk
24	DEPO	Caturkarda Depo Bangunan Tbk
25	ECII	Electronic City Indonesia Tbk.
26	SMSM	Selamat Sempurna Tbk

Sumber: *Data diolah peneliti, 2024*

3.5 Data dan Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yang diperoleh melalui sumber yang tidak langsung atau dari sumber lain. Data tersebut dikumpulkan melalui akses ke situs web Bursa Efek Indonesia (BEI) serta laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada periode 2021 hingga 2023. yang dapat ditemukan pada situs www.idx.co.id.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu pengumpulan data dari peristiwa yang telah berlangsung (Sugiyono, 2015). Data yang digunakan berasal dari sumber sekunder, yang mencakup laporan tahunan, laporan keuangan, dan laporan keberlanjutan perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam sektor consumer cyclicals di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021 hingga 2023. Data ini dikumpulkan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi.

3.7 Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Independen

Menurut (Sugiyono, 2015), variabel penelitian merupakan atribut atau karakteristik dari individu, objek, atau aktivitas yang memiliki variasi nilai dan dipilih oleh peneliti untuk dianalisis guna menarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, variabel independen terdiri atas *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan profitabilitas. Sementara itu, nilai perusahaan menjadi variabel dependen, dan *Good Corporate Governance* (GCG) berperan sebagai variabel moderasi.

3.7.1.1 *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Dalam penelitian ini, variabel independen menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Global Reporting Initiative (GRI) merupakan salah satu standar pelaporan keberlanjutan yang didirikan di Boston, Amerika Serikat pada tahun 1997. Seiring waktu, GRI terus melakukan pembaruan terhadap panduan pelaporannya secara berkala, dengan penamaan setiap versi menggunakan kode khusus. Versi kedua dari pedoman ini, yaitu GRI G2, diterbitkan pada tahun 2002, kemudian diikuti oleh peluncuran GRI G3 pada tahun 2006, GRI G3.1 pada tahun 2011, dan GRI G4 pada tahun 2013. Pada GRI G4, indikator kinerja dikelompokkan ke dalam tiga kategori utama, yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial (Ariadi &

Sundari, 2024). Untuk mendapatkan nilai total CSR setiap perusahaan, nilai dari masing-masing item kemudian dijumlahkan dengan rumus sebagai berikut :

$$CSR = \sum XY_i : N_i$$

keterangan

$\sum XY_i$ = Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan pada tahun ke-*i*

N_i = Jumlah total item CSR berdasarkan pedoman GRI G4, yaitu 91 item

3.7.1.2 Likuiditas

Variabel independen kedua menggunakan likuiditas, Likuiditas adalah rasio yang menunjukkan sejauh mana kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, likuiditas menggambarkan apakah perusahaan dapat membayar utangnya, terutama yang sudah jatuh tempo, ketika ditagih (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Likuiditas dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio (CR)} = \text{Aktiva Lancar} : \text{Hutang Lancar} \times 100\%$$

3.7.1.3 Profitabilitas

Dalam penelitian ini dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return on Equity* (ROE). ROE digunakan karena merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari ekuitas yang dimilikinya. Rasio ini juga mencerminkan tingkat pengembalian yang dapat diberikan perusahaan kepada pemegang saham atas saham yang mereka miliki (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Dengan demikian, ROE memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap nilai perusahaan dibandingkan dengan Return on Assets (ROA), yang hanya mengukur

tingkat pengembalian investasi berdasarkan aset perusahaan dalam Rumus yang digunakan untuk menghitung ROE adalah:

$$ROE = \text{Laba Bersih} : \text{Ekuitas}$$

3.7.2 Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan, yang diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). PBV merupakan rasio yang membandingkan harga per lembar saham dengan nilai buku Perusahaan (Chynthiawati & Jonnardi, 2022). Rasio ini dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Price Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

3.7.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi adalah variabel yang dapat memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, baik dengan memperkuat maupun melemahkan hubungan tersebut (*agency effect*). Dalam penelitian ini, variabel moderasi yang digunakan adalah *Good Corporate Governance* (GCG) (Dewi & Tarnia, 2019). Dengan uraian diatas dapat disimpulkan bahawa penelitian ini menggunakan dua variabel independen (X), satu variabel dependen (Y) dan satu variabel moderasi (Z). Dengan demikian definisi operasional variabel dapat dijelaskan pada tabel berikut:

$$KM = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki pihak manajerial} \times 100}{\text{Total Modal Saham Perusahaan Yang Beredar}}$$

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
Variabel Independen (X)				

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
1	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	CSR diukur menggunakan cara rasio jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan dibanding total item dalam pedoman GRI G4.	$CSR = \frac{\sum XY_i}{N_i}$	(Ariadi & Sundari, 2024)
2	Likuiditas	Likuiditas diukur dengan cara aktiva lancar dibagi hutang lancar	$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$	(Chynthi awati & Jonnardi, 2022)
3	Profitabilitas	Profitabilitas diukur dengan cara laba bersih dibagi ekuitas	$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Ekuitas}}$	(Chynthi awati & Jonnardi, 2022)
Variabel Dependen (Y)				
5	Nilai Perusahaan	Nilai Perusahaan diukur dengan cara harga saham penjualan dibagi nilai buku saham	$PBV = \frac{\text{Harga saham penjualan}}{\text{Nilai buku saham}}$	(Chynthi awati & Jonnardi, 2022)
Variabel Moderasi (Z)				
6	<i>Good Corporate Governance</i>	GCG diukur dengan cara jumlah saham yang dimiliki manajerial dibagi total modal	GCG = jumlah saham yang dimiliki manajerial : total modal saham perusahaan yang beredar X 100%	(Dewi & Tarnia, 2019)

No	Variabel	Definisi	Indikator	Sumber
		saham Perusahaan yang beredar dan dikali 100%		

Sumber: *Data diolah peneliti, 2024*

3.8 Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian dengan cara memproses data yang telah dikumpulkan. Metode yang digunakan untuk analisis adalah regresi data panel, karena penelitian ini melibatkan data dari beberapa perusahaan selama periode waktu yang panjang. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan perangkat lunak EViews 12.

3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan pemahaman mengenai data yang terkumpul, dengan cara menghitung nilai-nilai seperti rata-rata, standar deviasi, dan distribusi data. Teknik ini bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dasar variabel yang digunakan dalam penelitian, serta memberikan informasi awal mengenai kecenderungan dan variasi data sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Statistik deskriptif juga memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola-pola dalam data, yang akan mempermudah dalam proses interpretasi dan pengambilan kesimpulan.

3.8.2 Analisis Pendekatan Model

Penelitian ini, terdapat tiga pendekatan yang digunakan dalam model data panel yaitu *Common/Polled Effects*, *Fixed Effects* dan *Random Effects*

3.8.2.1 Model Common/ Pooled Effects (PEM)

Pendekatan ini adalah model data panel yang paling sederhana, karena hanya menggabungkan data time series dan cross section. Model ini tidak memperhitungkan perbedaan antar waktu atau individu, sehingga diasumsikan

bahwa perilaku data perusahaan tetap konsisten sepanjang periode waktu yang dianalisis. Estimasi model data panel dapat dilakukan dengan menggunakan metode Ordinary Least Squares (OLS) atau teknik kuadrat terkecil.

3.8.2.2 Model Fixed Effects (FEM)

Pendekatan ini berasumsi bahwa perbedaan antar individu dapat diwakili oleh intersep yang berbeda-beda. Dalam model *fixed effects*, estimasi data panel dilakukan dengan memasukkan variabel dummy untuk menangkap perbedaan antar perusahaan, yang kemungkinan dipengaruhi oleh elemen-elemen seperti budaya perusahaan, gaya manajerial, dan kebijakan insentif. Namun, gradien garis tetap seragam di seluruh perusahaan. Teknik ini juga dikenal dengan nama Least Squares Dummy Variable (LSDV).

3.8.2.3 Model Random Effects (REM)

Model *random effects* (REM) adalah pendekatan yang digunakan dalam analisis data panel, di mana perbedaan antar individu dianggap berasal dari komponen acak yang memengaruhi intersep dan kemiringan secara tidak teramati. Dalam model ini, variasi antar entitas (seperti perusahaan) dijelaskan melalui komponen acak yang terpisah dari efek tetap. Model random effects mengasumsikan bahwa perbedaan antar unit tidak sepenuhnya bergantung pada variabel yang diamati, dan komponen acak ini diharapkan tidak memiliki korelasi dengan variabel independen dalam model.

3.8.3 Analisis Pemilihan Model

Analisis model regresi dengan data panel dapat dilakukan menggunakan tiga pendekatan utama, yaitu:

3.8.3.1 Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menguji perbedaan signifikan antara model regresi yang diterapkan pada kelompok data yang berbeda. Uji ini membantu menentukan apakah model yang sama dapat diterapkan untuk semua kelompok atau

jika masing-masing kelompok membutuhkan model yang berbeda. Berikut ini hipotesis dalam uji chow :

H_0 : model terpilih CEM apabila nilai Prob. *crosssection chi-square* $> 0,05$

H_1 : model terpilih FEM apabila nilai Prob. *crosssection chi-square* $< 0,05$

Kesimpulannya, Jika hipotesis nol diterima, *common effect model* dianggap lebih sesuai. Sebaliknya, jika hipotesis nol ditolak, *fixed effect model* yang digunakan, lalu pengujian akan dilanjutkan dengan uji Hausman.

3.8.3.2 Uji Hausman

Uji Hausman digunakan untuk menentukan model mana yang lebih tepat, antara fixed effect atau random effect, dalam mengestimasi data panel dengan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : model mengikuti REM jika rentabilitas *cross-section random* $> 0,05$

H_1 : model mengikuti FEM jika rentabilitas *cross-section random* $< 0,05$

Maka dapat disimpulkan, Jika hasil uji menunjukkan penerimaan hipotesis nol, *random effect* merupakan pilihan yang tepat. Sebaliknya, jika hipotesis nol ditolak.

3.8.3.3 Uji Lagrange Multiplier (LM)

Uji Lagrange Multiplier (LM Test) digunakan untuk mengidentifikasi model yang paling tepat, apakah random effect atau common effect, dalam analisis data panel dengan hipotesis sebagai berikut:

H_0 : model mengikuti CEM jika profitabilitas *cross-section breusch-pagan* $> 0,05$

H_1 : model mengikuti REM jika profitabilitas *cross-section breusch-pagan* $< 0,05$

Kesimpulannya, Jika nilai estimasi LM lebih besar dari nilai kritis chi-square, maka model random effect lebih tepat diterapkan dalam regresi data panel.

3.8.4 Persamaan Regresi Data Panel

Persamaan regresi data panel digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dalam konteks data panel. Model ini mempertimbangkan variasi yang terjadi baik antar individu maupun sepanjang waktu, sehingga menghasilkan estimasi yang lebih tepat. Dalam persamaan regresi data panel, setiap individu atau entitas diberikan bobot yang berbeda, dan model ini bisa menggunakan efek tetap (fixed effects) atau efek acak (random effects), tergantung pada pendekatan yang diterapkan dalam analisis. Persamaan berikut ini memberikan ilustrasi yang sistematis mengenai bentuk regresi data panel yang diterapkan dalam penelitian ini:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

X1 = CSR

X2 = Likuiditas

X3 = Profitabilitas

i = Cross section

t = Time series

α = Konstanta

e = Error

β_1, β_2 = Koefisien regresi

3.8.5 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memverifikasi bahwa model regresi yang digunakan memenuhi persyaratan dasar yang diperlukan agar hasil estimasi dapat dipercaya dan akurat. Asumsi dasar tersebut meliputi independensi, linearitas, homoskedastisitas, dan normalitas residual. Uji ini penting untuk mengidentifikasi

masalah seperti multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas yang bisa memengaruhi kualitas hasil analisis regresi.

3.8.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Asumsi ini penting dalam regresi linier karena berpengaruh terhadap keakuratan estimasi. Uji normalitas dilakukan untuk memastikan tidak terdapat penyimpangan signifikan dari distribusi normal, dengan metode yang umum digunakan seperti Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk, atau Anderson-Darling.

3.8.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linier yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Jika multikolinearitas terlalu tinggi, hal ini bisa menyebabkan koefisien regresi yang tidak stabil dan membuat hasil analisis sulit diinterpretasi. Uji ini umumnya dilakukan dengan menghitung *Variance Inflation Factor* (VIF) atau metode lain untuk mengukur sejauh mana variabel independen saling berkorelasi. Jika nilai VIF terlalu tinggi, ini menandakan adanya masalah multikolinearitas yang perlu ditangani.

3.8.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah varians dari residual dalam model regresi tetap konstan atau justru bervariasi pada nilai prediksi yang berbeda. Jika terjadi heteroskedastisitas, artinya varians residual tidak konsisten, yang dapat menyebabkan model regresi menjadi kurang efisien dan menghasilkan estimasi yang tidak akurat. Uji ini umumnya dilakukan menggunakan metode seperti uji Glejser, Breusch-Pagan, atau White untuk mengidentifikasi adanya heteroskedastisitas.

3.8.6 Uji Hipotesis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) daring, hipotesis didefinisikan sebagai pernyataan atau asumsi yang dianggap benar untuk sementara

waktu guna mendukung pengajuan suatu teori atau pendapat. Meskipun demikian, kebenaran hipotesis tersebut masih memerlukan pembuktian lebih lanjut karena sifatnya yang sementara dan belum terbukti secara kuat (KBBI, n.d.) (Waluyo edy, 2024). Perumusan hipotesis dalam penelitian mengacu pada pembuatan hipotesis oleh peneliti yang kemudian diterjemahkan ke dalam bentuk matematika untuk diuji secara statistik. Hipotesis statistik terdiri atas dua komponen utama, yaitu hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a). Proses pengubahan hipotesis penelitian menjadi hipotesis statistik harus mengikuti aturan yang ketat. Hal ini sesuai dengan karakteristik statistik sebagai cabang dari matematika yang menuntut konsistensi dan sistematika dalam penerapannya.

3.8.6.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t merupakan suatu metode statistik yang digunakan untuk menguji apakah koefisien regresi dari suatu variabel independen dalam model regresi berbeda secara signifikan dari nol. Tujuan utama dari uji ini adalah untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Prosesnya melibatkan perbandingan antara nilai koefisien regresi dan standar error-nya, untuk kemudian menentukan apakah perbedaan tersebut cukup besar untuk dianggap signifikan. Jika nilai p yang dihasilkan lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya misalnya 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yang sedang dianalisis.

3.8.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 berada pada kisaran 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model. Sebaliknya, nilai mendekati 0 menunjukkan bahwa model kurang mampu menjelaskan variabilitas tersebut. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin baik model dalam menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Namun, R^2 tidak selalu memberikan gambaran lengkap tentang

kecocokan model, karena ia tidak memperhitungkan faktor-faktor seperti multikolinearitas atau kehadiran variabel yang tidak relevan dalam model.

3.8.7 Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji apakah adanya variabel moderasi dapat memengaruhi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi. Dengan menggunakan MRA, peneliti dapat mengetahui apakah dampak variabel independen terhadap variabel dependen berbeda tergantung pada tingkat atau kategori dari variabel moderasi. Dalam uji ini, interaksi antara variabel independen dan moderasi dimasukkan ke dalam model untuk mengevaluasi apakah interaksi tersebut memperkuat atau mengurangi hubungan antara kedua variabel tersebut. Dengan kata lain, MRA berguna untuk menganalisis apakah pengaruh suatu variabel terhadap hasil dapat bervariasi tergantung pada faktor moderasi tertentu. Persamaan regresi yang diperoleh dari pengujian tersebut adalah:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1.Z + \beta_4 X_2.Z + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X1 : CSR

X2 : Likuiditas

X3 : Profitabilitas

Z : GCG

ε : Residual

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari perusahaan sektor *consumer cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang dianalisis meliputi laporan keuangan tahunan selama periode 2021 hingga 2023. Pemilihan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan beberapa kriteria, yaitu: perusahaan tidak mengalami kerugian, memiliki kepemilikan saham oleh pihak manajerial, serta rutin mempublikasikan laporan keuangan tahunan selama periode penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih sebanyak 26 perusahaan, sehingga total data observasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 78 data.

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data dari masing-masing variabel penelitian yang disajikan melalui nilai rata-rata, maksimum, minimum, dan standar deviasi. Variabel yang dianalisis mencakup dalam penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan likuiditas, dengan *Good Corporate Governance* (GCG) sebagai variabel moderasi.

Selain itu, analisis statistik deskriptif juga bertujuan untuk memberikan pemahaman awal mengenai distribusi data yang digunakan dalam penelitian. Dengan mengetahui karakteristik dasar data, peneliti dapat menilai apakah terdapat variasi yang cukup antar perusahaan serta memastikan bahwa data yang digunakan sesuai untuk dilakukan analisis lebih lanjut. Hasil deskriptif ini juga membantu dalam menginterpretasikan temuan yang diperoleh pada tahap pengujian hipotesis berikutnya. Hasil analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	NILAI_PER...	CSR	LIKUIDITAS	PROFITABI...	GCG
Mean	-0.374694	-1.583008	2.853191	0.318511	0.186596
Median	-0.279553	-1.514128	1.880000	0.090000	0.150000
Maximum	1.182790	-1.139434	15.32000	9.220000	0.520000
Minimum	-3.921941	-2.407946	0.020000	0.010000	0.010000
Std. Dev.	1.027611	0.328811	2.624924	1.332082	0.165914
Skewness	-0.916469	-1.007000	2.803817	6.552234	0.756776
Kurtosis	4.585153	3.352661	12.81641	44.29151	2.349353
Jarque-Bera	11.50006	8.186940	250.2895	3675.235	5.315278
Probability	0.003183	0.016681	0.000000	0.000000	0.070114
Sum	-17.61064	-74.40137	134.1000	14.97000	8.770000
Sum Sq. Dev.	48.57531	4.973358	316.9504	81.62440	1.266255
Observations	47	47	47	47	47

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik data dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Melalui analisis ini, peneliti dapat memahami pola sebaran data melalui informasi mengenai rata-rata (*mean*), nilai tengah (*median*), nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi, skewness, kurtosis, serta uji normalitas menggunakan nilai Jarque-Bera. Hasil analisis ini memberikan gambaran awal mengenai kondisi data yang akan digunakan dalam pengujian selanjutnya.

Adapun hasil statistik deskriptif dari seluruh variabel penelitian disajikan sebagai berikut:

1. Variabel nilai perusahaan (NILAI_PER) merupakan variabel dependen yang diukur menggunakan rasio Tobin's Q. Terdapat 47 observasi yang dianalisis pada variabel ini. Rata-rata nilai perusahaan sebesar -0,3746 dengan standar deviasi sebesar 1,0276. Nilai minimum yang diperoleh adalah -3,9219, sementara nilai maksimumnya mencapai 1,1828. Rata-rata yang bernilai negatif mencerminkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sampel memiliki nilai pasar yang lebih rendah dibandingkan dengan nilai buku asetnya.

2. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi variabel independen pertama dalam penelitian ini dan diukur berdasarkan indeks pengungkapan CSR. Total data pengamatan berjumlah 47 observasi. CSR menunjukkan nilai rata-rata sebesar -1,5830 dengan standar deviasi 0,3288. Nilai terkecil tercatat sebesar -2,4079 dan nilai tertinggi sebesar -1,1394. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial antar perusahaan dalam sampel cukup bervariasi.
3. Variabel likuiditas, yang berperan sebagai variabel independen kedua, diukur melalui rasio lancar (current ratio). Sebanyak 47 data dianalisis pada variabel ini. Hasil menunjukkan nilai rata-rata likuiditas sebesar 2,8532 dengan standar deviasi 2,6249. Nilai minimum sebesar 0,0200 dan maksimum mencapai 15,3200, menunjukkan adanya perbedaan yang cukup besar dalam kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya.
4. Variabel profitabilitas digunakan sebagai variabel independen ketiga dan diukur menggunakan Return on Assets (ROA). Dengan total 47 observasi, rata-rata profitabilitas sebesar 0,3185 dan standar deviasi sebesar 1,3302. Nilai terendah tercatat sebesar 0,0100 dan nilai tertinggi sebesar 2,2200. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tingkat profitabilitas yang relatif rendah dibandingkan dengan nilai maksimalnya.
5. Variabel Good Corporate Governance (GCG) merupakan variabel pemoderasi dalam penelitian ini yang diukur berdasarkan skor tertentu dari mekanisme tata kelola perusahaan. Dengan jumlah observasi sebanyak 47, nilai rata-rata GCG sebesar 0,1866 dan standar deviasi sebesar 0,1659. Nilai terkecil sebesar 0,0100 dan nilai terbesar sebesar 0,5200 menunjukkan adanya perbedaan penerapan prinsip-prinsip GCG antar perusahaan yang cukup mencolok..

4.1.3 Analisis Pemilihan Model

Penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan pendekatan data panel. Pemilihan model yang tepat dalam analisis data panel sangat krusial untuk

memastikan keakuratan hasil. Dalam regresi data panel, ada tiga jenis model: *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Beberapa uji pemilihan model termasuk uji Chow, Hausman, dan Lagrange Multiplier (LM).

4.1.3.1 Uji Chow

Uji Chow digunakan untuk menentukan apakah model yang paling cocok digunakan dalam penelitian ini adalah *Common Effect Model* (CEM) atau *Fixed Effect Model* (FEM). Penentuan model ini dilihat dari nilai probabilitas pada Cross-Section F dan Cross-Section Chi-Square. Jika nilai probabilitasnya lebih dari 0,05, maka model yang digunakan adalah CEM. Namun, jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05, maka model yang dipilih adalah FEM. Berikut hasil uji Chow pada studi ini :

Tabel 4.2
Hasil Uji Chow

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.130883	(18,24)	0.0000
Cross-section Chi-square	92.112288	18	0.0000

Dari tabel tersebut menunjukkan nilai Cross-section F sebesar 8.130883 dengan probabilitas 0.0000, serta nilai Cross-section Chi-square sebesar 92.112288 dengan probabilitas 0.0000. Karena nilai probabilitas $< 0,05$. Oleh dapat disimpulkan bahwa model yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *Fixed Effect Model* (FEM). Artinya, model FEM dipilih karena dianggap lebih mampu menjelaskan adanya perbedaan yang signifikan antar perusahaan yang diteliti.

4.1.3.2 Uji Hausman

Uji Hausman pada penelitian digunakan untuk menentukan apakah *Fixed Effect Model* (FEM) atau *Random Effect Model* (REM) lebih sesuai digunakan

dalam analisis data panel. Tes ini menentukan apakah ada perbedaan signifikan antara estimasi untuk parameter kedua model. Jika $p\text{-value} < 0,05$, FEM dipilih karena hasil estimasinya lebih konsisten, sementara REM dinilai lebih tepat jika $p\text{-value}$ lebih dari 0,05.

Tabel 4.3
Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq.	d.f	Prob.
Cross-section random	1.812756		4	0.7701

Berdasarkan pada table 4.3 di peroleh bahwa nilai probabilitas Chi-square sebesar 0,7701, yang mana lebih tinggi dari batas signifikansi 0,05 ($0,7701 > 0,05$). Dengan begitu, hipotesis nol (H_0) diterima sementara hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Oleh karena itu, model *Random Effect* (REM) dianggap sebagai model regresi yang paling tepat untuk penelitian ini. Maka dari itu tahap berikutnya adalah melakukan Uji Lagrange Multiplier (LM) untuk mengecek apakah model REM lebih baik dibanding *Common Effect Model* (CEM).

4.1.3.3 Uji Lagrange Multiplier

Uji Lagrange Multiplier (*LM Test*) dalam penelitian ini digunakan untuk mengidentifikasi mana model yang paling tepat sesuai untuk digunakan. Apakah *random effect* atau *common effect*. Jika nilai estimasi LM lebih besar dari nilai kritis chi-square, maka model random effect lebih tepat diterapkan dalam regresi data panel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both

Breusch-Pagan	20.52346 (0.0000)	0.685175 (0.4078)	21.20864 (0.0000)
Honda	4.530283 (0.0000)	-0.827753 (0.7961)	2.618084 (0.0044)
King-Wu	4.530283 (0.0000)	-0.827753 (0.7961)	0.685840 (0.2464)
Standardized Honda	5.189312 (0.0000)	-0.548130 (0.7082)	-0.332647 (0.6303)
Standardized King-Wu	5.189312 (0.0000)	-0.548130 (0.7082)	-1.443213 (0.9255)
Gourieroux, et al.	--	--	20.52346 (0.0000)

Berdasarkan hasil pengujian Uji *Lagrange Multiplier* (LM) menggunakan uji Breusch-Pagan menunjukkan nilai statistik sebesar 20,52346 dengan probabilitas 0,0000, yang berada di bawah tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol (H_0) yang menyatakan model mengikuti *Common Effect Model* (CEM) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) yang menyatakan model mengikuti *Random Effect Model* (REM) diterima. Dengan demikian, model *Random Effect* (REM) dianggap lebih sesuai untuk digunakan dalam analisis regresi data panel pada penelitian ini karena nilai LM lebih besar dari nilai kritis chi-square.

4.1.4 Persamaan Regresi Data Panel

$$Y = 1.41150694823 + 1.14798888739 \cdot \text{CSR} + 0.0190758206479 \cdot \text{LIKUIDITAS} + 0.0908702340792 \cdot \text{PROFITABILITAS}$$

Adapun penjelasannya ialah:

1. Konstanta (intersep) sebesar 1,4115 menunjukkan bahwa apabila seluruh variabel independen, yaitu CSR, Likuiditas, dan Profitabilitas bernilai nol, maka nilai perusahaan diperkirakan berada pada angka 1,4115.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang paling besar terhadap nilai perusahaan di antara variabel lainnya. Dengan koefisien regresi sebesar 1,1480 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan CSR

sebesar satu unit akan menghasilkan peningkatan nilai perusahaan sebesar 1,1480 unit.

3. Likuiditas memiliki koefisien sebesar 0,0191, yang menunjukkan bahwa peningkatan Likuiditas sebesar satu unit akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,0191 unit, dengan catatan variabel lainnya dalam keadaan konstan. Meskipun pengaruhnya relatif kecil, Likuiditas tetap memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan.
4. Profitabilitas memiliki koefisien sebesar 0,0909, yang mengindikasikan bahwa peningkatan Profitabilitas sebesar satu unit akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,0909 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Ini menunjukkan bahwa Profitabilitas turut berkontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan, meskipun tidak sebesar pengaruh CSR.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

Setelah model *Random Effect Model* (REM) ditetapkan sebagai model regresi yang digunakan, maka selanjutnya yaitu dilakukan pengujian asumsi klasik yang mencakup uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas dan uji normalitas sebagai persyaratan dalam penerapan REM.

4.1.5.1 Uji Normalitas

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas

Series: Standardized Residuals	
Sample 2021 2023	
Observations 47	
Mean	-4.20e-16
Median	-0.069047
Maximum	2.032030
Minimum	-2.661721
Std. Dev.	0.943344
Skewness	-0.148071
Kurtosis	3.437579
Jarque-Bera	0.546718
Probability	0.760820

Berdasarkan hasil uji normalitas, nilai Jarque-Bera yang diperoleh sebesar 0.546718 dengan tingkat probabilitas 0.760820. Karena nilai probabilitas tersebut melebihi batas signifikansi 0,05 ($0.760820 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa residual pada model regresi ini berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas pada model telah terpenuhi.

4.1.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linier yang kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Jika multikolinearitas terlalu tinggi, hal ini bisa menyebabkan koefisien regresi yang tidak stabil dan membuat hasil analisis sulit diinterpretasi.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

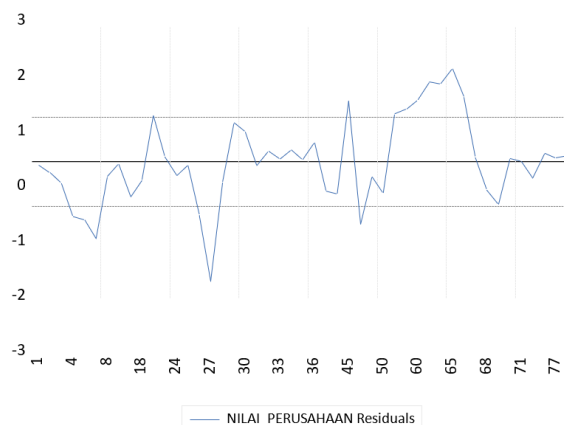
	CSR	LIKUIDITAS	PROFITABILITAS
CSR	1.000000	-0.220510	0.171472
LIKUIDITAS	-0.220510	1.000000	-0.057310
PROFITABILITAS	0.171472	-0.057310	1.000000

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai korelasi semua variabel independen berada di bawah 0,80, yang menunjukkan bahwa hubungan antara mereka tidak terlalu kuat atau saling memengaruhi. Oleh karena itu, kesimpulan dapat dicapai bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah multikolinearitas, dan setiap variabel independen dapat digunakan secara bersamaan selama analisis.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah varians dari residual dalam model regresi tetap konstan atau justru bervariasi pada nilai prediksi yang berbeda. Jika terjadi heteroskedastisitas, artinya varians residual tidak konsisten, yang dapat menyebabkan model regresi menjadi kurang efisien dan menghasilkan estimasi yang tidak akurat.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil plot residual, terlihat bahwa residual tersebar secara acak di sekitar garis nol tanpa menunjukkan pola tertentu, seperti pelebaran atau penyempitan. Pola penyebaran tersebut mengindikasikan bahwa varians residual bersifat konstan atau homoskedastis. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari permasalahan heteroskedastisitas.

4.1.6 Pengujian Hipotesis

4.1.6.1 Uji Signifikan Parsial (*t*)

Uji signifikansi parsial atau uji *t* digunakan untuk menilai pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai *p* kurang dari 0,05, hipotesis nol (H_0) ditolak; jika nilai *p* lebih dari 0,05, hipotesis alternatif ditolak. Hasil uji *t* menunjukkan bahwa variabel independen dalam model regresi mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.

Tabel 4.6
Hasil Uji Parsial (*t*)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.411507	0.744775	1.895212	0.0648
CSR	1.147989	0.464230	2.472887	0.0174
LIKUIDITAS	0.019076	0.057007	0.334621	0.7395
PROFITABILITAS	0.090870	0.112610	0.806945	0.4241

1. CSR (*Corporate Social Responsibility*) terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan nilai t hitung sebesar 2,472887 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,990847069, serta p-value sebesar 0,0174 yang lebih kecil dari 0,05, disimpulkan bahwa secara parsial CSR berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Hasil pengujian sesuai dengan hipotesis (H1), maka H1 diterima.
2. Likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini terlihat dari nilai t hitung yang hanya sebesar 0,334621, yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,990847069, serta p-value sebesar 0,7395 yang lebih besar dari 0,05, disimpulkan bahwa secara parsial likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hasil pengujian tidak sesuai dengan hipotesis (H2), maka H2 ditolak.
3. Profitabilitas juga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, berdasarkan nilai t hitung 0,806945 yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,990847069 dan p-value sebesar 0,4241 yang lebih besar dari 0,05, disimpulkan bahwa secara parsial profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Hasil pengujian tidak sesuai dengan hipotesis (H3), maka H3 ditolak.

4.1.6.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 (*koefisien determinasi*) berfungsi untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam suatu model regresi dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji r^2

R-squared	0.155936
Adjusted R-squared	0.097047
S.E. of regression	0.993556
Sum squared resid	42.44757
Log likelihood	-64.29598
F-statistic	2.647994
Prob(F-statistic)	0.060929

Berdasarkan uji R^2 , diperoleh nilai R-squared sebesar 15,59% dan Adjusted R-squared sebesar 9,70%, yang mengindikasikan bahwa variabel independen dalam model hanya mampu menjelaskan sebagian kecil variasi yang terjadi pada variabel dependen. Selain itu, nilai Prob(F-statistic) sebesar 0,060929 menunjukkan bahwa model ini belum memenuhi kriteria signifikansi pada tingkat 5%, sehingga secara keseluruhan model memiliki keterbatasan dalam menjelaskan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

4.1.7 Moderated Regression Analysis (MRA)

Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) bertujuan untuk mengidentifikasi apakah kehadiran variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengevaluasi apakah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen berubah berdasarkan tingkat atau kategori dari variabel moderasi yang digunakan.

Tabel 4.8
Hasil Uji MRA

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.458089	1.137309	0.402783	0.6893
CSR	0.600359	0.644477	0.931544	0.3573
LIKUIDITAS	-0.053879	0.072298	-0.745228	0.4606
PROFITABILITAS	2.326961	1.868777	1.245179	0.2205
GCG	6.793493	6.966459	0.975172	0.3355
X1_Z	5.435677	4.598223	1.182125	0.2443
X2_Z	0.830263	0.449318	1.847826	0.0722
X3_Z	-4.441730	3.602870	-1.232831	0.2250

1. Peran GCG dalam memoderasi hubungan CSR dan nilai Perusahaan Hasil MRA menunjukkan interaksi antara CSR dan GCG (X1_Z) dengan nilai probabilitas 0,2443, yang artinya tidak signifikan pada tingkat 5%. Jadi, GCG tidak berpengaruh dalam mengubah hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Dengan kata lain, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh tingkat penerapan GCG. Dengan demikian hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.

2. Peran GCG dalam memoderasi hubungan likuiditas dan nilai perusahaan
Interaksi likuiditas dan GCG ($X2_Z$) memiliki nilai probabilitas 0,0722, yang walau mendekati signifikan, tetap belum memenuhi syarat statistik. Artinya, GCG belum terbukti bisa memengaruhi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan tetap sama, terlepas dari tingkat GCG. Dengan demikian hipotesis kelima ($H5$) dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.
3. Peran GCG dalam memoderasi hubungan profitabilitas dan nilai perusahaan
Nilai probabilitas interaksi profitabilitas dan GCG ($X3_Z$) sebesar 0,2250, yang menunjukkan ketidak signifikanannya. Ini menandakan GCG tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas berjalan langsung tanpa dipengaruhi oleh GCG. Dengan demikian hipotesis keenam ($H6$) dalam penelitian ini dinyatakan ditolak.

4.2 PEMBAHASAN

Setelah menyajikan hasil penelitian, tahap selanjutnya adalah mengulas pengaruh CSR, likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, dengan GCG berperan sebagai variabel moderasi. Berikut adalah hasil pengujian hipotesis dari penelitian ini :

Hipotesis	Hasil	Keterangan
H1	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Hipotesis diterima
H2	Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Hipotesis ditolak
H3	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan	Hipotesis ditolak
H4	<i>good corporate governance</i> tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan	Hipotesis ditolak

Hipotesis	Hasil	Keterangan
H5	<i>good corporate governance</i> tidak mampu memoderasi pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan	Hipotesis ditolak
H6	<i>good corporate governance</i> tidak mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Hipotesis ditolak

4.2.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan diukur melalui pengujian hipotesis. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,0174 lebih rendah dari tingkat signifikansi 0,05, dan nilai t-statistic sebesar 2,472887 lebih besar daripada nilai t-tabel sebesar 1,990847. Hasilnya menunjukkan bahwa CSR sangat memengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis H1 bahwa "CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan" dapat diterima. Meningkatkan citra perusahaan di mata pemangku kepentingan dan masyarakat dapat dicapai melalui implementasi CSR yang efektif. Perusahaan dapat membangun kepercayaan publik, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menarik investor melalui berbagai program yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Pada akhirnya, keunggulan reputasi ini meningkatkan nilai perusahaan. Penggunaan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang ditunjukkan oleh perolehan laba (*earning*) dan harga saham perusahaan. Ini disebabkan oleh minat investor yang meningkat untuk menanamkan modal pada perusahaan yang aktif melaksanakan dan mengungkapkan program CSR. Akibatnya, pengungkapan CSR menjadi sarana penting untuk menyampaikan informasi yang relevan bagi pengambilan keputusan investasi (Nagari et al., 2019). Semakin banyak perusahaan menunjukkan aktivitas CSR, semakin besar apresiasi pasar yang diterima, yang pada akhirnya menghasilkan peningkatan harga saham. Diharapkan juga bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan karena menunjukkan komitmen perusahaan terhadap kepentingan sosial dan

kemasyarakatan (Nagari et al., 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nagari et al., 2019), (Kurniawan et al., 2020) dan penelitian (Bella Angraini & Murtanto, 2023) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Akan tetapi hal ini berlawanan dengan hasil penelitian (Astuti et al., 2020) yang temuan penelitian mengindikasikan bahwa pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan bersifat negatif dan tidak signifikan.

4.2.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil uji hipotesis tentang pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki nilai signifikansi sebesar 0,7395, jauh melebihi ambang batas signifikansi 0,05. Selain itu, ada nilai t-statistic sebesar 0,334621 dan nilai t-tabel sebesar 1.990847. Hasilnya menunjukkan bahwa likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Oleh karena itu, hipotesis bahwa "likuiditas mempengaruhi nilai perusahaan" ditolak. Meskipun memenuhi kewajiban jangka pendek penting untuk stabilitas keuangan internal, investor tidak mempertimbangkan kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek sebagai faktor utama dalam menilai nilai perusahaan. Investor umumnya tidak hanya fokus pada profitabilitas, tetapi juga mempertimbangkan manajemen risiko, peluang pertumbuhan, dan strategi jangka panjang dalam evaluasi keputusan investasi (Sahara & Putry, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini tidak menemukan bahwa faktor likuiditas memengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, meskipun tingkat likuiditas yang sehat penting untuk keberlangsungan operasi. Menurut Soleman et al. (2022) dan Oktrima (2015), rasio likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Penemuan penelitian ini juga sejalan. Artinya, baik rasio likuiditas tinggi maupun rendah tidak secara langsung menunjukkan bahwa perusahaan memiliki nilai yang baik. Perusahaan dapat menilai kemampuan mereka untuk memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan rasio likuiditas sendiri. Amalia (2018) menyatakan bahwa karena investor biasanya tidak memperhatikan aspek likuiditas yang diukur melalui rasio saat ini ketika mereka membuat keputusan investasi, likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Fokus utama dari rasio likuiditas adalah memastikan bahwa perusahaan mampu melunasi kewajiban jangka pendeknya, namun pengaruhnya terhadap pertumbuhan nilai perusahaan relatif kecil. Investor cenderung lebih memperhatikan aspek lain yang berkaitan dengan potensi pengembalian investasi jangka panjang. Rasio likuiditas digunakan untuk memastikan bahwa bisnis dapat melunasi kewajiban jangka pendeknya. Namun, dampaknya terhadap pertumbuhan nilai perusahaan sangat kecil. Investor lebih memperhatikan faktor lain yang berkaitan dengan potensi pengembalian investasi jangka panjang, jadi baik current ratio yang tinggi maupun rendah tidak menjadi perhatian utama bagi mereka. Sebaliknya, mereka lebih tertarik pada kemampuan bisnis dalam menghasilkan laba, yang merupakan indikator utama nilai bisnis (Nopianti et al., 2023). Kemampuan bisnis dalam mengelola aset, ekuitas, dan penjualan untuk menghasilkan laba menjadi faktor yang lebih diperhatikan dan tercermin (Nopianti et al., 2023). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Nopianti et al., 2023) yang menyatakan bahwasanya likuiditas tidak dapat mempengaruhi nilai Perusahaan. Akan tetapi hal ini berlawanan dengan hasil penelitian (Kurniawan et al., 2020), (Sandi & Sosrowidigdo, 2024) yang menyimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.2.3 Pengaruh profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,4241, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, nilai t-statistic sebesar 0,806945 lebih rendah dari nilai t-tabel sebesar 1,990847. Hasilnya menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis bahwa "profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan" tidak valid. Profitabilitas menunjukkan kinerja keuangan perusahaan, tetapi peningkatan laba tidak membuat perusahaan lebih bernilai bagi investor. Investor mungkin menyadari bahwa Return On Asset (ROA) memiliki keterbatasan, sehingga tidak banyak mempengaruhi nilai perusahaan.

Tingkat profitabilitas yang diperoleh dari penggunaan aset selama periode tertentu disebut ROA, yang merupakan ukuran yang bersifat statis. Namun, laba dan sumber daya yang tersedia saat ini belum tentu mencerminkan arus kas masa depan yang akan dihasilkan untuk menciptakan keuntungan (Astuti et al., 2020). Proses manajemen yang dikenal sebagai "*window dressing*" dapat mengubah *Return On Asset* (ROA). Dalam situasi seperti ini, manajemen dapat mengambil langkah-langkah tertentu untuk meningkatkan tampilan laporan keuangan, terutama neraca, dengan harapan menciptakan nilai ROA yang terlihat menguntungkan. Namun, investor dapat menafsirkan kondisi tersebut sebagai berita buruk, sehingga tidak berdampak pada keputusan investasi atau pergerakan harga saham. Meskipun demikian, perubahan harga saham berkorelasi langsung dengan peningkatan atau penurunan nilai perusahaan (Astuti et al., 2020). Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astuti et al., 2020). Akan tetapi hal ini berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Chynthiawati & Jonnardi, 2022), (Kurniawan et al., 2020) dan (Nagari et al., 2019).

4.2.4 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dimoderasi oleh *Good Corporate Governance* (GCG) dalam memengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,2443, yang melebihi batas signifikansi yang telah ditetapkan (0,05). Temuan ini mengindikasikan bahwa GCG tidak berperan signifikan dalam memperkuat maupun memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis H4 yang menyatakan bahwa "GCG mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan" ditolak. Skor pemeringkatan CGPI yang tinggi tidak selalu menjamin bahwa investor akan memberikan respon positif terhadap peristiwa tersebut. Selain itu, pelaksanaan pemeringkatan CGPI di Indonesia masih bersifat sukarela (*voluntary*) dan belum menjadi kewajiban bagi seluruh perusahaan. Akibatnya, partisipasi perusahaan dalam pemeringkatan CGPI tidak konsisten setiap tahunnya, dengan hanya sebagian kecil perusahaan yang mengikuti proses ini secara berkelanjutan dari

tahun ke tahun (Karina & Setiadi, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Karina & Setiadi, 2020).

4.2.5 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi

pengujian hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah Good Corporate Governance (GCG) berfungsi sebagai pengatur dalam hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,0722 berada di atas tingkat signifikansi (0,05), tetapi masih di bawah ambang signifikansi. Hal ini menunjukkan bahwa GCG masih sangat kurang dalam memoderasi dampak likuiditas terhadap nilai perusahaan. Akibatnya, hipotesis H5 ditolak, yang menyatakan bahwa "GCG mampu memoderasi hubungan likuiditas terhadap nilai perusahaan." Baik tata kelola perusahaan (GCG) adalah gagasan tentang tata kelola perusahaan yang mencerminkan tanggung jawab manajemen terhadap investor atau pemegang saham. Sementara itu, nilai perusahaan yang ditunjukkan oleh harga saham menjadi dasar bagi investor untuk membuat keputusan investasi. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya kepada kreditur ditunjukkan oleh likuiditasnya. Adanya dana yang mengendap ditunjukkan oleh utang yang rendah dan likuiditas yang tinggi. Kondisi ini dapat mengurangi kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, yang pada akhirnya akan menunjukkan kinerja manajemen yang buruk dan mengurangi ketertarikan investor terhadap saham Perusahaan (Kurniawan et al., 2020). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Kurniawan et al., 2020) yang menyatakan bahwa variabel moderasi good corporate governance memperlemah pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

4.2.6 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi

Tujuan dari pemeriksaan hipotesis ini adalah untuk menentukan apakah *Good Corporate Governance* (GCG) berfungsi sebagai pengatur dalam hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,2250 melebihi tingkat signifikansi 0,05. Hasilnya

menunjukkan bahwa GCG tidak memiliki dampak yang signifikan baik dalam meningkatkan maupun mengurangi hubungan profitabilitas-nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis H6, yang menyatakan bahwa “GCG mampu memoderasi hubungan profitabilitas-nilai perusahaan,” ditolak. Hasil menunjukkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh (Fatoni, 2021), Menurut penelitian ini, manajemen perusahaan yang baik memiliki pengaruh terhadap hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Namun, penelitian lain (Fatoni, 2021) menyatakan bahwa manajemen yang baik tidak dapat mengendalikan hubungan antara profitabilitas (ROA) dan nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), likuiditas, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan, serta peran moderasi Good Corporate Governance (GCG), maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

Pertama, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian telah menunjukkan bahwa CSR yang efektif dapat meningkatkan persepsi perusahaan oleh pemangku kepentingan, terutama investor, dan meningkatkan citra perusahaan di pasar.

Kedua, Likuiditas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek ternyata tidak menjadi faktor utama dalam penilaian investor terhadap nilai perusahaan. Investor cenderung lebih memprioritaskan prospek pertumbuhan dan profitabilitas masa depan dalam pengambilan keputusan investasi.

Ketiga, Profitabilitas tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Tingkat Return on Asset (ROA) belum cukup kuat untuk mendorong peningkatan nilai perusahaan di mata investor. Hal ini diduga karena ROA sebagai indikator statis tidak sepenuhnya mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan arus kas masa depan yang lebih dipertimbangkan oleh investor.

Keempat, GCG tidak berhasil memoderasi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik belum mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa dipengaruhi oleh sifat pemeringkatan CGPI yang masih bersifat sukarela, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan tingkat implementasi GCG yang konsisten di seluruh perusahaan.

Kelima, GCG tidak berhasil memoderasi hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Meskipun hasil analisis menunjukkan kecenderungan mendekati signifikansi, secara statistik GCG belum mampu memperkuat atau memperlemah

hubungan antara likuiditas dan nilai perusahaan. Investor tampaknya masih lebih memperhatikan kinerja jangka panjang daripada aspek likuiditas semata.

Keenam, Hasil penelitian menunjukkan bahwa GCG tidak berhasil memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa GCG tidak melakukan pekerjaan yang signifikan dalam memoderasi hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa metode GCG saat ini belum cukup untuk mengubah pandangan pasar tentang hubungan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.

5.2 Saran

Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, disarankan agar perusahaan terus meningkatkan kualitas pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan memastikan bahwa program CSR benar-benar terintegrasi dengan strategi bisnis perusahaan. Peningkatan transparansi dan kesinambungan pelaksanaan CSR diyakini dapat memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan serta meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Selain itu, manajemen perusahaan perlu mengelola likuiditas dan profitabilitas secara lebih strategis, tidak hanya untuk mencapai rasio keuangan yang baik, tetapi juga dalam rangka menciptakan nilai jangka panjang yang berkelanjutan. Hal ini penting mengingat investor saat ini cenderung lebih menghargai prospek bisnis yang solid dan inovatif dibandingkan hanya melihat indikator keuangan jangka pendek. Dalam konteks penerapan Good Corporate Governance (GCG), regulator diharapkan dapat mendorong implementasi GCG yang lebih konsisten dan terukur di seluruh perusahaan. Partisipasi aktif dalam pemeringkatan CGPI juga perlu ditingkatkan agar GCG benar-benar memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Bagi perusahaan yang telah mengikuti pemeringkatan CGPI, penting untuk memperkuat penerapan prinsip-prinsip GCG secara nyata dan tidak sebatas pada aspek formalitas. Penerapan GCG yang berkualitas diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan investor serta memberikan pengaruh positif terhadap penilaian pasar.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar memperluas periode observasi, mencakup lebih banyak sektor industri, serta mempertimbangkan penambahan variabel moderasi atau intervening lainnya guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi nilai Perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Al-Karim Surah Al-A'raf (7): 56..dan Terjemahannya.*
- Aljana, B. T., & Purwanto, A. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Kepemilikan dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 207–221.
- Anita, D. (2019). Relevansi Pemikiran Ibnu Taimiyah Terhadap Regulasi Harga Di Indonesia. *Jurnal Pemikiran Islam*, 3(1), 39–64.
- Anwar, M. W. ... Setiawan, A. E. (2023). Pengaruh Cash Holdings dan Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2), 3110.
- Arfan, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Solvabilitas, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 15(1), 165.
- Ariadi, D., & Sundari, S. (2024). Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan GRI G4. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 4(4), 319–332.
- Arifianto & Chabachib. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Pada Indeks LQ-45 Periode 2011-2014). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(1), 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Aripin, A., & Nugroho, K. (2024). Environmental Ethics in the Perspective of the Qur'an: Analysis of Surah Al-A'raf Verses 56-58. *Proceeding ISETH (International Summit on Science, Technology, and Humanity)*, 1553–1564.
- Astuti, T. N., Mursalim, M., & Kalsum, U. (2020). Intervening Profitabilitas : Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Akmen Jurnal Ilmiah*, 17(4), 607–618. <https://ejurnal.nobel.ac.id/index.php/akmen/article/view/1188>
- Bella Angraini, B. A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1823–1830.
- Chynthiawati, L., & Jonnardi, J. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 4(4), 1589–1599.
- Croft, A., Schmader, T., & Block, K. (2019). Life in the Balance: Are Women's Possible Selves Constrained by Men's Domestic Involvement? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(5), 808–823.

- Dewi, R. R., & Tarnia, T. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 6(2), 115–132.
- Fatoni, H. A. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (Gcg) Sebagai the Effect of Profitability on Company Value With Good. *Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan*, 5(2), 137–143.
- Hannawanti, H., & Naibaho, E. A. B. (2021). Likuiditas, Profitabilitas dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Moderasi CSR. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 145–155.
- Harfani, A. N., & Nurdiansyah, D. H. (2021). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 5(1), 497–505.
- Hariyanti, N., & Pangestuti, I. R. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Collateralizable Assets, dan Growth in Net Assets terhadap Kebijakan Dividen dengan Firm Size, Firm Age, dan Board Size sebagai Variabel Kontrol. *Diponegoro Journal of Management*, 10(3), 1–15.
- History, A. (2024). *J u r n a l I l m u – I l m u K e i s l a m a n*. 142, 125–142.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37.
- Kurniawan, I., Adel, J. F., & Munthr, I. L. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018. *Student Online Journal*, 1(2), 107–115.
- Lukman Suryadi, A. T. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 2(1), 108.
- Muhammad Ala'uddin Abstrak, H. (2018). Etika Bisnis Menurut Perspektif Islam. *QIEMA (Qomaruddin Islamic Economy Magazine)*, 4(1), 723–731.
- Nagari, P. M., Nugroho, T. R., & Setiono, H. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas DanDampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Sektor PertambanganDi Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018. *Prive*, 2(2), 90–105.

- Nopianti, R., Komarudin, M. F., & Triana, L. (2023). Pengaruh Leverage dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan Pemoderasi Umur Perusahaan. *Owner*, 7(3), 2566–2576.
- Oktapianus, O., & Mu'arif, S. (2022). Pengaruh Modal Kerja, Perputaran Piutang, Dan Total Hutang Terhadap Laba Bersih. *Bussman Journal : Indonesian Journal of Business and Management*, 2(3), 552–563.
- Rahman, A., Yusuf, M., & Rahmaniah, A. (2024). Corporate Social Responsibility (CSR) in Islam: Perspectives on Community Welfare, Zakat, Infaq, and Shadaqah. *EKSYAR: Ekonomi Syari'ah Dan Bisnis Islam (e-Journal)*, 11(2), 163–173.
- Read, C. (2014). Jensen and Meckling. *The Corporate Financiers*, 3, 305–360.
- Revinka, S. (2021). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sebelas Sektor Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Acitya Ardana*, 1(2), 145–163.
- Rissanty, S. S., Nur, E., & Yuyetta, A. (2024). *PERAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN RISIKO KEUANGAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan Transportasi dan Logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2020-2022)*. 13, 1–14.
- Sahara, I., & Putry, R. A. (2020). Analisis Peran Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Efektivitas Pengambilan Keputusan Investasi Pada Perusahaan Start-Up Di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(204), 523–533.
- Sandi, A. H., & Sosrowidigdo, S. (2024). *Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Besi Dan Baja Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023 The Effect Of Profitability And Liquidity On The Performance Of Financial Statements Of Iron And Steel Compa. November*.
- Simanungkalit, G. E. A. D., Budiarmo, N. S., & Korompis, C. (2023). Pengaruh leverage, likuiditas, dan profitabilitas terhadap agresivitas pajak (Studi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022). *Riset Akuntansi Dan Portofolio Investasi*, 1(2), 64–76.
- Sugandhi, G. V., Gisella, V., & Dara, S. R. (2023). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Streaming*, 1(2), 63–76.
- Utami, E. S., & Wulandari, I. (2021). Pengaruh Penerapan Good Corporate

Governance terhadap Nilai Perusahaan. *JRAMB: Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 7(2), 206–211. <https://ejurnal.mercubuana-yogya.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/2194>

Waluyo edy, S. A. J. E. (2024). Analisis data sampel menggunakan uji hipotesis penelitian perbandingan pendapatan menggunakan uji anova dan uji t. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(30218365), 775–785.

Widyastuti, D. R., Wijayanti, A., & Masitoh W, E. (2022). Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Inovasi*, 18(2), 294–304.

Zidane, M. H., & Kusumadewi, R. K. A. (2023). Pengaruh CSR dan Tingkat Utang Terhadap Penghindaran Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/41606/30072>

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Data Pengumpulan

No	KODE	TAHUN	X1	X2	X3	Y	Z
1	BOLT	2021	0,26	1,54	0,11	0,23	2,37
2	BOLT	2022	0,26	1,64	0,07	0,23	2,06
3	BOLT	2023	0,3	1,95	0,14	0,23	1,98
4	CSAP	2021	0,16	1,09	0,1	0,06	0,97
5	CSAP	2022	0,16	1,05	0,11	0,06	1,46
6	CSAP	2023	0,15	1,06	0,06	0,06	0,99
7	ERAA	2021	0,13	1,55	0,18	0,01	1,49
8	ERAA	2022	0,22	1,25	0,15	0,01	0,87
9	ERAA	2023	0,15	1,26	0,11	0,01	0,84
10	HRTA	2021	0,29	4,66	0,13	0,01	0,65
11	HRTA	2022	0,29	3,76	0,15	0,01	0,55
12	HRTA	2023	0,37	2,22	0,16	0,01	0,82
13	LFLO	2021	0,17	2,78	0,05	0,47	0,08
14	LFLO	2022	0,2	1,96	0,07	0,47	1,37
15	LFLO	2023	0,17	0,02	0,17	0,46	1,45
16	MPMX	2021	0,28	1,45	0,07	0,04	0,82
17	MPMX	2022	0,29	1,89	0,11	0,04	0,81
18	MPMX	2023	0,25	1,88	0,09	0,04	0,77
19	UFOE	2021	0,3	0,87	0,07	0,08	20,7
20	UFOE	2022	0,26	1,02	0,07	0,08	2,77
21	UFOE	2023	0,29	0,97	0,07	0,1	2,13

22	RALS	2021	0,09	3,59	0,05	0,08	1,3
23	RALS	2022	0,09	3,66	0,1	0,07	1,09
24	RALS	2023	0,09	3,74	0,09	0,08	1,02
25	LUCKY	2021	0,18	4,44	0,01	0,48	1,5
26	LUCKY	2022	0,18	2,41	0,13	0,13	4,42
27	LUCKY	2023	0,19	1,5	0,02	0,15	3,44
28	ZONE	2021	0,32	1,7	9,22	0,52	11,71
29	ZONE	2022	0,25	1,88	0,22	0,52	3,09
30	ZONE	2023	0,25	1,78	0,13	0,52	2,57
31	DRMA	2021	0,18	1,42	0,29	0,23	2,22
32	DRMA	2022	0,19	1,29	0,29	0,17	1,97
33	DRMA	2023	0,22	1,61	0,31	0,17	3,3
34	GEMA	2021	0,22	0,88	0,04	0,04	1,25
35	GEMA	2022	0,22	1,01	0,01	0,04	1,23
36	GEMA	2023	0,19	1,29	0,04	0,04	1,12
37	MICE	2021	0,29	1,64	0,05	0,01	0,34
38	MICE	2022	0,29	1,54	0,07	0,01	0,43
39	MICE	2023	0,31	1,66	0,04	0,01	0,4
40	EAST	2021	0,26	1,65	0,05	0,42	1,62
41	EAST	2022	0,26	0,93	0,12	0,44	1,57
42	EAST	2023	0,25	1,13	0,09	0,45	1,34
43	GWSA	2021	0,15	24,8	0,01	0,01	0,21
44	GWSA	2022	0,15	15,32	0,01	0,01	1,17
45	GWSA	2023	0,15	11,8	0,01	0,01	0,17

46	IDEA	2021	0,24	3,5	0,02	0,25	1,87
47	IDEA	2022	0,24	2,85	0,01	0,28	1,53
48	IDEA	2023	0,24	0,83	0,02	0,36	0,88
49	KPIG	2021	0,19	1,37	0,01	0,02	0,31
50	KPIG	2022	0,19	1,13	0,01	0,02	0,25
51	KPIG	2023	0,19	0,03	0,02	0,02	0,23
52	BMTR	2021	0,16	1,41	0,1	0,01	0,18
53	BMTR	2022	0,16	2,2	0,08	0,01	0,18
54	BMTR	2023	0,14	2,7	0,04	0,01	0,17
55	FILM	2021	0,19	4,4	0,03	0,23	7,15
56	FILM	2022	0,2	7,41	0,11	0,23	11,81
57	FILM	2023	0,2	9,93	0,06	0,23	23,12
58	MNCN	2021	0,15	3,14	0,15	0,01	0,3
59	MNCN	2022	0,15	4,72	0,12	0,01	22
60	MNCN	2023	0,15	8,04	0,05	0,01	0,11
61	MSIN	2021	0,13	1,44	0,12	0,01	10,56
62	MSIN	2022	0,13	0,67	0,17	0,01	26,14
63	MSIN	2023	0,13	4,21	0,05	0,01	6,33
64	SCMA	2021	0,28	3,93	0,18	0,01	3,24
65	SCMA	2022	0,28	3,67	0,08	0,01	1,75
66	SCMA	2023	0,28	3,27	0,02	0,01	1,49
67	DEPO	2021	0,28	2,34	0,09	0,27	3,01
68	DEPO	2022	0,28	2,36	0,09	0,23	2,79
69	DEPO	2023	0,28	1,8	0,7	0,23	2,08

70	ECII	2021	0,16	2,59	0,01	0,01	0,809
71	ECII	2022	0,27	2,11	0,02	0,01	0,48
72	ECII	2023	0,27	1,97	0,02	0,01	0,29
73	SMSM	2021	0,22	4,18	0,26	0,08	2,69
74	SMSM	2022	0,24	4,44	0,29	0,08	2,67
75	SMSM	2023	0,26	5,18	0,29	0,08	3,17
76	INDS	2021	0,11	3,5	0,06	0,01	0,59
77	INDS	2022	0,11	2,54	0,08	0,01	0,43
78	INDS	2023	0,25	2,62	0,06	0,01	0,47

Lampiran 2 : Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Date:
03/20/25
Time: 23:47
Sample:
2021 2023

	NILAI_PER...	CSR	LIKUIDITAS	PROFITABL...	GCG
Mean	-0.374694	-1.583008	2.853191	0.318511	0.186596
Median	-0.279553	-1.514128	1.880000	0.090000	0.150000
Maximum	1.182790	-1.139434	15.32000	9.220000	0.520000
Minimum	-3.921941	-2.407946	0.020000	0.010000	0.010000
Std. Dev.	1.027611	0.328811	2.624924	1.332082	0.165914
Skewness	-0.916469	-1.007000	2.803817	6.552234	0.756776
Kurtosis	4.585153	3.352661	12.81641	44.29151	2.349353
Jarque-Bera	11.50006	8.186940	250.2895	3675.235	5.315278
Probability	0.003183	0.016681	0.000000	0.000000	0.070114
Sum	-17.61064	-74.40137	134.1000	14.97000	8.770000
Sum Sq. Dev.	48.57531	4.973358	316.9504	81.62440	1.266255
Observations	47	47	47	47	47

Lampiran 3 : Analisis Pemilihan Model

Uji chow

Redundant Fixed Effects Tests
Equation: Untitled
Test cross-section fixed effects

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	8.130883	(18,24)	0.0000
Cross-section Chi-square	92.112288	18	0.0000

Uji Hausman

Correlated Random Effects -
Hausman Test Equation:
Untitled

Test cross-section random effects

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d. f.	Prob.
Cross-section random	1.812756	4	0.7701

Uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for
Random Effects Null
hypotheses: No effects

Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan)
and one-sided (all others) alternatives

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	20.52346 (0.0000)	0.685175 (0.4078)	21.20864 (0.0000)
Honda	4.530283 (0.0000)	-0.827753 (0.7961)	2.618084 (0.0044)
King-Wu	4.530283 (0.0000)	-0.827753 (0.7961)	0.685840 (0.2464)
Standardized Honda	5.189312 (0.0000)	-0.548130 (0.7082)	-0.332647 (0.6303)

Standardized King-Wu	5.189312 (0.0000)	-0.548130 (0.7082)	-1.443213 (0.9255)
Gourieroux, et al.	--	--	20.52346 (0.0000)

Lampiran 4 : Uji Asumsi Klasik

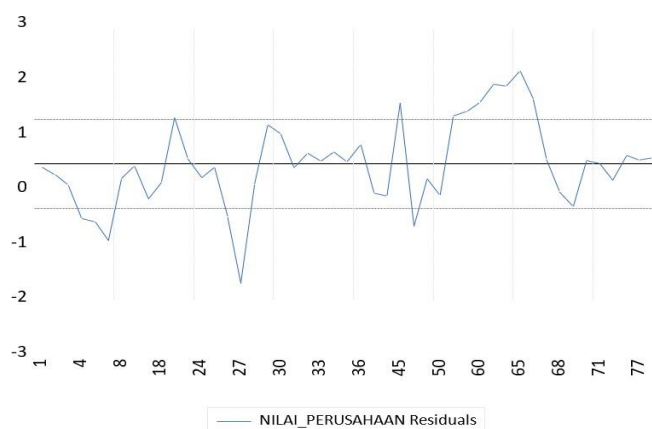
Uji Normalitas

Series: Standardized Residuals	
Sample 2021 2023	
Observations 47	
Mean	-4.20e-16
Median	-0.069047
Maximum	2.032030
Minimum	-2.661721
Std. Dev.	0.943344
Skewness	-0.148071
Kurtosis	3.437579
Jarque-Bera	0.546718
Probability	0.760820

Uji Multikolinearitas

	CSR	LIKUIDITAS	PROFITABILITAS
CSR	1.000000	-0.220510	0.171472
LIKUIDITAS	-0.220510	1.000000	-0.057310
PROFITABILITAS	0.171472	-0.057310	1.000000

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 5 : Uji Hipotesis

Uji parsial (t)

Dependent Variable:

NILAI_PERUSAHAAN

Method: Least Squares

Date: 03/20/25 Time:

16:09 Sample: 1 78

Included observations: 47

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.411507	0.744775	1.895212	0.0648
CSR	1.147989	0.464230	2.472887	0.0174
LIKUIDITAS	0.019076	0.057007	0.334621	0.7395
PROFITABILITAS	0.090870	0.112610	0.806945	0.4241

Uji Koefisien Determinansi (R2)

Uji r2

R-squared	0.155936
Adjusted R-squared	0.097047
S.E. of regression	0.993556
Sum squared resid	42.44757
Log likelihood	-64.29598
F-statistic	2.647994
Prob(F-statistic)	0.060929

Lampiran 6 : Uji Moderasi

Dependent Variable: NILAI_PERUSAHAAN
 Method: Least Squares
 Date: 03/20/25 Time: 22:59
 Sample: 1 78
 Included observations: 47

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.458089	1.137309	0.402783	0.6893
CSR	0.600359	0.644477	0.931544	0.3573
LIKUIDITAS	-0.053879	0.072298	-0.745228	0.4606
PROFITABILITAS	2.326961	1.868777	1.245179	0.2205
GCG	6.793493	6.966459	0.975172	0.3355
X1_Z	5.435677	4.598223	1.182125	0.2443
X2_Z	0.830263	0.449318	1.847826	0.0722
X3_Z	-4.441730	3.602870	-1.232831	0.2250

Biodata Peneliti

Nama Lengkap : Noviana Ayu Ramadana
 Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 01 November 2003
 Alamat Asal : Keloto'an RT 001/RW 001, Kel.
 Kebonrejo, Kec. Grati, Kab. Pasuruan
 Telepon/HP : 082335114695

Pendidikan Formal

2006–2008 : RA Darul Ulum
 2008–2014 : SDN Kebonrejo 1
 2014–2017 : SMPN 2 Grati
 2017–2020 : SMA Excellent Al-Yasini
 2021–2025 : Program Studi Akuntansi, Fakultas
 Ekonomi, Universitas Islam Negeri
 Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non-Formal

2021–2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa
 Arab (PKPBA)
 2022–2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa
 Inggris (PKPBI)

Aktivitas dan Pelatihan

- Pelatihan Accurate
- Pelatihan Microsoft Excel



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210502110136
 Nama : Noviana Ayu Ramadana
 Fakultas : Ekonomi
 Program Studi : Akuntansi
 Dosen Pembimbing : Yuliati, M.S.A
 Judul Skripsi : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2021-2023)**

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	6 November 2024	1. konsultasi terkait judul penelitian kepada dosen pembimbing 2. dosen pembimbing menjelaskan terkait cara penulisan skripsi berdasarkan buku pedoman	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	20 November 2024	mengumpulkan bab 1-2 revisi 1. membenarkan di bab 2 persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu 2. membenarkan gep research dalam bab 1 latar belakang 3. spasi diawal paragraf 4. melanjutkan bab 3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	27 November 2024	mengumpulkan bab 1-3 revisi 1. menggunakan paragraf 0 pt 2. mengubah ukuran font judul 3. merevisi kalimat asing dengan menggunakan huruf miring	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

4	2 Desember 2024	mengumpulkan bab 1-3 selesai revisi 1. membenarkan kalimat asing yang belum berhuruf miring 2. menggunakan mendeley untuk daftar pustaka dan kutipan 3. merevisi tahun penelitian 4. spasi diawal paragraf	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	3 Desember 2024	mengumpulkan bab 1-3 revisi 1. mengoreksi kembali kalimat asing yang belum berhuruf miring 2. mengoreksi kembali kutipan yang belum menggunakan mendeley	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	4 Desember 2024	mengumpulkan bab 1-3 revisi 1. mengganti kalimat pemoderasi menjadi moderasi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	4 Desember 2024	konsultasi pendaftaran sempro	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
8	5 Desember 2024	acc pendaftaran sempro	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	19 April 2025	konsultasi mengenai tempat publish jurnal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	8 Mei 2025	laporan bahwasannya telah melakukan submit jurnal di jurnal uin cirebon	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	11 Juni 2025	bimbingan mengenai isi skripsi bab 1-5 dan konsultasi mengenai perkembangan jurnal	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	18 Juni 2025	konsultasi mengenai isi file skripsi, koreksi tata cara penulisan skripsi seperti spasi dan hurus miring	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
13	19 Juni 2025	bimbingan mengenai isi skripsi seperti abstrak dan cara penulisan berdasarkan pedoman penulisan skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
14	19 Juni 2025	revisi mengenai abstrak dan cara penulisan abstrak berdasarkan buku pedoman skripsi uin malang	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
15	19 Juni 2025	revisi ulang tentang spasi abstrak dan isi dari abstrak tersebut	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
16	19 Juni 2025	melengkapi isi file skripsi, berkas berkas ujian, membuat jurnal dan pembuatan ppt untuk sidang skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 19 Juni 2025
Dosen Pembimbing



Yuliati, M.S.A



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP 198409302023211006
Jabatan : UP2M

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Noviana Ayu Ramadana
NIM 210502110136
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan
Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
17%	6%	4%	14%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 20 Juni 2025

UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd