

SKRIPSI

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS,
LEVERAGE, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI MODERASI**



DIAJUKAN OLEH:

NAMA : NADYA WIJAYA

NPM : 125190083

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2023


UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NADYA WIJAYA
NPM : 125190083
PROGRAM / JURUSAN : S1 / AKUNTANSI
KONSENTRASI : AKUNTANSI KEUANGAN MENENGAH
JUDUL SKRIPSI :PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN,
PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN
LIKUIDITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* SEBAGAI MODERASI

Jakarta, 14 Juni 2023

Pembimbing,



(Sofia Prima Dewi, S.E., M.Si., Ak., CA.)

Pengesahan

Nama : NADYA WIJAYA
NIM : 125190083
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul Skripsi : Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas,
Leverage,
Dan Likuiditas Terhadap Nilai
Perusahaan Dengan Corporate Social
Responsibility Sebagai Moderasi
Title : The effect of firm size, profitability, leverage and
liquidity on firm value with corporate social
responsibility
as moderating variable.

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji
Program Studi AKUNTANSI BISNIS Fakultas Ekonomi Bisnis
Universitas Tarumanagara pada tanggal 18-Juli-2023.

Tim Penguji:

1. YUNIARWATI, S.E., M.M.
2. SOFIA PRIMA DEWI, S.E., M.Si., Ak., CA.
3. ARDIANSYAH, S.E., M.Si., Ak.

Yang bersangkutan dinyatakan: **LULUS.**

Pembimbing:
SOFIA PRIMA DEWI, S.E., M.Si., Ak., CA.
NIK/NIP: 10199015



Jakarta, 18-Juli-2023
Ketua Program Studi

HENDRO LUKMAN, Dr. SE,MM,Akt,CPMA, CA,CPA (Aust.)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI MODERASI” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Universitas Tarumanagara, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini dapat berjalan lancar berkat bantuan, dukungan, maupun bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Ibu Sofia Prima Dewi, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberi bimbingan serta arahan yang sangat berguna, hingga penulisan tugas akhir ini dapat selesai dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., MBA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Hendro Lukman, S.E., M.M., CA., CPMA., CPA. Aust., CSRS. selaku Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Ibu Elsa Imelda, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku Sekertaris Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
5. Seluruh dosen dan staf pengajar di Universitas Tarumanagara yang telah banyak memberi ilmu pengetahuan serta bantuan kepada penulis dalam menjalankan aktivitas perkuliahan.

6. Teman-teman saya yang telah mendukung saya dan membantu saya sampai saat ini: Michelle Rich, Laurencia Dewita, Betharia Kurniati, Shela Thenisia, Angela Effendy, dan Sebastian Taniel Mulyadi.
7. Seluruh keluarga yang telah memberi dukungan semangat, bantuan, doa, dan motivasi bagi peneliti dari awal perkuliahan sampai selesainya skripsi ini.

Penulis menyadari banyaknya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini baik dari segi isi, kata, bahasa, dan kemampuan penulis sehingga penulis menerima saran dan kritik yang bersifat membangun agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik dan lebih bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 14 Juni 2023

Peneliti,



(Nadya Wijaya)

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

ABSTRAK

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*
DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI MODERASI

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of company size, profitability, leverage, and liquidity on the value of companies with social responsibility as a moderating variable for non-primary goods consumption sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2019-2021 period. This study uses secondary data and is processed using the E-views 12.0 program. The sampling technique was purposive sampling and obtained as many as 17 companies that met the criteria. The results showed that firm size did not have a negative effect on firm value, profitability and social responsibility had a positive effect on firm value, leverage and liquidity did not have a positive effect on firm value. Social responsibility can moderate company size on firm value, social responsibility cannot moderate liquidity on firm value.

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

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan tanggungjawab sosial sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor barang konsumsi non primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2021. Penelitian ini menggunakan data sekunder dan diolah menggunakan program *E-views 12.0*. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 17 perusahaan yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas dan tanggungjawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *leverage* dan likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Tanggungjawab sosial dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, tanggungjawab sosial tidak dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	8
A. Grand Theory	8
1. Teori Sinyal (<i>Signalling Theory</i>).....	8
2. Teori Agensi (<i>Agency Theory</i>)	8
B. Definisi Konseptual Variabel	9
1. Nilai Perusahaan	9
2. Ukuran Perusahaan	10
3. Profitabilitas	10
4. <i>Leverage</i>	10
5. Likuiditas	11
6. Tanggungjawab Sosial.....	11
C. Kaitan antara Variabel	12
1. Kaitan Antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan	12
2. Kaitan Antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan	13

3. Kaitan Antara <i>Leverage</i> dan Nilai Perusahaan.....	13
4. Kaitan Antara Likuiditas dan Nilai Perusahaan	14
5. Kaitan Antara Tanggungjawab Sosial dan Nilai Perusahaan	15
6. Kaitan Antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Dengan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Moderasi	15
7. Kaitan Antara Likuiditas dan Nilai Perusahaan Dengan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Moderasi.....	16
D. Penelitian Terdahulu.....	17
E. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis	30
1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	30
2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	31
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	31
4. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	31
5. Pengaruh Tanggungjawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan	32
6. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Moderasi	32
7. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Moderasi.....	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
A. Desain Penelitian	34
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel.....	34
1. Populasi	34
2. Teknik Pemilihan Sampel.....	34
3. Ukuran Sampel	35
C. Operasionalisasi Variabel.....	35
1. Nilai Perusahaan	35
2. Ukuran Perusahaan	35
3. Profitabilitas	36
4. <i>Leverage</i>	36
5. Likuiditas.....	36
6. Tanggungjawab Sosial.....	37
D. Asumsi Analisis Data	38
1. Uji Pemilihan Model	38

2. Uji Asumsi Klasik	40
E. Analisis Data	41
1. Uji Statistik Deskriptif.....	41
2. Uji Analisis Regresi Moderasi.....	41
3. Uji Koefisien Determinasi Berganda (<i>Adjusted R-Squared</i>).....	42
4. Uji Simultan (Uji F).....	42
5. Uji Parsial (Uji t)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	44
B. Deskripsi Obyek Penelitian	45
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	46
1. Uji Pemilihan Model	46
2. Uji Asumsi Klasik	51
D. Hasil Uji Analisis Data	54
1. Uji Statistik Deskriptif.....	54
2. Uji Analisis Regresi Moderasi.....	56
3. Uji Koefisien Determinasi Berganda (<i>Adjusted R-squared</i>).....	59
4. Uji Simultan (Uji F).....	59
5. Uji Parsial (Uji t)	60
E. Pembahasan	61
1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	62
2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	63
3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	64
4. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	65
5. Pengaruh Tanggungjawab sosial terhadap Nilai Perusahaan	66
6. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Moderasi	67
7. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tanggungjawab Sosial Sebagai Variabel Moderasi.....	68
BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Keterbatasan dan Saran	71
1. Keterbatasan	71

2. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN	76
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	87
SURAT PERNYATAAN.....	88
HASIL TURNITIN	89
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
SURAT PERNYATAAN	
HASIL TURNITIN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1	Ringkasan Operasionalisasi Variabel.....	37
Tabel 4.1	Kriteria Pemilihan Sampel.....	44
Tabel 4.2	Daftar Nama Perusahaan.....	45
Tabel 4.3	<i>Common Effect Model</i>	46
Tabel 4.4	<i>Fixed Effect Model</i>	47
Tabel 4.5	Hasil Uji <i>Chow</i>	48
Tabel 4.6	<i>Random Effect Model</i>	49
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Hausman</i>	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.9	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54
Tabel 4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 4.11	Hasil Rangkuman Pengujian Hipotesis.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	33
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas (Sebelum <i>Outlier</i>).....	51
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas (Setelah <i>Outlier</i>).....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Hasil Perhitungan Variabel Independen dan Variabel Dependen
- Lampiran 2. Hasil Uji CEM
- Lampiran 3. Hasil Uji FEM
- Lampiran 4. Hasil Uji *Chow*
- Lampiran 5. Hasil Uji REM
- Lampiran 6. Hasil Uji *Hausman*
- Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10. Hasil Uji Statistik Deskriptif

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era pandemi Covid-19 membuat dunia ekonomi dan bisnis mengalami banyak perubahan baik ke arah yang positif maupun negatif. Perusahaan cenderung melakukan inovasi-inovasi baru dalam perusahaannya agar menarik minat pembeli dan juga investor. Banyak perusahaan yang mengalami penurunan dan banyak juga yang bertahan. Menurut Widiawati dan Linawati (2022) tujuan utama berdirinya suatu perusahaan yaitu untuk mendapatkan laba dari kegiatan operasi perusahaan, yang mana laba yang tinggi bisa diperoleh dengan melakukan penjualan yang tinggi pula. Maka dari itu perusahaan harus memproduksi lebih banyak lagi, sedangkan dalam memproduksi barang tersebut diperlukan dana yang besar. Dana yang dibutuhkan bisa didapatkan melalui banyak cara salah satunya adalah melalui investor.

Bagi perusahaan, investor merupakan salah satu pihak yang penting, sehingga untuk menarik investor pihak perusahaan sangat berupaya sebaik mungkin. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk menarik investor adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Apriyani dan Sutjahyani (2018) nilai perusahaan adalah penilaian pasar bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang berdasarkan peningkatan harga sahamnya. Tentu saja investor tidak cuma-cuma dalam menanamkan modal. Pihak investor mengharapkan *return* yang baik ketika menginvestasikan dananya. Dengan meningkatkannya harga saham maka akan memberikan kesejahteraan pada para pemegang sahamnya.

Menurut Radja dan Artini (2020) nilai perusahaan yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dianggap memiliki kinerja yang baik, dan mendapatkan peluang menuju investasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan nilai perusahaan yang menggunakan indikator *Price to Book Value* (PBV). Menurut Butar, Fachrudin, dan Silalahi (2021) nilai perusahaan yang

diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) mencerminkan bahwa dengan semakin tingginya *Price to Book Value* (PBV) maka berarti pasar percaya pada prospek perusahaan.

Radja dan Artini (2020) melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan di sektor *consumer goods* di Indonesia pada tahun 2017-2019. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sudah banyak penelitian yang dilakukan namun sejauh ini hasil penelitian masih menunjukkan adanya ketidakkonsistenan atau kesenjangan (*research gap*), sehingga peneliti melakukan penelitian kembali untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi nilai perusahaan.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Radja dan Artini (2020). Perbedaan penelitian yang dilakukan Radja dan Artini (2020) dengan penelitian ini adalah adanya penambahan faktor likuiditas dan menggunakan tanggungjawab sosial sebagai variabel moderasi. Alasan peneliti menambahkan likuiditas sebagai faktor yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah karena likuiditas merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi utang jangka pendeknya. Likuiditas merupakan salah satu faktor yang memengaruhi harga saham menjadi tinggi atau mengalami penurunan sehingga bisa memengaruhi nilai perusahaan. Selanjutnya penambahan tanggungjawab sosial sebagai faktor moderasi adalah seiring dengan perkembangan teknologi khususnya di bidang *social media*, perusahaan dapat mempromosikan aktivitasnya dengan *social media* sehingga hal tersebut dapat menarik investor dan seiring dengan berkembangnya perusahaan juga akan menjadi pusat perhatian masyarakat sehingga perusahaan wajib melaporkan tanggungjawab sosialnya untuk membentuk citra yang baik di mata masyarakat.

Selanjutnya perbedaan penelitian ini dengan penelitian Radja dan Artini (2020) adalah perbedaan sampel penelitian dimana penelitian Radja dan Artini (2020) menggunakan sampel sebanyak 33 perusahaan sektor barang konsumsi

yang terdaftar pada *Indonesia Stock Exchange* pada periode 2017-2019, sedangkan pada penelitian ini menggunakan sampel penelitian pada perusahaan sektor barang konsumen non primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam periode 2019-2021. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas maka penelitian ini diberi judul "PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MENGGUNAKAN TANGGUNGJAWAB SOSIAL SEBAGAI MODERASI".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran di atas dijelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan yaitu yang pertama ukuran perusahaan. Hasil penelitian Chabachib, Fitriana, Hersugondo, Pamungkas, dan Udin (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), serta Lukman, Widiarto, dan Astuty (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Susanti dan Restiana (2018) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Jaya (2020) dan Afinindy, Salim, dan Ratnawati (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Karina dan Evendi (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kedua yang dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah profitabilitas. Hasil penelitian Atmaja dan Astika (2018), Safitri, Abrar, dan Santoso (2018), Chabachib *et al.* (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Sari dan Sedana (2019), Jaya (2020), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), Afinindy *et al.* (2021), Butar *et al.* (2021), Damayanti dan Sucipto (2022), serta Widiawati dan Linawati (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Meivinia (2018) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Nuswandari, Sunarto, dan Jannah (2018), Wahyuni (2018), dan Yudha, Sari, dan

Saputra (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Sukmawardini dan Ardianari (2018), serta Amin (2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor ketiga yang dapat memengaruhi nilai perusahaan merupakan *leverage*. Hasil penelitian Atmaja dan Astika (2018), Karina dan Evendi (2019), Radja dan Artini (2020), dan Yudha *et al.* (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Lukman *et al.* (2021) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Husna dan Satria (2019), dan Butar *et al.* (2021) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Tassia dan Fidiana (2020) tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor keempat yang dapat memengaruhi nilai perusahaan merupakan likuiditas. Hasil penelitian Safitri *et al.* (2018), Sandi dan Andayani (2019), dan Yudha *et al.* (2021) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Sukmawardini dan Ardianari (2018), Nuswandari *et al.* (2018), Damayanti dan Sucipto (2022), dan Imaama, Asyik, dan Suryono (2022) menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Meivinia (2018), serta Husna dan Satria (2019) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Sari dan Sendana (2019), dan Afinindy *et al.* (2021) menunjukkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Faktor kelima yang dapat memengaruhi nilai perusahaan merupakan tanggungjawab sosial. Hasil Nuswandari *et al.* (2018), Chabachib *et al.* (2019), Sandi dan Andayani (2019), Lukman *et al.* (2021), dan Yudha *et al.* (2021) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Apriyani dan Sutjahyani (2018), serta Widiawati dan Linawati (2022) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Wahyuni (2018) menunjukkan bahwa tanggungjawab

sosial tidak berpengaruh positif nilai perusahaan. Hasil penelitian Atmaja dan Astika (2018) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial tidak berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Tanggungjawab sosial sebagai variable moderasi dari hasil penelitian Karina dan Evendi (2018) dan Chabachib *et al.* (2019) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Sandi dan Andayani (2019) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Tanggungjawab sosial sebagai variabel moderasi dari likuiditas terhadap nilai perusahaan dari hasil penelitian Sandi dan Andayani (2019) dan Imaama *et al.* (2022) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial dapat memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Nuswandari *et al.* (2018) dan Safitri *et al.* (2018) menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial tidak dapat memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan tanggungjawab sosial sebagai variabel moderasi. Objek yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor barang konsumen non primer dengan periode waktu dari tahun 2019 -2021.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang dan batasan masalah di atas, maka rumusalah masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

- a. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- b. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- c. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- d. Apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
- e. Apakah tanggungjawab sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

- f. Apakah tanggungjawab sosial dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?
- g. Apakah tanggungjawab sosial dapat memoderasi pengaruh likuiditas perusahaan terhadap nilai perusahaan?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Memperoleh bukti empiris apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- b. Memperoleh bukti empiris apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c. Memperoleh bukti empiris apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- d. Memperoleh bukti empiris apakah likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- e. Memperoleh bukti empiris apakah tanggungjawab sosial berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- f. Memperoleh bukti empiris apakah tanggungjawab sosial dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
- e. Memperoleh bukti empiris apakah tanggungjawab sosial dapat memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung untuk berbagai pihak yang berkepentingan. Manfaat dari penelitian ini bagi pengembangan ilmu adalah dapat dijadikan sebagai bahan referensi, informasi, dan wawasan teoritis untuk peneliti selanjutnya terutama tentang pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan moderasi tanggungjawab sosial. Bagi investor,

diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi investor dalam melakukan investasi. Bagi perusahaan, dapat memberikan informasi dan mampu menjadi masukan bagi perusahaan dalam berbagai pengambilan keputusan yang berkaitan dengan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afinindy, I., Salim, U., & Ratnawati, K. (2021). The Effect Of Profitability, Firm Size, Liquidity, Sales Growth On Firm Value Mediated Capital Structure. *International Journal Of Business, Economics And Law*, 24(4), 15-22.
- Amin, M. (2021). The Regression Effect Of Capital Structure And Firm Growth On The Firm Value. *Golden Ratio Of Finance Management*, 1(1), 33-50.
- Apriyani, Y. F., & Sutjahyani, D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(1), 69-78.
- Atmaja, I. G. Y. D., & Astika, I. B. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Modal Kerja Pada Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 1-29.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Depok: PT. Rajagrafindo Persada.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.
- Butar, T. R., Fachrudin, K. A., & Silalahi, A. S. (2021). Firm Value Improvement Strategy, Corporate Social Responsibility, And Institutional Ownership. *International Journal Of Research And Review*, 8(2), 264-269.
- Chabachib, M., Fitriana, T. U., Hersugondo, Pamungkas, I. D., & Udin. (2019). Firm Value Improvement Strategy, Corporate Social Responsibility, And Institutional Ownership. *International Journal Of Financial Research*, 10(4), 152-163.
- Damayanti, R., & Sucipto, A. (2022). The Effect Of Profitability, Liquidity, And Leverage On Firm Value With Dividend Policy As Intervening Variable. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Research*, 6(2), 863-876.
- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects Of Return On Asset, Debt To Asset Ratio, Current Ratio, Firm Size, And Dividend Payout Ratio On Firm Value. *International Journal Of Economics And Financial Issues*, 9(5), 50-54.
- Imaama, N. R., Asyik, N. F., & Suryono, B. (2022). Effect Of Financial Performance On Company Value With Corporate Social Responsibility As

- Moderating Variable. *Best Journal Of Administration And Management*, 1(1), 40-52.
- Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) Dan Profitabilitas (Roa) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16, 38-44.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal Of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Karina, L. D. P., & Evendi, D. (2019). Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1-24.
- Lukman, L., Widiarto, T., & Astuty, P. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Size Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. *Sosio E-Kons*, 13(1), 48-58.
- Meivinia, L. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 380-393.
- Nuswandari, C., Sunarto, & Jannah, A. (2018). Corporate Social Responsibility Moderated The Effect Of Liquidity And Profitability On The Firm Value. *Advances In Economics, Business And Management Research*, 86, 87-90.
- Radja, F. L., & Artini, Luh, Gede, Sri. (2020). The Effect Of Firm Size, Profitability And Leverage On Firm Value. *International Journal Of Economics And Management Studies*, 7(11), 18-24.
- Safitri, Y., Abrar, & Santoso, E. B. (2018). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Accounting*, 4(4), 1-18.
- Sandi, Z. E., & Andayani. (2019). Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Nilai Perusahaan: Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1-23.
- Sari, I. A. G. D. M., & Sedana, I. B. P. (2020). Profitability And Liquidity On Firm Value And Capital Structure As Intervening Variable. *International Research Journal Of Management, It & Social Sciences*, 7(1), 116-127.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business*. Chichester: John Wiley & Sons.

- Sukmawardini, D., & Ardiansari, A. (2018). The Influence Of Institutional Ownership, Profitability, Liquidity, Dividend Policy, Debt Policy On Firm Value. *Management Analysis Journal*, 7(2), 211-222.
- Susanti, N., & Restiana, N. G. (2018). What'S The Best Factor To Determining Firm Value? *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 22(2), 301-309.
- Tassia, R. A., & Fidiana. (2020). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(5), 1-20.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-117.
- Widiawati, H. S., & Linawati. (2022). Analisis Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi*, 7(1), 11-21.
- Yudha, A. M., Sari, P. I. P., & Saputra, D. (2021). The Effect Of Leverage, Liquidity, And Corporate Social Responsibility On Company Value With Profitability As The Moderating Variable. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 113-128.