

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTURSEKTOR KONSUMSI *FOOD AND BEVERAGE* DI BEI TAHUN 2021-2023)

SKRIPSI



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**

J E M B E R

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh:

Sofiatul Magfiroh

NIM: 212105030054

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
MEI 2025**

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTURSEKTOR KONSUMSI *FOOD AND BEVERAGE* DI BEI TAHUN 2021-2023)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh:

Sofiatul Magfiroh
NIM: 212105030054

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id
MEI 2025

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTURSEKTOR KONSUMSI *FOOD AND BEVERAGE* DI BEI TAHUN 2021-2023)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Sofiatul Magfiroh
NIM: 212105030054

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Disetujui Pembimbing



Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA

NIP.19880923201903200

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (PADA PERUSAHAAN MANUFAKTURSEKTOR KONSUMSI *FOOD AND BEVERAGE* DI BEI TAHUN 2021-2023)

SKRIPSI

Telah diuji diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun)
Fakultas Ekonomi Bisnis dan Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Selasa
Tanggal: 27 Mei 2025

Tim Penguji

Ketua

Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.
NIP. 198907232019032012

Sekretaris

Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M.
NIP. 199202062020122009

Anggota :

1. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA.
2. Ana Pratiwi, M.S.A.

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Ubaidillah, M.Ag
NIP. 196812261996031001

MOTTO

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

Artinya : “Janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi setelah diatur dengan baik.

Berdo’alah kepada-Nya dengan rasa takut dan penuh harap. Sesungguhnya rahmat

Allah sangat dekat dengan orang-orang yang berbuat baik.(Q.S Al-A’raf : 56)”¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹ ‘Surat Al-A’raf Ayat 56: Arab, Latin, Terjemah Dan Tafsir Lengkap | Quran NU Online’ <<https://quran.nu.or.id/al-a'raf/56>> [accessed 5 May 2025].

PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, dan atas dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya dapat berjalan dengan lancar dan telah terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini penulis persembahkan kepada pihak yang telah terselesaikan skripsi ini, diantaranya yaitu:

1. Untuk kedua orang tua penulis, Bapak Sugito dan Ibu Nurhayati yang selalu memberi penulis do'a yang tak pernah terputus dan selalu memberi suport, semangat, kasih sayang dalam setiap langkah penulis.
2. Untuk kakak dan adik penulis, Bahrul Rozzi dan Melisatul Umamah. Terimakasih banyak atas dukungannya dan do'a nya selama ini sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Untuk saudara dan keluarga besar yang selalu memberikan motivasi, perhatian dan selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk teman kost milenia yaitu (Audilla, Hanifa, Syfira, Ica, dan Mala) terimakasih atas canda, tawa dan dukungannya sampai di titik ini.
5. Untuk teman seperjuangan Akuntansi Syariah 3 yang selalu memberi semangat dan berbagi ilmu selama perjalanan kuliah penulis.
6. Untuk almamater UIN Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember yang sudah menjadi wadah untuk mencari ilmu, pengalaman, dan kesempatan untuk berkembang.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi *Food And Beverage* Di BEI Tahun 2021-2023)”.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

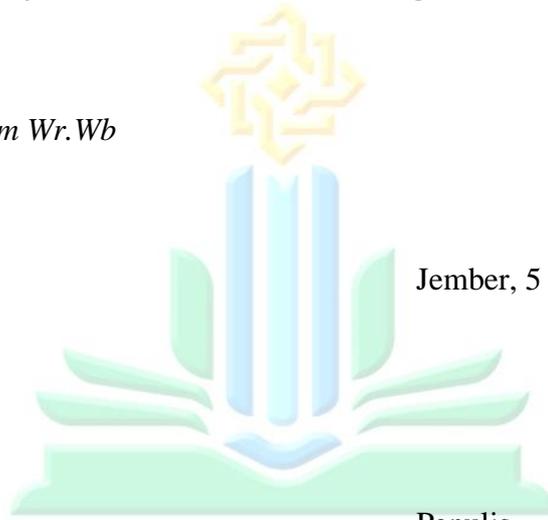
1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., CPEM., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M., Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
3. Dr. M.F Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., M.Pd.I., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
4. Dr. Nur Ika Mauliyas, M.Ak, selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Syariah, Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.
5. Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA., selaku Dosen Pembimbing Skripsi dan Dosen Pembimbing Akademik.
6. Segenap Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.

7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, namun tidak mengurangu rasa terima kasih saya.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca khususnya bagi akademik di Prodi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Shiddiq Jember.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Jember, 5 Mei 2025



Penulis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Sofiatul Magfiroh, Ana Pratiwi : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi *Food And Beverage* Di BEI Tahun 2021-2023).

Kata Kunci : Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan, Profitabilitas, perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi *Food And Beverage* Di BEI.

Penelitian ini mengkaji pengaruh ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi. dalam era globisasi sekarang ini suatu ukuran, skala, atau variabel yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan serta meningkatnya kesadaran lingkungan, perusahaan dituntut untuk mengadopsi praktik bisnis berkelanjutan. Ukuran perusahaan dan CSR menjadi strategi yang tidak hanya berdampak pada keberlanjutan perusahaan, tetapi juga memengaruhi profitabilitas perusahaan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1) Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI? 2) Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI? 3) Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI? 4) Bagaimana Profitabilitas memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI?

Penelitian bertujuan untuk menganalisis apakah ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan serta menguji peran profitabilitas dalam memoderasi hubungan tersebut.

Metode penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode data sekunder yaitu data yang diperoleh tidak langsung atau melalui perantara seperti internet, laporan, buku, dan sumber lainnya. Populasi dalam penelitian ini terdapat pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi *Food And Beverage* yang terdaftar di BEI dengan jumlah 96 perusahaan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 32 perusahaan *Food And Beverage*.

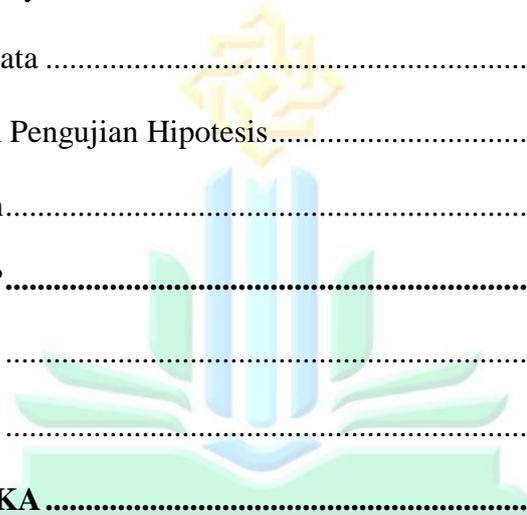
Penelitian ini sampai pada simpulan bahwa ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat penelitian	7
E. Ruang Lingkup Penelitian	9
F. Definisi Operasional	11
G. Asumsi Penelitian	12
H. Hipotesis	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Tinjauan Teori	29
BAB III METODE PENELITIAN	40

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel	40
C. Teknik dan instrumen Pengumpulan Data	43
D. Analisis Data	43
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	49
A. Gambaran Obyek Penelitian	49
B. Penyajian Data	54
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	59
D. Pembahasan.....	72
BAB V PENUTUP	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran-saran	79
DAFTAR PUSTAKA	81



 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan Di BEI	5
Tabel 1.2 Indikator Teori	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Sampel.....	42
Tabel 4.1 Sampel Penelitian Periode 2021-2023	53
Tabel 4.2 Data PER.....	55
Tabel 4.3 data Ukuran Perusahaan.....	56
Data 4.4 Data Corporate Social Responsibility (CSR)	57
Data 4.5 Data ROA	58
Data 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	60
Data 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	61
Data 4.8 Hasil Uji Autokorelasi.....	62
Data 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Data 4.10 Hasil Analisis Linier Berganda.....	65
Data 4.11 Uji Hipotesis	69
Data 4.12 Uji Simultan.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian	13
Gambar 4.1 Grafik Rata-rata Nilai Perusahaan.....	49
Gambar 4.2 Grafik Rata-rata Ukuran Perusahaan.....	50
Gambar 4.3 Grafik Rata-rata Corporate Social Responsibility (CSR)	52
Gambar 4.4 Grafik Rata-rata Profitabilitas	53



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangannya perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Salah satu indikator untuk menilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak di masa mendatang adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.²

Nilai perusahaan adalah hal yang penting wajib diperoleh dengan maksimal. Penilaian yang maksimal dari suatu perusahaan dilihat dari kemampuan bertahan dalam keberlangsungan hidup perusahaan, maka nilai perusahaan tetap terjaga dengan baik. Oleh karena itu, dalam melakukan penilaian yang maksimal membutuhkan informasi tambahan yang dapat menggugah dan menarik minat *stakeholder* serta dapat memberikan kesan positif bagi pihak eksternal perusahaan terutama masyarakat salah satunya terkait dengan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan atau disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).³

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep pertanggung jawaban perusahaan berkomitmen untuk berkontribusi dalam

² Yustisia Puspaningrum, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia)', *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5.1 (2017), 1–14 <<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/9639>>.

³ Ni Luh Laksmi Rahmantari, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Ganec Swara*, 15.1 (2021), 813 <<https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>>.

pengembangan ekonomi berkelanjutan melihat pada keseimbangan terhadap aspek sosial, ekonomis dan lingkungan. Kewajiban masyarakat dalam menerapkan CSR di atur dalam Undang-Undang perseroan terbatas No 40 Tahun 2007, pasal 74 yang menyatakan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan Sumber Daya Alam (SDA) wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)”⁴

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala, atau variabel yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, log size, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain.⁵ Ukuran perusahaan mampu memoderasi CSR dengan nilai perusahaan disebabkan karena perusahaan memberikan kesempatan untuk dapat berkembang dalam aspek yang perlu diperhatikan dalam kesejahteraan masyarakat yang tidak hanya untuk kepentingan perusahaan semata. Ukuran perusahaan yang diperhitungkan dengan total aktiva dimiliki perusahaan ini meliputi besar kecilnya perusahaan yang sekaligus berimbas pada luasnya pengungkapan CSR yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan yang banyak inilah untuk dapat meningkatkan nilai perusahaan maka dibutuhkan CSR tersebut.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Perusahaan-perusahaan dengan profit yang tinggi biasanya menggunakan

⁴ Cahya Ayu Mulia Putri Rasyid, Eni Indriani, and Robith Hudaya, ‘Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan’, *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7.1 (2022), 135–56 <<https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>>.

⁵ ‘Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria Dan Indikator)’ <<https://www.kajianpustaka.com/2020/04/ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator.html>> [accessed 21 November 2024].

lebih banyak pinjaman untuk memperoleh manfaat pajak. Profitabilitas adalah rasio dari efektifitas manajemen dari penjualan dan investasi.⁶ Profitabilitas mampu memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Sebagian dari perusahaan terserap untuk kepentingan program berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan, terserapnya keuntungan yang diperoleh perusahaan ini dapat menjaga kelangsungan hidup perusahaan berdasarkan operasionalnya.

Dalam penelitian profitabilitas melalui Return On Equity (ROE) sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Return On Equity (ROE) adalah rasio laba bersih setelah pajak terhadap modal sendiri. Rasio ini mengukur tingkat pengembalian atas investasi bagi para pemegang saham. Dari definisi ROE diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat pengembalian yang dapat diperoleh pemilik perusahaan (pemegang saham) atas modal yang disetorkan untuk perusahaan tersebut. Semakin tinggi ROE semakin baik juga kedudukan pemilik perusahaan, sehingga menyebabkan baiknya penilaian investor terhadap perusahaan yang dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan.

Profitabilitas disini sebagai variabel moderasi untuk melihat apakah dengan adanya ukuran perusahaan dan CSR akan mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sangat penting untuk perusahaan dalam mempertahankan usahanya dalam jangka panjang, karena profitabilitas dapat menunjukkan apakah memiliki prospek yang bagus di masa yang akan datang

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶ Ahmad Supandi and Yohanes August Goenawan, 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening', *Journal Intelektual*, 2.2 (2023) <<https://doi.org/10.61635/jin.v2i2.145>>.

atau tidak. profitabilitas adalah faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi semakin kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar. Besar atau kecilnya laba inilah yang akan mempengaruhi nilai perusahaan.⁷ *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara signifikan terhadap profitabilitas sebagai variabel moderasi.⁸ Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan nilai perusahaan.⁹

Berdasarkan masalah serta uraian dari beberapa penelitian yang telah dijabarkan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian yang mengkaji ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas terhadap nilai suatu perusahaan. Peneliti mengambil perusahaan manufaktur sektor *food and beverage* sebagai objek penelitian. Perusahaan *food and beverage* ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Di Indonesia *food and beverage* adalah salah satu sektor industri yang terus mengalami pertumbuhan. Industri *food and beverage* salah satu sektor manufaktur yang tiap tahunnya selalu bertambah.

⁷ Bayu Irfandi Wijaya and I.B Panji Sedana, 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)', *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4.12 (2015), 4477–4500.

⁸ Bella Angraini Bella Angraini and Murtanto, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3.1 (2023), 1823–30 <<https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>>.

⁹ Sakinah Pokhrel, 'Pengaruh Kinerja Keuangan, Uuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi', *Αγαη*, 15.1 (2024), 37–48.

Tabel 1.1 Jumlah Perusahaan BEI

Tahun	Jumlah
2021	72
2022	84
2023	95

Sumber : diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh hasil bahwa selisih dari tahun 2022 sebesar 12 perusahaan sedangkan pada tahun 2023 sebesar 11 perusahaan, sehingga jika dijumlah perusahaan yang baru bergabung dari tahun 2021-2023 adalah 23 perusahaan. Hal ini tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan food and beverage sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Sektor ini dapat dikategorikan strategis karena dapat menyediakan pangan bagi masyarakat luas.¹⁰

Food and Beverage pada kuartal 1 2021, pertumbuhan industri ini mencapai 245%, salah satu yang tertinggi di sektor industri pengolahan. Industri ini memang bukan satu-satunya yang mengalami pertumbuhan dalam setahun terakhir. Industri kimia, farmasi dan obat tradisional serta industri logam dasar juga mengalami kinerja positif selama pandemi. Meskipun dua industri itu mampu mencatatkan pertumbuhan cukup tinggi selama setahun terakhir, hanya industri Food and Beverage yang pertumbuhannya konsisten meningkat sejak kuartal II-2020. Sektor ini juga yang paling banyak menyerap tenaga kerja sepanjang pandemi covid-19. Berdasarkan data BPS, proporsi tenaga kerja di industri makanan mencapai 3,75% pada tahun 2020. Proporsi

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁰ Puspita Ayu Laras Shita, 'Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2020', 2022.

tercatat meningkat 0,01% jika dibandingkan pada 2019 yang sebesar 3,74%. Hal itu karena industri Food and Beverage masih ekspansif, meskipun ada covid-19.

Penelitian ini di teliti untuk melihat sejauh mana pengungkap sosial (CSR) mampu mempengaruhi pandangan *stakeholder* tentang nilai perusahaan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji apakah CSR dan Profitabilitas berpengaruh dengan nilai perusahaan serta profitabilitas mampu memoderasi pengaruh hubungan CSR terhadap pada perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023 sebagai tahun pengamatan karena tahun tersebut merupakan tahun terbaru pada saat penelitian dilakukan.

Berdasarkan asumsi, pertimbangan dan alasan tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage di BEI Tahun 2021-2023”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI?
2. Bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI?
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI?

4. Bagaimana Profitabilitas memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *Food and Beverage* di BEI.
4. Untuk mengetahui bagaimana Profitabilitas memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur *Food and Beverage* di BEI.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Bagi akademisi, hasil dari penelitian diharapkan dapat berkontribusi

dalam ilmu manajemen dan pengembangan teori, terutama yang

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

berkaitan dengan pengaruh ukuran perusahaan dan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan yaitu salah satunya teori *stakeholder*. penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya disamping sebagai sarana untuk menambah wawasan.

- b. Bagi peneliti yang akan datang, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan wacana di bidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan pada masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengvaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan datang.

b. Bagi Investor

Hasil dari penelitian dapat memberikan manfaat bagi investor dalam menilai kinerja perusahaan secara lebih akurat. Dengan memanfaatkan hasil penelitian ini, investor dapat membuat keputusan investasi yang lebih tepat dan informan. Mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat membantu investor. Dengan demikian, investor dapat membuat keputusan yang lebih teliti dan mengoptimalkan potensi pengembalian investasi mereka.

c. Bagi Peneliti

Menambah pengalaman dan keterampilan peneliti dalam melakukan penelitian kuantitatif serta memberikan dasar yang kuat untuk penelitian-penelitian lanjutan yang berkaitan dengan manajemen laba.

d. Bagi Pembaca

Pembaca memperoleh informasi yang berharga tentang nilai perusahaan yang memengaruhi Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

a. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹¹ Dalam penelitian ini yang digunakan adalah nilai perusahaan.

b. Variabel Independen

Variabel independen adalah “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”.¹² Dalam penelitian ini menggunakan variabel Ukuran Perusahaan, CSR, dan Profitabilitas sebagai variabel independen

¹¹ Aenyatul, ‘Bab Iii Metoda Penelitian’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3 (2019), 1–9.

¹² Ita Nuraeni, ‘Metode Penelitian’, *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2020), 1689–99.

c. Variabel Moderasi

Variabel moderator adalah variabel yang memperkuat dan memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Variabel ini disebut juga dengan variabel independen kedua.¹³ Variabel dalam penelitian ini adalah profitabilitas. Selain sebagai variabel independen, profitabilitas juga digunakan sebagai variabel pemoderasi.

2. Indikator Teori

Indikator adalah suatu pengamatan atau ukuran yang diasumsikan sebagai bukti atribut atau sifat suatu fenomena. Indikator digunakan untuk mengukur perubahan variabel dalam kurun waktu tertentu. Hal ini membantu peneliti memahami cara suatu fenomena atau konsep berubah. Berikut adalah indikator dari tiap variabel:

Tabel 1.2 Indikator Teori

Variabel	Indikator	Skala
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{nilai buku per lembar saham}}$	Rasio
Ukuran Perusahaan	Ukuran Perusahaan = Ln (Total Assets)	Rasio
Corporate Social Responsibility (CSR)	$CSRI_j = \frac{\sum xy_i}{n_j}$	Rasio
Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$	Rasio

Sumber : diolah oleh peneliti, 2024

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹³ BAB Iii and Metode Penelitian, 'Aprillina Nur Afnilis, 2020 Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Pemoderasi Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu', 2020, 65–80.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ini mengandung pengertian istilah penting yang menjadi titik pusat pertimbangan analisis dalam judul pembahasan ini. definisi-definisi operasional yang dipakai untuk pembahasan dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala atau ukuran yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari sejumlah ketentuan diantaranya meliputi jumlah keseluruhan modal, pendapatan, penjualan, saham, nilai pasar, log size, jumlah keseluruhan aktiva dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan juga diartikan sebagai indikator yang bisa memberikan petunjuk mengenai karakteristik atau kondisi perusahaan dimana ada sejumlah tolak ukur yang bisa dipakai untuk menentukan ukuran dari suatu perusahaan mulai dari jumlah karyawan yang dimiliki, jumlah aset yang dimiliki, total saham yang beredar dan pencapaian jumlah penjualan yang dicapai perusahaan dalam suatu waktu.¹⁴

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial yang harus dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan untuk semua stakeholder dan juga semua pihak yang mempunyai kepentingan. Berbagai macam pihak yang dimaksud adalah karyawan perusahaan,

¹⁴ Alifatul Laili Fajriah, Ahmad Idris, and Umi Nadhiroh, 'Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2022), 1–12 <<https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>>.

pemegang saham perusahaan, konsumen, pihak pemerintah, dan masyarakat yang ada di ruang lingkup perusahaan tersebut.¹⁵

3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan terbentuk dari proses yang panjang dan tidak singkat. Kepercayaan seorang investor terhadap pertumbuhan perusahaan adalah hasil dari kerja dari para pegawai perusahaan yang terlibat. Nilai perusahaan yang baik ditandai dengan banyaknya permintaan saham yang terjadi di pasar modal. Permintaan dan penawaran yang terjadi antara penjual dan investor saham akan meningkatkan harga saham perusahaan.¹⁶

4. Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Jumlah laba bersih kerap dibandingkan dengan ukuran kegiatan atau kondisi keuangan lainnya seperti penjualan, aktiva, ekuitas pemegang saham untuk menilai kinerja sebagai suatu presentase dari beberapa tingkat aktivitas atau investasi.¹⁷

G. Asumsi Penelitian

Berdasarkan tinjauan pustaka, maka disusun kerangka pemikiran yang menggambarkan hubungan antara ukuran perusahaan dan CSR, profitabilitas sebagai variabel moderasi yang akan di uji. Kerangka penelitian disusun untuk

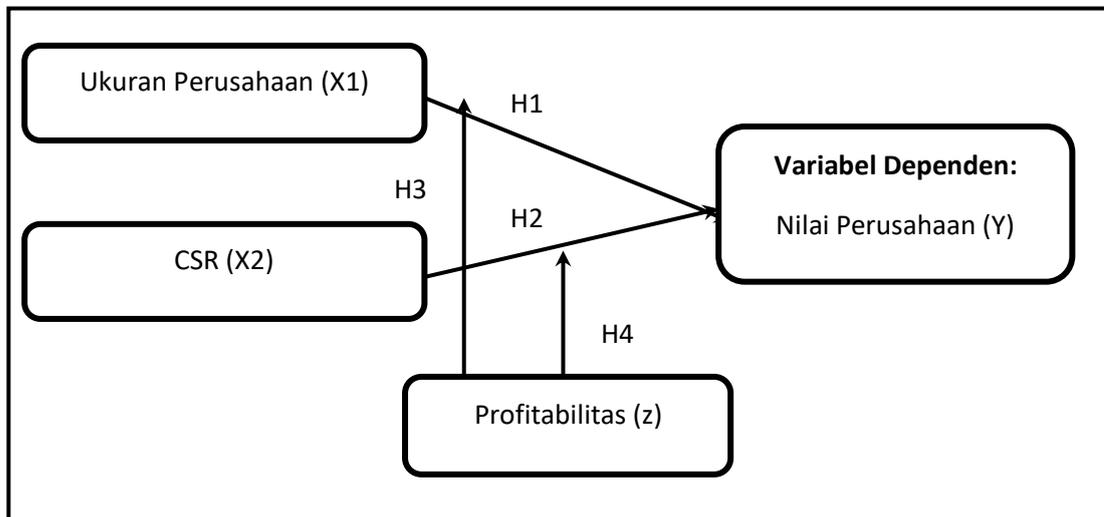
¹⁵ AL Muhajir Haris and Eko Priyo Purnomo, 'Implementasi Csr (Corporate Social Responsibility) Pt. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan', *Journal of Governance and Public Policy*, 3.2 (2016), 203–25 <<https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0056>>.

¹⁶ Nur Kholis Kholis, Eka Dewi Sumarmawati, and Hestin Mutmainah Mutmainah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan', *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 16.1 (2018), 19–25 <https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v16i1.2127>.

¹⁷ ME David Yanto Daniel Mahulae, SE, 'Aanalisis Pengaruh Efisiensi Mmodal Kereja, Likuiditas, Dan Slvabilitas Terhadap Pofitabilitas', 2022, 17–19.

mempermudah memahami hipotesis yang dibangun didalam penelitian. Maka kerangka penelitian dapat dinyatakan dalam gambar 1.2

Gambar 1.1 Kerangka Penelitian



Sumber : Kerangka Penelitian, 2024

Berdasarkan gambar 1.1 dari kerangka penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas merupakan variabel independen. Profitabilitas disini selain sebagai variabel independent juga sebagai variabel moderasi. sedangkan nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara yang akan di uji kebenerannya melalui penelitian. Hipotesis hanya disusun dalam jenis penelitian inferensial, yaitu jenis penelitian pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk menguji.¹⁸ Berdasarkan teori dan kerangka penelitian di atas, dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁸ Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, 'Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi', 3.2 (2021), 96–102.

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran yang besar suatu perusahaan yang nantinya akan dipermudah dalam memasuki dunia pasar modal, oleh sebab itu melalui pihak eksternal, perusahaan akan mendapatkan sumber pendanaan sehingga ukuran perusahaan nantinya menjadi sebuah pertimbangan bagi calon investor untuk berinvestasi ke perusahaan. Kinerja yang baik pada perusahaan biasanya dimiliki oleh perusahaan yang memiliki ukuran besar, perusahaan tersebut mampu mengembangkan usahanya yang serta lebih banyak para investor yang tertarik. Keuntungan yang stabil biasanya terdapat pada perusahaan yang memiliki ukuran besar. Stabilitasnya keuntungan tersebut dapat menarik investor membeli saham maka saham perusahaan akan mengalami kenaikan, sehingga nilai perusahaan juga naik.¹⁹ Berdasarkan teori tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2. *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama sebuah perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan (sustainable) apabila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat.

Dimensi tersebut terdapat di dalam penerapan CSR yang dilakukan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

¹⁹ Pengaruh Ukuran Perusahaan, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', 2005.

perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Jika terjadi ketidaksielarasan antara sistem nilai perusahaan dan nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan dikarenakan legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor yang strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga saham. Sebuah perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.²⁰ Dari teori tersebut, maka hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas Memoderasi Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau keuntungan dalam hubungan dengan penjualan, aktiva maupun modal sendiri yang dinyatakan dengan presentase. Profitabilitas berperan penting dalam penelitian ini, karena pada umumnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang akan berpengaruh pada kegiatan perusahaan. Secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi pula hubungan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁰ Siti Sapia Latupono, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating', *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4.8 (2015), 1–15.

pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan sendiri berpengaruh terhadap luas pengungkapan informasi sosial. Perusahaan dengan aset yang makin lama makin besar memiliki tanggung jawab tidak hanya terhadap para pemegang sahamnya namun juga dengan stakeholder yang lain, seperti masyarakat sekitar dan pemerintah.²¹ Berdasarkan teori diatas, maka memperoleh hipotesis sebagai berikut:

H3 : Profitabilitas memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas Memoderasi *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas digunakan sebagai variabel moderasi karena secara teoritis semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan berbanding lurus dengan semakin kuat pula hubungan pengungkapan sosial dengan nilai perusahaan.²²

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan di dalam memperbaiki lingkungannya, maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka

²¹ CA. Rr. Aurin Wahyu Kusuma, Dr. Denies Priantinah, M.Si., Ak., 'Jurnal Nominal / Volume VII Nomor 2 / Tahun 2018 the Influence of Sustainability Report Disclosure and Company'S Size on Company'S Value With Profitability As a Moderation Variable in the Company Joining in Issi and Conventional in the Period 2014-2016', VII.1 (2019), 91-105 <www.hukumonline.com>.

²² Puspaningrum. 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi'. hl:3

semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, Corporate Social Responsibility akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.²³ Berdasarkan penjelasan di atas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H4 : Profitabilitas memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.



²³ Dea Agnes Afifah, Isbandriyati Mutmainah, and Eha Hasni Wahidhani, 'Pengaruh CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11.3 (2023), 1–24 <<https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i3.2042>>.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

1. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Cici Putri Dianawati, tahun 2019 yang berjudul “Pengaruh CSR dan GCG Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening”.

Objek penelitian adalah perusahaan BUMN Non Keuangan yang *go public* yang termasuk dalam pemeringkat CGPI pada tahun 2010-2014. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengidentifikasi variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen dan *path analysis* untuk mendeteksi pengaruh tidak langsung melalui profitabilitas (ROE).

Hasil dari penelitian ini melalui uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen menimbulkan dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas (ROE) sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian. Hasil uji secara langsung maupun tidak langsung menunjukkan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG) dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.²⁴

2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Devi Theresia, tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris pada perusahaan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁴ Cici Putri Dianawati and Siti Rokhmi Fuadati, ‘Pengaruh CSR Dan Gcg Terhadap Nilai Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5.1 (2022), 1–20.

Manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021).

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. IBM SPSS Statistic 29 digunakan untuk berbagai analisis statistik, termasuk regresi linier berganda dan pengujian hipotesis. Untuk analisis ini, 16 bisnis berbeda dijadikan sampel. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis laporan keuangan perusahaan yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia.

Hasil dari penelitian ini adalah likuiditas dengan CR tidak berpengaruh signifikan terhadap Tax Avoidance. Leverage dengan DAR berpengaruh negatif signifikan terhadap Tax Avoidance. Profitabilitas dengan ROA berpengaruh negatif signifikan terhadap Tax Avoidance. Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap Tax Avoidance.²⁵

3. Hasil yang dilakukan oleh R. Fadhilah, W. Idawati, Praptiningsih. Tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Renspobility sebagai Variabel Moderasi”.

²⁵ V F Yani, ‘...’, Dan Profitability Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ...’, *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2 (2023), 1–15 <<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2476>>.

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019. Penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan.

Hasil dari penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan.²⁶

4. Hasil yang dilakukan oleh Vicella Lauwrenza dan Metta Susanti. Tahun 2023 dengan judul “Pengaruh *Return On Asset, Corporate Social Responsibility, Tax Planning dan Sales Growth* Terhadap Earnings Management (studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021)”.

Objek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021, dengan menggunakan *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Hasil dari penelitian ini adalah dua faktor pengemalihan aset dan pertumbuhan penjualan masing-masing memiliki pengaruh parsial terhadap variabel independen dan manajemen laba. Selain itu, uji

²⁶ Rifky Fadhilah, W- Idawati, and Praptiningsih Praptiningsih, ‘Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi’, *Jurnal Akunida*, 7.2 (2021), 190–204 <<https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4524>>.

simultan menunjukkan bahwa keempat faktor independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan.²⁷

5. Hasil yang dilakukan oleh Dian Kartika Putri. Tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan”.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2019. Teknik pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh dari tahunan situs resmi Bursa Efek Indonesia dan *website* perusahaan yang menjadi sampel penelitian.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *sustainability report* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.²⁸

6. Hasil yang dilakukan oleh Agam Mei Yudha, tahun 2022 dengan judul “Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran

²⁷ Vicella Lauwrenza and Metta Susanti, ‘Pengaruh Return On Asset, Corporate Social Responsibility, Tax Planning Dan Sales Growth Terhadap Earnings Management (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)’, *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2.2 (2023), 1–14.

²⁸ Dian Kartika Sari and Wahidahwati, ‘Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan’, *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10.4 (2021), 1–19.

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengestimasi Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020. Teknik pemilihan sampel menggunakan Metode Purposive Sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, regresi panel, dan analisis jalur menggunakan SPSS.

Hasil dari uji hipotesis pertama dari hasil regresi secara persial menjelaskan Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hipotesis kedua dari hasil regresi secara persial menjelaskan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Hipotesis ketiga dari hasil regresi secara persial menjelaskan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas. Hipotesis keempat dari hasil regresi secara persial menjelaskan Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.²⁹

7. Hasil yang dilakukan oleh Icha Annisa, tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan”

Penelitian ini untuk menguji apakah terdapat pengaruh laporan keberlanjutan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

²⁹ G. T. Williams and O. E. Stanaitis, ‘4472’, *The American Mathematical Monthly*, 60.3 (1953), 197 <<https://doi.org/10.2307/2307590>>.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan sumber data berupa data sekunder. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS versi 26.

Hasil dari penelitian ini adalah memberikan bukti secara empiris bahwa menggunakan laporan keberlanjutan, profitabilitas, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.³⁰

8. Hasil yang dilakukan oleh I Gede Cahyadi Putra, tahun 2022 dengan judul “Pengaruh *Corporate Governance* Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)”.

Penelitian ini untuk menguji dan memperoleh bukti empiris dari pengaruh *Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 yang berjumlah 195 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 40 perusahaan yang ditentukan berdasarkan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah *partial least square* (PLS).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Governance* dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Governance* berpengaruh positif dan signifikan

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

³⁰ Icha Annisa, Igka Ulupui, and Tri Hesti Utaminingtyas, ‘Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan’, *Jurnal Revenue*, 4 (2023), 327–41.

terhadap profitabilitas. *Corporate Governance* berpengaruh tidak langsung dengan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan melalui profitabilitas.³¹

9. Hasil yang dilakukan oleh Fitria Ramadhani, tahun 2022 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi”.

Penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Populasi penelitian ini berupa perusahaan sektor industri barang dan Konsumsi yang terdaftar di BEI pada periode 2018-2020. Teknik *purposive sampling* di gunakan dalam penentuan sampel pada penelitian ini sehingga diperoleh sebanyak 30 perusahaan manufaktur dengan total amatan sebanyak 90. Data dianalisis menggunakan metode Moderate Regression Analysis (MRA).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, CSR tidak memoderasi pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.³²

10. Hasil yang dilakukan oleh Mahathir Muhammad Dewantoro, tahun 2019 dengan judul “Pengaruh GCG, CSR, dan Ukuran Perusahaan

³¹ I Gede Cahyadi Putra, Ida Ayu Ratih Manuari, and Ni Kadek Dewi Puspayanti, ‘Pengaruh Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)’, *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21.1 (2022), 105–18 <<https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.105-118>>.

³² Fitria Ramadhani, ‘Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Moderasi’, *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.12 (2022), 5483–88 <<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1831>>.

Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating”

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji GCG, CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan Profitabilitas sebagai variabel moderasi. Peneliti menggunakan metode kuantitatif dan dalam pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan Analisis Regresi Moderat (ARM) dengan tingkat signifikan 5%, diolah dengan menggunakan program SPSS perangkat lunak.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel GCG, CSR dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak mampu memoderasi efek GCG, CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.³³

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Cici Putri Dianawati (2019)	Pengaruh CSR dan GCG Terhadap Profitabilitas Sebagai Variabel Interevening	a) Membahas tentang pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan b) Menggunakan teknik <i>purposive sampling</i> c) Menggunakan	a) Objek yang diteliti b) Terdapat variabel yang berbeda

³³ Mahathir Muhammad Dewantoro, 'Pengaruh GCG, CSR, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2016)', *Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2019, 1–15.

			analisis kuantitatif	
2	Devi Theresia (2023)	Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)	a) Objek yang diteliti b) Mengguankan teknik purposive sampling c) Menggunakan analisis kuantitatif	a) Variabel yang digunakan.
3	R. Fadhilah, W. Idawati, Praptining sih (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi	a) Menggunakan analisis kuantitatif b) Menggunakan data sekunder	a) Objek b) Terdapat dua variabel bebas yang berbeda yaitu leverage dan struktur kepemilikan institusional dan CSR sebagai variabel moderasi
4	Vicella Luawrenza, Metta Susanti (2023)	Pengaruh <i>Return On Asset, Corporate Social Responsibility, Tax Planning dan Sales</i>	a) Mengguankan teknik purposive sampling b) Objek yang diteliti c) Mennggunakan data sekunder	a) Variabel bebas yang digunnakan dan varibel terikatnya

		<i>Groeth</i> Terhadap Earnings Management (studi empiris pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2021)	d) Mengguankan analisis kuantitatif	
5	Dian Kartika Sari (2022)	Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan	a) Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> b) Menggunakan data sekunder c) Menggunakan analisis kuantitatif d) Menggunakan data terikat	a) Objek penelitian b) Variabel bebas yang digunakan.
6	Agam Mei Yudha (2022)	Analisis Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening	a) Membahas tentang Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan b) Menggunakan metode <i>purposive sampling</i>	a) Objek b) Variabel dan variabel intervening
7	Icha Annisa (2023)	Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai	a) Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> b) Mengguankan metode penelitian	a) Objek yang diteliti b) Variabel bebas

		Perusahaan	kuantitatif	
8	I Gede Cahyadi Putra (2022)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap Profitabilitas dan Nilai Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	a) Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> b) Mengguankan metode penelitian kuantitatif	a) Objek yang diteliti b) Variabel bebas dan variabel terikatnya.
9	Fitria Ramadhan i (2022)	Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi	a) Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> b) Mengguankan metode penelitian kuantitatif	a) Objek yang diteliti b) Variabel bebas dan variabel moderasi.
10	Mahathir Muhammad Dewantoro (2019)	Pengaruh GCG, CSR, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating	a) Menggunakan metode penelitian kuantitatif b) Menggunakan metode <i>purposive sampling</i> c) Menggunakan Profitabilitas sebagai varibel moderasi	a) Objek yang digunakan. b) Variabel bebas yang digunakan.

Sumber : Peneltian Terdahulu, 2024

Kesimpulan dari penelitian terdahulu mengenai *pengaruh ukuran perusahaan dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi adalah Ukuran perusahaan (misalnya, total aset, pendapatan, atau kapitalisasi pasar) cenderung memiliki hubungan positif dengan nilai perusahaan. Perusahaan besar dianggap lebih stabil, memiliki akses lebih mudah ke sumber daya

finansial, dan lebih mampu memenuhi harapan investor, sehingga meningkatkan nilai perusahaan. CSR biasanya memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Kegiatan CSR menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik, yang pada akhirnya dapat berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sering memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih menguntungkan memiliki sumber daya yang cukup untuk mendanai program CSR yang efektif, sehingga dampaknya terhadap nilai perusahaan lebih signifikan

B. Tinjauan Teori

1. Teori *Stakeholder*

Stakeholder adalah setiap kelompok atau individu yang dapat dipengaruhi atau memengaruhi hasil dari tujuan perusahaan. Teori stakeholder memiliki tujuan untuk membantu eksekutif perusahaan dalam memahami lingkungan stakeholder serta melakukan pendekatan yang lebih eksekutif.³⁴ Teori *stakeholder* pada suatu perusahaan bukan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun juga harus memberi manfaat bagi para *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditur, konsumen, *supplier*, pemerintah masyarakat, analisis, dan pihak lain), hal ini dapat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk tanggung jawab sosial dan akuntabilitas. Oleh karena itu, organisasi memiliki

³⁴ Ana Pratiwi, Kuni Zakiyyatul Laila, and Daru Anondo, 'Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia', *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 2.1 (2022), 60–71 <<https://doi.org/10.25047/asersi.v2i1.3313>>.

akuntabilitas terhadap *stakeholder*, *stakeholder* dibagi menjadi dua kategori yaitu:³⁵

a. *Stakeholder Internal*

Stakeholder ini adalah orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Yang termasuk kedalam *stakeholder* internal adalah pemegang saham, para manajer, dan karyawan.

b. *Stakeholder Eksternal*

Stakeholder ini adalah orang-orang yang bukan dari pihak perusahaan atau diluar dari perusahaan tetapi memiliki kepentingan terhadap sebuah perusahaan dan atau dipengaruhi oleh keputusan beserta tindakan yang dilakukan oleh perusahaan. Yang termasuk *stakeholder eksternal* adalah pelanggan, pemasok, pemerintah, kreditor, serikat pekerja, komunitas lokal dan masyarakat umum.

Jadi, pada teori *stakeholder* dijelaskan bahwa suatu perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya mempunyai tanggung jawab yang tidak hanya sebatas pada perusahaannya saja, tapi pada pihak-pihak yang memiliki kepentingan kepada perusahaan tersebut seperti pemerintah, pelanggan, kreditor, serikat lokal, serikat pekerja, dan masyarakat umum

³⁵ Muna Mahdiyyah Haisir, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coeficient (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2013-2015)', *Http://Repository.Radenintan.Ac.Id*, 2017, 17-19
<<http://repository.radenintan.ac.id/1201/>>.

Hal pertama mengenai teori *stakeholder* adalah bahwa *stakeholder* merupakan sistem yang secara eksplisit berbasis pada pandangan tentang suatu organisasi dan lingkungannya, mengenai sifat saling mempengaruhi antara keduanya yang kompleks dan dinamis. *Stakeholder* dan organisasi saling mempengaruhi, hal ini dapat dilihat dari hubungan sosial keduanya yang berbentuk responsibilitas dan kauntabilitas. Oleh karena itu organisasi memiliki akuntabilitas terhadap *stakeholder*.

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Gray, Kouhy dan Adams mengatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin *powerful stakeholder* maka semakin besar usaha perusahaan untuk dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.³⁶

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu dari variabel yang banyak digunakan untuk menjelaskan tentang variasi pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan. Ukuran perusahaan dinyatakan dalam total aktiva, penjualan, dan sering digunakan dalam mengidentifikasi ukuran

³⁶ Haisir. 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coefficient'. 2017. hl 17-19

suatu perusahaan karena semakin besar aktiva yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar modal yang ditanam.

Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka perusahaan akan paksa untuk lebih transparansi mengenai yang lebih besar bertujuan agar *stakeholder* mengetahui gambaran mengenai aktivitas operasional perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan dilihat dari seberapa besar total aset dimiliki perusahaan tersebut. Perusahaan yang mempunyai total aset yang besar menunjukkan prospek perusahaan yang baik karena aset digunakan dalam operasional perusahaan. Besarnya korporasi tercermin dalam ukurannya yang tercermin dalam nilai total aset yang ditunjukkan pada neraca akhir tahun.

Kesimpulannya adalah keinginan untuk keterbukaan informasi meningkat seiring dengan ukuran bisnis, jika perusahaan lebih kecil, ini karena organisasi yang lebih besar dianggap mampu secara konsisten meningkatkan kinerja dan profitabilitas mereka. Sehingga, investor akan lebih percaya pada perusahaan yang lebih besar. Ukuran perusahaan diukur berdasarkan total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Perusahaan dengan didasarkan pada nilai total aset yang dimiliki perusahaan seperti yang diatur dalam pasal 3 ayat 1, 2, dan 3 yang, menyatakan sebagai berikut:³⁷

³⁷ Tryana Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu., *Journal GEEJ*, 7.2 (2020), 10–50.

- a. Klasifikasi perusahaan kecil, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan maksimum Rp 10 milyar.
- b. Klasifikasi perusahaan menengah, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 500 juta sampai dengan maksimum Rp 10 milyar
- c. Klasifikasi perusahaan besar, adalah untuk perusahaan dengan kekayaan bersih lebih dari Rp 10 milyar. Menjelaskan untuk mengetahui ukuran perusahaan digunakan formula sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan : $Ln(\text{total asset})$

3. Nilai Perusahaan

Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai merupakan sesuatu yang tidak diinginkan apabila nilai tersebut bersifat negatif dalam arti merugikan atau menyulitkan pihak yang memperolehnya untuk mempengaruhi kepentingan pihak tersebut sehingga nilai tersebut di jauhi. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya.

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi

penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang mencerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Pendapat lain juga mengungkapkan bahwa tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan.³⁸

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan tersebut. Beberapa indikator yang digunakan untuk nilai perusahaan di antaranya.³⁹

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Price Earning Ratio (PER) adalah perbandingan antara harga saham perusahaan dengan *earnign per share* dalam saham. PER adalah fungsi dari perubahan kemampuan laba yang diharapkan dimasa yang akan datang. Semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinan nilai saham. PER dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning Per Share}}$$

³⁸ Endah Prawesti Ningrum, *Nilai Perusahaan (Konsep Dan Aplikasi)*, 2022, III <<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>.

³⁹ Kholis, Sumarmawati, and Mutmainah. "Faktor-Faktor Ynag Mempengaruhi Nilai Perukaan", 19-25

b. *Tobin's Q ratio* (Q Tobin)

Tobin's Q adalah nilai pasar dari aset perusahaan dengan biaya penggantian. Rasio Q lebih unggul daripada rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio ini fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relatif terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini. rasio Q ini sulit untuk dihitung dengan akurat karena memperkirakan biaya penggantian atas aset sebuah perusahaan bukanlah suatu pekerjaan yang mudah (Margaretha, 2014). Q Tobin dapat dihitung dengan rumus:

$$Q \text{ tobin} = \frac{\text{Nilai Pasar}}{\text{Total Aset}}$$

c. *Price Book Value* (PBV)

Price Book Value (PBV) adalah hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. Nilai buku per saham dapat dihitung dengan membandingkan total ekuitas saham dengan jumlah saham yang beredar. Dengan membagi harga per lembar saham dengan nilai buku akan diperoleh rasio nilai pasar/nilai buku sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga perlembar saham saat ini}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

4. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan baik perusahaan kecil ataupun besar dengan berbagai jenis tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan.

Secara umum, CSR adalah komitmen perusahaan yang secara etis untuk mengintegrasikan kegiatan bisnisnya serta melaksanakan CSR secara berkelanjutan dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder* dan masyarakat luas yang terkait dengan perusahaan dan lingkungan. Tujuannya adalah agar perusahaan, masyarakat termasuk karyawan, konsumen, komunitas lokal, *supplier*, investor, kreditor, dan lingkungan bisa berdampingan. CSR merupakan komitmen dunia bisnis untuk memberi seluruh *stakeholder* untuk meningkatkan kehidupan mereka melalui cara-cara yang baik bagi bisnis maupun pembangunan.⁴⁰

Masalah –masalah sosial bukan hanya menjadi tanggung jawab pemerintah melalui penetapan kebijakan publiknya (*public policy*), tetapi menjadi juga tanggung jawab perusahaan. Bisnis didorong untuk melakukan pendekatan yang proaktif terhadap pembangunan berkelanjutan. Konsep CSR juga dilandasi oleh argumentasi moral, bahwa tidak ada satu entitas perusahaan yang hidup sendirian dan terisolasi. Perusahaan dan bisnis dapat hidup dan tumbuh berkat adanya masyarakat, perangkat hukum yang ada di masyarakat, infrastruktur umum, dan penegakan hukum oleh para penegak hukum.

Istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an setelah John Elkington mengembangkan tiga komponen penting sustainable development, yakni economic growth, environmental protection on Environment and Development (WCED) dalam Brundtland Report

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴⁰ Nikmatul Masruroh and Faikatul Ummah, 'Upaya Pengembangan Corporate Sosial Responsibility Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Iqtisaduna*, 4.1 (2018), 46–61 <<https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v4i1.5039>>.

(1987). Ditegaskan Ekington bahwa CSR dikemas dalam tiga fokus yang disingkat 3p, yaitu:⁴¹

- a. Profit, yaitu orientasi yang harus dikejar oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi agar usaha mereka dapat terus beroperasi dan berkembang.
- b. People, yaitu perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia disekitar mereka beroperasi. Berbagai ragam model sudah dijalankan pihak perusahaan dalam memberikan dana CSR, seperti memberi beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal dan sebagainya.
- c. Planet, adalah sebagai bentuk kepedulian pihak perusahaan kepada lingkungan hidup.

Terdapat berbagai macam faktor yang menjadi penyebab mengapa CSR menjadi begitu penting dalam lingkup organisasi, diantaranya adalah⁴² :

- a. Adanya arus globalisasi yang menggambarkan bagaimana batas-batas antara berbagai belahan dunia semakin menghilang, sehingga menunjukkan universalitas. Sehingga, perusahaan multinasional dapat berkembang di mana saja sebagai bagian dari proses globalisasi.

⁴¹ Muhajir Haris and Priyo Purnomo, 'Implementasi CSR (Corporate Social Responsibility) Pt. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan'. 203-25

⁴² Denise Baden and Stephen Wilkinson, 'Corporate Social Responsibility in Cuba', 2021, 637-49 <https://doi.org/10.1007/978-3-030-68386-3_30>.

- b. Sebagai *public primer*, konsumen dan investor membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya.
- c. Dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik (lebih dikenal dengan *good corporate governance*).
- d. Masyarakat pada beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standard etika beorganisasi, ketika organisasi tersebut peduli pada lingkungan dan masalah sosial.
- e. Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berotensi terjadi pada organisasi
- f. Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

5. Profitabilitas

Profitabilitas adalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi. Sedangkan menurut APB Statement mengartikan profitabilitas adalah kelebihan (defisit) penghasilan diatas biaya selama satu periode akuntansi. Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan, menunjang, dan mneingkatkan profit.⁴³

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dari modal yang digunakan untuk mengasilkan laba tersebut. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁴³ Nur Alifah Fajariyah, 'Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Risiko Investasi Di Pasar Modal: Uji Empiris Pada Bank Umum Di Indonesia', 7.3 (2007), 213–21.

kemampuan perusahaan untuk menciptakan laba dengan menggunakan modal yang cukup tersedia. Kinerja manajerial dari setiap perusahaan akan dapat dikatakan baik apabila tingkat profitabilitas perusahaan yang dikelolanya tinggi atau maksimal. Pada umumnya profitabilitas ini diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh perusahaan dengan sejumlah perkiraan yang menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan.⁴⁴

Profitabilitas mempunyai fungsi dan dapat dimanfaatkan, untuk beberapa hal dibawah ini, yaitu:⁴⁵

- a. Menghitung dan mengetahui besarnya laba yang dapat diperoleh oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu
- b. Sebagai perbandingan atau menilai posisi laba perusahaan dari tahun-tahun sebelumnya dengan sekarang.
- c. Rasio profitabilitas dapat digunakan oleh investor sebagai tolak ukur terhadap suatu perusahaan.
- d. Sebagai tolak ukur bagi pedagang saham untuk menentukan apakah saham perusahaan layak dibeli.
- e. Mengetahui jumlah laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
- f. Dapat membantu evaluasi kinerja perusahaan sekaligus memantau perkembangan laba perusahaan dari waktu ke waktu.

⁴⁴ Husaeri Priatna, 'Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Rasio Profitabilitas', *Jurnal Ilmiah Akuntansi (Akurat)*, 7.2 (2016), 44–53 <<http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>>.

⁴⁵ Lia Nirawati and others, 'Profitabilitas Dalam Perusahaan', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5.1 (2022), 60–68.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan judul yang diambil oleh peneliti, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini fokus pada pengujian hipotesis untuk menganalisis variabel, pengguna data-data yang dapat diukur, serta alat analisis.

Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang hasilnya disajikan dalam bentuk deskriptif kuantitatif dengan menggunakan angka statistik. Statistik adalah data yang diperoleh dengan cara pengumpulan, pengolahan, penyajian, dan analisis serta sebagai sistem yang mengatur ketertarikan antar unsur dalam penyelenggaraan statistik.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri yang sama. Bisa berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya yang menjadi sumber data penelitian.⁴⁶ Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi food and beverage yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

⁴⁶ Aminatus Zahriyah and Agung Parmono, *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Mandala Press, 2021

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi food and beverage yang mengungkapkan ukuran perusahaan dan CSR yang terfatar di BEI periode 2021-2023.⁴⁷

Pemilihan sampel pada penelitian ini adalah dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang *representatif* sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Dalam penelitian ini, kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi *food and beverage* yang terdaftar di BEI secara berturut turut dari tahun 2021-2023
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi *food and beverage* yang terfatar di BEI yang lengkap menerbitkan laporan keuangan selama periode 2021-2023
3. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi food and beverage yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2021-2023.
4. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi food and beverage yang mengungkapkan CSR di dalam annual reportnya atau menerbitkan sustainability report berturut-turut selama tahun 2021-2023.

⁴⁷ 'Populasi Dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan Dan Rumus)' <<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>> [accessed 14 November 2024].

Tabel 3.1 Sampel

No	Kriteria Sampel	Jumlah
	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi <i>food and beverage</i> yang terdaftar di BEI periode 2021-2023	95
1	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi <i>food and beverage</i> yang tidak terdaftar di BEI secara berturut turut dari tahun 2021-2023	(24)
2	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi <i>food and beverage</i> yang terfatar di BEI yang tidak lengkap menerbitkan laporan keuangan selama periode 2021-2023	(2)
3	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi <i>food and beverage</i> yang menggunakan mata uang asing selama periode 2021-2023.	(3)
4	Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi <i>food and beverage</i> yang tidak mengungkapkan CSR di dalam <i>annual reportnya</i> atau menerbitkan <i>sustainability report</i> berturut-turut selama tahun 2021-2023	(34)
Total		32
Total Sampel (n x periode penelitian) (33 x 3 tahun)		96

Sumber : Kriteria sampel, 2024

Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti dapat memilih sampel yang mewakili populasi yang diteliti dengan karakteristik yang

relevan untuk menguji hipotesis penelitian.

C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data yang diperoleh tidak langsung atau melalui perantara.⁴⁸ Data sekunder dikumpulkan dari berbagai sumber seperti internet, laporan, buku, dan sumber lainnya.⁴⁹ Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang dipublikasikan oleh pemerintah yaitu dari Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berupa laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri *Food and Beverage* yang terdapat didalam *IDX Statirtic* tahun 2021-2023.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penelusuran data sekunder, yaitu dilakukan dengan kepustakaan dan manual. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah diperoleh dari *IDX Statistic* tahun 2021-2023.

D. Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dilakukan pada analisa regresi berganda yang berbasis *Ordinary Lest Square* (OLS). Dalam OLS hanya terdapat satu variabel dependen sedangkan variabel dependen lebih dari satu.⁵⁰ Untuk menentukan ketepatan model perlu dilakukan pengujian atas beberapa asumsi klasik yaitu:

⁴⁸ Ana Pratiwi and Fitriatul Muqmiroh, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2.2 (2022), 114–25 <<https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1465>>.

⁴⁹ Batara Daniel Bagana Ajie Waskito Nugroho, 'Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16.1 (2023), 110–19 <<https://doi.org/10.51903/kompak.v16i1.1063>>.

⁵⁰ Nanda Yoga Aditiya, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh, 'Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda', *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2.2 (2023), 102–10 <<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>>.

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian untuk mengetahui apakah nilai residul terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki residual yang terdistribusi normal. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal.⁵¹

Untuk mendeteksi data dapat di uji dengan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan pedoman pengambilan keputusan:

- 1) Nilai sig < 0,05, distribusi adalah tidak normal
- 2) Nilai sig > 0,05, distribusi adalah normal

Dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal *probability plot* adalah:

- 1) Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas
- 2) Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.⁵²

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah metode yang digunakan dalam statistik untuk menguji korelasi antara variabel bebas atau antara variabel bebas yang tidak bersifat saling bebas. Uji multikolinearitas

⁵¹ GUN - MARDIATMOKO, 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda', 14.3 (2020), 333–42 <<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>>.

⁵² Wahyuning Ambar Setianingrum, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*, 2015. hl 50

ini termasuk dalam uji klasik dan bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat multikolinearitas dalam model regresi.

Dalam uji multikolinearitas, digunakan ukuran VIF (Variance Inflation Factor) atau faktor inflasi ragam sebagai kriteria untuk mendeteksi adanya multikolinearitas. Jika nilai VIF lebih dari 10 atau nilai toleransi kurang dari 0.1, maka dapat disimpulkan terdapat multikolinearitas. Namun, jika sebaliknya nilai VIF kurang dari 10 atau nilai toleransinya lebih dari 0.1, maka tidak terdapat multikolinearitas. Dalam model regresi yang baik adalah tidak seharusnya terdapat korelasi antarvariabel bebas atau terjadi multikolinearitas.⁵³

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat muncul karena adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu dan saling berkaitan satu sama lainnya. Permasalahan ini muncul karena residu tidak bebas pada satu observasi lainnya. Uji autokorelasi bertujuan untuk menunjukkan korelasi anggota observasi yang diurutkan berdasarkan waktu atau urut. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah melihat adanya hubungan satu data dengan data lainnya dalam satu variabel. Jika terjadi korelasi, maka terdapat problem autokorelasi. Masalah ini

⁵³ Di Kabupaten Tolitoli and others, 'Pengaruh Jumlah Penduduk Dan Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan Ekonomi Pembangunan , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin', 4.1 (2022), 19–26.

timbul karena residu (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.⁵⁴

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residu pengamatan ke pengamatan lain tetap.⁵⁵

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah regresi yang melibatkan antara satu variabel tak bebas dihubungkan dengan satu variabel bebas. Regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan dan besarnya pengaruh yang ditunjukkan oleh variabel.⁵⁶ Persamaan regresi linier berganda dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

X1 = Variabel Ukuran Perusahaan

X2 = Variabel CSR

b1 = Koefisien Regresi Ukuran Perusahaan

⁵⁴ Muhidin Muhidin and Tiar Lina Situngkir, 'Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015 - 2021', 3.1 (2022), 15–27 <<https://doi.org/10.47467/manageria.v3i1.2093>>.

⁵⁵ Miftahul Huda and Moh. Azus Shony Azar, 'Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Forisa Nusapersada Lamongan', 13.2 (2021), 160–72 <<https://doi.org/10.52166/humanis.v13i2.2480>>.

⁵⁶ Para Mahasiswa and others, 'Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Serta Jaminan Sosial Terhadap Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3) Dengan Metode Regresi Linier Berganda Pda PT. Delta Citra Mandiri', 1, 2023, 2022–24.

b_2 = Koefisien Regresi CSR

e = *Standar Error* (Variabel yang tidak dijelaskan)

3. Uji Hipotesis (t)

Uji t adalah metode uji statistik yang membandingkan rata-rata dua sampel untuk menguji kebenaran atau tidaknya sebuah hipotesis (pengujian asumsi) pada suatu populasi.⁵⁷ Adapun penerimaan dan penolakan hipotesis dalam uji t pada kriteria berikut:

1. Jika nilai $< 0,05$ berarti variabel independen secara individual berpengaruh secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai $> 0,05$ berarti variabel independen secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%. Adapun ketentuan dari uji F yaitu sebagai berikut:⁵⁸

- a. Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 di tolak H_1 diterima. Artinya semua variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

⁵⁷ Mohamad Rafly Amada, 'Tugas Besar 1 Metode Penelitian Kuantitatif', 2019.

⁵⁸ Harga Yang, Diterima Dan, and Yang Dibayar, 'Model, Regresi Data Panel, Simultan Dengan Variabel Indeks Harga Yang Diterima Dan Yang Dibayar Petani', 5 (2019), 611–21.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang memiliki nilai tinggi menunjukkan perusahaan memiliki kegiatan operasional yang baik dan memiliki prospek yang bagus untuk masa depan dan juga dianggap mampu memberi return kepada para investor sesuai dengan keinginannya. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi sebuah perusahaan karena akan memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka investor akan semakin tertarik untuk membeli saham perusahaan dan semakin tinggi pula nilai perusahaan.⁵⁹

Gambar 4.1

Grafik Rata-rata Nilai Perusahaan



Sumber: Hasil olah data 2024

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁵⁹ Zalfa Yulimtinan and Suci Atiningsih, 'Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi', *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6.1 (2021), 69 <<https://doi.org/10.32502/jab.v6i1.3422>>.

Berdasarkan gambar 4.1 dapat dilihat bahwa rata-rata nilai perusahaan tahun 2021 yaitu 544,75 atau 54.475%, rata-rata tahun 2022 yaitu 320,13 atau 32.013%, dan rata-rata tahun 2023 yaitu 486,70 atau 48.670%. Maka dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2021 sampai 2022 nilai perusahaan mengalami penurunan sedangkan pada tahun 2023 nilai perusahaan mengalami kenaikan.

2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk mengukur besar kecilnya perusahaan antara lain total aktiva, nilai pasar saham, jumlah karyawan dan lain-lain. Aset perusahaan yang besar akan membuat perusahaan lebih stabil dibandingkan perusahaan kecil, karena memiliki kontrol yang lebih baik terhadap pasar dan dianggap mampu menghadapi persaingan ekonomi.

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang menunjukkan karakteristik atau pengukur yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan.⁶⁰

Gambar 4.2

Grafik Rata-rata Ukuran Perusahaan



Sumber: Hasil olah data 2024

⁶⁰ Yulimtinan and Atiningsih.

Berdasarkan gambar 4.2 bahwa rata-rata ukuran perusahaan tahun 2021 yaitu 697,67 atau 69.767%, rata-rata tahun 2022 yaitu 699,26 atau 69.926%, dan rata-rata tahun 2023 yaitu 699,94 atau 69.994%. Maka dapat disimpulkan bahwa tahun 2021 sampai 2023 ukuran perusahaan terus mengalami kenaikan.

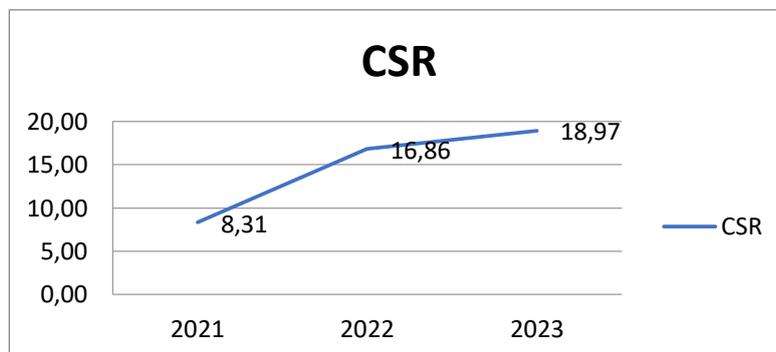
3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah konsep yang menekankan pada tanggung jawab perusahaan untuk berkontribusi dalam upaya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Ini mencakup kerjasama antara perusahaan dan berbagai pihak (*stakeholders*) untuk memastikan keberlangsungan usaha perusahaan serta memberikan manfaat bagi perusahaan itu sendiri, komunitas lokal dimana perusahaan beroperasi, dan masyarakat secara umum. CSR juga mencakup komitmen korporasi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui kebijakan praktik bisnis yang bertanggung jawab dan kontribusi sumber daya korporasi. Dengan begitu, tujuan CSR bukan hanya untuk mencapai keuntungan bisnis, tetapi juga untuk memastikan bahwa perusahaan berperan aktif dalam menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.⁶¹

⁶¹ Daram Heriansyah, 'The Effect of Corporate Governance, Profitability, Liquidity, and Solvency on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: A Literature Review Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Literatur Review', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5.2 (2024), 5062–80 <<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>>.

Gambar 4.3

Grafik Rata-rata CSR



Sumber: Hasil olah data 2024

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa rata-rata CSR tahun 2021 yaitu 8,31 atau 831%, rata-rata tahun 2022 yaitu 16,86 atau 1.686%, dan rata-rata tahun 2023 yaitu 18,97 atau 1.897%. Maka dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2021 samapi tahun 2023 CSR terus mengalami kenaikan.

4. Profitabilitas

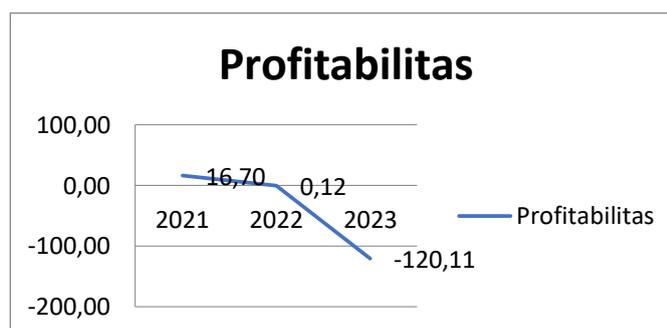
Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas menjadi salah satu barometer atas keberhasilan sebuah perusahaan. Profitabilitas juga salah satu aspek fundamental perusahaan, karena selain memberikan daya tarik yang besar bagi investor yang akan menanamkan dananya oada sebuah perusahaan juga sebagai alat ukur terhadap efektivitas dan efisiensi penggunaan semua sumber daya yang ada di dalam proses operasional perusahaan.

Profitabilitas perusahaan yang terus meningkat akan semakin dapat untuk meningkatkan tingkat kepercayaan dan minat para calon investor untuk menanamkan investasinya pada para calon investor untk menanamkan investasinya pada perusahaan, karena para investor

mengharapkan tingkat return yang optimal atas investasi yang ditanamkannya. Respon positif dari para investor akan berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan di atas.⁶²

Gambar 4.4

Grafik Rata-rata Profitabilitas



Sumber: Hasil olah data 2024

Berdasarkan gambar 4.4 diatas dapat dilihat rata-rata profitabilitas tahun 2021 yaitu 16,70 atau 1.670%, rata rata tahun 2022 yaitu 0,12 atau 12%, dan rata-rata tahun 2023 yaitu -120,11 atau -12.110%. Maka dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2021 sampai 2023 CSR mengalami kenaikan.

Sampel yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 25 perusahaan dari total populasi selmaa 3 tahun yaitu dari periode 2021-2023. Berikut data perusahaan yang memenuhi kriteria sampel:

Tabel 4.1 Sampel Penelitian Periode 2021-2023

no	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ADES	Akasha Wira International Tbk.
3	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.
4	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.

digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id

⁶² Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, and Maya Sari, 'Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2.1 (2019), 67–82 <<https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>>.

no	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
5	BISI	BISI International Tbk.
6	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
7	BWPT	Eagle High Plantations Tbk.
8	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
9	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
10	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.
11	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
13	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk.
14	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
15	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb
16	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.
17	MYOR	Mayora Indah Tbk.
18	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
19	SGRO	Sampoerna Agro Tbk.
20	SMAR	Smart Tbk.
21	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.
22	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
23	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trad
24	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk
25	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
26	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
27	MGRO	Mahkota Group Tbk.
28	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tb
29	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
30	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk.
31	FAPA	FAP Agri Tbk.
32	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk.

Sumber: www.idx.co.id, data diolah peneliti (2025)

B. Penyajian Data

1. Nilai Perusahaan

Data nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham, semakin tinggi harga saham maka akan membuat nilai perusahaan juga semakin tinggi, dan juga dapat meningkatkan kepercayaan pasar bukan hanya pada

kinerja perusahaan saat ini tapi juga pada perusahaan dimasa depan.

Berikut adapah hasil dari pengumpulan data nilai perusahaan pada

perusahaan manufaktur sektor konsumsi *Food and Beverage* periode 2021-2023 :

Tabel 4.2 Data PER

No	KODE	Price Earning Ratio (PER)		
		2021	2022	2023
1	AALI	0,09	0,09	0,13
2	ADES	7,29	11,59	14,42
3	AISA	204,26	-21,34	71,29
4	ALTO	-62,07	-6,83	-4,24
5	BISI	7,88	9,12	8,06
6	BTEK	-21,74	-17,36	-20,33
7	BWPT	-1,59	118,18	9,51
8	CEKA	6,02	5,28	7,15
9	CPIN	27,04	32,68	35,64
10	DSNG	7,11	5,27	7,00
11	ICBP	15,83	25,89	17,65
12	INDF	7,36	9,39	6,95
13	JAWA	-5,95	-1,40	-3,04
14	JPFA	9,91	10,70	14,75
15	LSIP	8,38	6,68	7,95
16	MAIN	25,00	40,50	18,39
17	MYOR	39,43	28,05	17,41
18	ROTI	28,63	17,94	19,68
19	SGRO	4,60	3,66	7,56
20	SMAR	4,44	2,57	12,50
21	SSMS	6,22	7,72	19,43
22	TBLA	5,28	4,51	6,63
23	ULTJ	12,83	16,03	14,29
24	UNSP	2,16	1,56	4,51
25	CLEO	31,20	31,13	28,40
26	CAMP	17,06	14,85	18,57
27	MGRO	37,30	-145,87	-16,35
28	GOOD	45,69	43,38	27,25
29	COCO	30,24	35,26	-3,09
30	CSRA	4,06	4,63	6,65
31	FAPA	30,21	21,96	125,27
32	TAPG	10,59	4,30	6,73

Sumber: www.idx.co.id, data diolah peneliti (2025)

2. Ukuran Perusahaan

Data ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar atau kecil suatu perusahaan yang dilihat dari total aset suatu perusahaan, semakin besar perusahaan melakukan indikasi atau transaksi maka total aset perusahaan tersebut semakin besar begitupun sebaliknya. Berikut adalah hasil dari pengumpulan data ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi *Food and Beverage* periode 2021-2023 :

Tabel 4.3 Data Ukuran Perusahaan

No	KODE	Ukuran Perusahaan		
		2021	2022	2023
1	AALI	17,23	17,19	17,18
2	ADES	14,08	14,31	14,55
3	AISA	14,38	14,42	14,42
4	ALTO	27,72	27,65	27,61
5	BISI	14,96	15,04	15,18
6	BTEK	29,06	29,05	29,03
7	BWPT	16,30	16,32	16,14
8	CEKA	28,16	28,17	28,27
9	CPIN	17,38	17,50	17,53
10	DSNG	16,43	16,55	16,60
11	ICBP	18,59	18,56	18,60
12	INDF	19,00	19,01	19,04
13	JAWA	28,90	28,91	28,93
14	JPFA	17,17	17,30	17,35
15	LSIP	16,29	16,33	16,34
16	MAIN	22,42	22,47	22,43
17	MYOR	30,62	30,73	30,80
18	ROTI	29,06	29,05	29,00
19	SGRO	16,09	16,14	16,12
20	SMAR	17,51	17,57	17,50
21	SSMS	23,35	23,36	23,19
22	TBLA	16,86	16,98	17,07
23	ULTJ	15,82	15,81	15,83
24	UNSP	15,93	15,33	15,33
25	CLEO	27,93	28,16	28,46
26	CAMP	27,77	27,70	27,72
27	MGRO	28,23	28,57	28,62

28	GOOD	29,54	29,62	29,64
29	COCO	26,64	26,91	26,99
30	CSRA	28,19	28,24	28,24
31	FAPA	29,70	29,79	29,79
32	TAPG	16,34	16,49	16,45

Sumber: www.idx.co.id, data diolah peneliti (2025)

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Data mengenai CSR dapat dilihat dari tanggung jawab perusahaan atau organisasi untuk memberikan kontribusi dalam jangka panjang untuk membangun kehidupan yang lebih baik terhadap aspek ekonomi, sosial masyarakat dan lingkungan sekitar sejalan dengan hukum yang telah ditetapkan. Berikut adalah hasil dari pengumpulan data CSR pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi Food and Beverage periode 2021-2023:

Tabel 4.4 Data Corporate Social Responsibility

No	KODE	Corporate Social Responsibility		
		2021	2022	2023
1	AALI	0,21	0,70	0,69
2	ADES	14,08	14,31	14,55
3	AISA	0,18	0,62	0,40
4	ALTO	0,22	0,31	0,36
5	BISI	0,05	0,43	0,51
6	BTEK	0,21	0,80	0,81
7	BWPT	0,12	0,13	0,47
8	CEKA	0,17	0,47	0,62
9	CPIN	0,45	0,79	0,75
10	DSNG	0,13	0,48	0,52
11	ICBP	0,22	0,48	0,48
12	INDF	0,52	0,79	0,78
13	JAWA	0,25	0,84	0,84
14	JPFA	0,60	0,74	0,70
15	LSIP	0,37	0,82	0,81
16	MAIN	0,37	0,65	0,67
17	MYOR	0,36	0,63	0,57

No	KODE	Corporate Social Responsibility		
		2021	2022	2023
18	ROTI	0,32	0,58	0,58
19	SGRO	0,40	0,58	0,70
20	SMAR	0,27	0,58	0,60
21	SSMS	0,21	0,46	0,48
22	TBLA	0,27	0,60	0,58
23	ULTJ	0,13	0,14	0,60
24	UNSP	0,25	0,56	0,80
25	CLEO	0,20	0,48	0,51
26	CAMP	0,33	0,47	0,44
27	MGRO	0,31	0,36	0,66
28	GOOD	0,13	0,60	0,75
29	COCO	0,23	0,19	0,47
30	CSRA	0,09	0,07	0,08
31	FAPA	0,15	0,86	0,84
32	TAPG	0,48	0,48	0,75

Sumber: www.idx.co.id, data diolah peneliti (2025)

4. Profitabilitas

Data mengenai profitabilitas yang diukur menggunakan rumus ROA dalam bentuk rasio yang diukur dengan menghitung total laba setelah pajak, semakin tinggi nilai total aset perusahaan semakin tinggi pula laba bersih tahunan yang dihasilkan oleh total aset perusahaan. Berikut adalah hasil dari pengumpulan data ROA pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi *Food and Beverage* periode 2021-2023 :

Tabel 4.5 Data ROA

No	KODE	Hasil ROA (Return On Assets)		
		2021	2022	2023
1	AALI	0,068	0,061	0,038
2	ADES	0,204	0,222	0,190
3	AISA	0,005	-0,034	0,010
4	ALTO	-8,201	-15,761	-26,358
5	BISI	0,122	0,153	0,153
6	BTEK	-0,026	-0,032	-0,028
7	BWPT	-0,118	0,001	0,016

No	KODE	Hasil ROA (Return On Assets)		
		2021	2022	2023
8	CEKA	0,110	0,128	0,081
9	CPIN	0,102	0,074	0,057
10	DSNG	0,054	0,079	0,052
11	ICBP	0,067	0,050	0,071
12	INDF	0,062	0,051	0,062
13	JAWA	-0,050	-0,084	-0,083
14	JPFA	0,075	0,046	0,028
15	LSIP	0,084	0,083	0,061
16	MAIN	0,011	0,005	0,011
17	MYOR	0,061	0,088	0,136
18	ROTI	0,067	0,105	0,085
19	SGRO	0,084	0,101	0,044
20	SMAR	0,070	0,129	0,023
21	SSMS	0,110	0,132	0,044
22	TBLA	0,038	0,034	0,024
23	ULTJ	0,172	0,131	0,158
24	UNSP	0,014	0,205	0,006
25	CLEO	0,134	0,012	0,133
26	CAMP	0,000	0,000	0,000
27	MGRO	0,049	-0,014	-0,064
28	GOOD	0,073	0,071	0,081
29	COCO	23,019	13,649	-95,357
30	CSRA	0,079	0,138	0,079
31	FAPA	0,064	0,087	0,019
32	TAPG	0,096	0,213	0,120

Sumber: www.idx.co.id, data diolah peneliti (2025)

C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

Berikut hasil analisis data setelah dilakukan pengolahan yang meliputi beberapa tahap yang diantaranya sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui data yang digunakan telah memenuhi ketentuan dari model generasi maka peneliti melakukan estimasi dengan melakukan pengujian sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk mengetahui nilai residu terdistribusi normal atau tidak. Model ini yang baik memiliki nilai residual yang normal. Uji normalitas ini tidak dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada dilakukan pada nilai residunya. Pada penelitian ini uji normalitas data menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	12.28588406	
Most Extreme Differences	Absolute	.082	
	Positive	.082	
	Negative	-.049	
Test Statistic		.082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.172	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.162
		Upper Bound	.182

Perbandingan tabel tanpa moderasi :

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74112722
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.061
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel Uji Kolmogorov-Smirnov, dapat dilihat hasil dari uji kolmogorv-smirnov yang sudah dimoderasi dengan yang tidak dimoderasi sebesar 0,200 dan nilai signifikan pada 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa signifikan tidak memenuhi syarat normal sehingga nilai residual dapat dikatakan menyebar secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ini terdapat adanya korelasi yang kuat antara variabel. Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi yang kuat antara independen atau tidak terjadi masalah multikolinieritas. Untuk menguji multikolinieritas dengan cara melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) masing-masing variabel independen. Model regresi dapat terbebas dari multikolinieritas antar variabel apabila nilai *tolerance* lebih dari 10% (0,1) dan VIF kurang dari 10. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* kurang dari 10% (0,1) dan VIF lebih dari 10 berarti terjadi multikolonieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas :

Tabel 4.7

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF

1	(Constant)		
	UP	.440	2.274
	CSR	.526	1.902
	PROFITABILITAS	.246	4.060
	X1X3	.335	2.988
	X2X3	.206	4.863

Perbandingan tabel tanpa moderasi:

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	UP	.925	1.081
	CSR	.920	1.087
	PROFITABILITAS	.862	1.160

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Maka dari hasil nilai tersebut disimpulkan pada variabel independen dan variabel independen yang telah dimoderasi oleh variabel moderasi tidak terjadi adanya multikolonieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linier terdapat korelasi antara pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mengetahui apakah terdapat autokorelasi dapat diketahui menggunakan uji Durbin Watson. Berikut hasil pengolahan data menggunakan uji Durbin Watson

Tabel 4.9

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.331	.187
	Ukuran Perusahaan	.796	.428
	CSR	-.275	.784
	PROFITABILITAS	-.031	.975
	Ukuran perusahaan dengan Profitabilitas	1.916	.059
	CSR dengan Profitabilitas	.698	.487

Perbandingan tabel tanpa moderasi:

Coefficients^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	-2.604	.011
	UP	2.956	.004
	CSR	.141	.888
	PROFITABILITAS	3.000	.004

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikan pada variabel ukuran perusahaan sebesar $0,428 > 0,05$, nilai signifikan pada variabel CSR sebesar $0,784 > 0,05$, nilai signifikan pada variabel profitabilitas sebesar $0,975 > 0,05$, ukuran perusahaan dengan profitabilitas sebesar $0,6 > 0,05$ dan CSR dengan profitabilitas sebesar $0,487 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan, CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan dengan profitabilitas, dan CSR dengan profitabilitas pada penelitian tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sedangkan pada tabel yang tidak dimoderasi dapat disimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikan pada variabel ukuran perusahaan sebesar $0,004 < 0,05$, nilai signifikan pada variabel CSR sebesar $0,888 > 0,05$, nilai signifikan pada variabel profitabilitas sebesar $0,004 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terjadi heteroskedastisitas sedangkan CSR tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Linier Berganda

Analisis linier berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan antar masing-masing variabel independen. Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang diuji menggunakan SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.10
UNIVERSITAS MUH NEGERI
KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ
J E M B E R
Hasil Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	6.809	5.115	1.331	.187
	Ukuran Perusahaan	.283	.355	.796	.428
	CSR	-2.311	8.404	-.275	.784
	PROFITABILITAS	-1.297	42.014	-.031	.975
	X1X3	7.194	3.754	1.916	.059
	X2X3	64.887	93.001	.698	.487

Perbandingan tanpa moderasi:

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	-.471	.181	-2.604	.011
	UP	.255	.086	2.956	.004
	CSR	.012	.086	.141	.888
	PROFITABILITAS	9.646	3.215	3.000	.004

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini adalah :

$$Y = 6,809 + 0,283 X_1 + (-2,311)X_2 + (-1,297)X_3 + (7,194)X_1 * X_3 + 64,887)X_2 * X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = CSR

X3 = Profitabilitas

X1 * X3 = Interaksi antara Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas

X2 * X3 = Interaksi antara CSR dan Profitabilitas

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut, masing-masing variabel independen dapat diinterpretasikan terhadap nilai perusahaan sebagai berikut :

a. Nilai konstanta nilai perusahaan (Y) sebesar 6,809 yang artinya jika

variabel independen ukuran perusahaan, CSR, profitabilitas, interaksi antara ukuran perusahaan dan profitabilitas, serta interaksi CSR dan

profitabilitas bernilai 0 (nol), maka nilai variabel ukuran perusahaan (Y) akan berada pada angka 6,809.

Sedangkan jika tanpa moderasi nilai konstanta nilai perusahaan (Y) sebesar -0,471 yang artinya jika variabel independen ukuran perusahaan, CSR, profitabilitas, interaksi antara ukuran perusahaan dan profitabilitas, serta interaksi CSR dan profitabilitas bernilai 0 (nol), maka nilai variabel ukuran perusahaan (Y) akan berada pada angka -0,471.

- b. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan (X1) sebesar 0,283. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan nilai ukuran mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,283. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Sedangkan jika tanpa moderasi nilai koefisien regresi ukuran perusahaan (X1) sebesar 0,255. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan nilai ukuran mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,255. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan

- c. Nilai koefisien regresi CSR (X2) sebesar -2.311. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan CSR mengalami kenaikan 1% maka nilai ukuran perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 2.311. Koefisien bernilai negative artinya terjadi hubungan negatif antara CSR dengan nilai perusahaan.

Sedangkan jika tanpa moderasi nilai koefisien regresi CSR (X_2) sebesar 0,012. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan CSR mengalami kenaikan 1% maka nilai ukuran perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,012. Koefisien bernilai negative artinya terjadi hubungan positif antara CSR dengan nilai perusahaan.

- d. Nilai koefisien profitabilitas (X_3) sebesar -1.297. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan profitabilitas mengalami kenaikan 1% maka nilai ukuran perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 1.297. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

Sedangkan jika tanpa moderasi nilai koefisien profitabilitas (X_3) sebesar 9,646. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan profitabilitas mengalami kenaikan 1% maka nilai ukuran perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 9,646. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan nilai perusahaan.

- e. Nilai koefisien interaksi antara ukuran perusahaan dan profitabilitas ($X_1 * X_3$) sebesar 7.194. Artinya adalah jika variabel independen lainnya tetap dan variabel moderasi mengalami kenaikan 1% maka nilai ukuran perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 7.194. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

- f. Nilai koefisien interaksi antara CSR dan profitabilitas ($X_2 \times X_3$) sebesar 64.887. Artinya adalah jika variabel lainnya tetap dan variabel moderasi mengalami kenaikan 1% maka nilai ukuran perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 64.887. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel moderasi yaitu CSR dan profitabilitas dengan nilai perusahaan.

3. Uji Hipotesis (t)

Uji t ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dari setiap variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Pengujian ini berdasarkan atas tingkat signifikan 0,05. Apabila nilai signifikan $\leq 0,05$ berarti ada pengaruh terhadap variabel independen. Sedangkan apabila $\geq 0,05$ berarti tidak ada pengaruh terhadap variabel independen. Berikut output dari progres SPSS untuk uji t :

Tabel 4.11
UNIVERSITAS NEGERI
KIAI HAJI AGUMAD SIDDIQ
JEMBER
Hasil Uji Hipotesis

Model	t	Sig.
(Constant)	1.331	.187
Ukuran Perusahaan	.796	.428
CSR	-.275	.784
X1X3	1.916	.059
X2X3	.698	.487

Perbandingan tanpa moderasi:

Model	t	Sig.
1 (Constant)	-2.604	.011
UP	2.956	.004
CSR	.141	.888

	PROFITABILITAS	3.000	.004
--	----------------	-------	------

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas yang merupakan uji parsial menunjukkan nilai t untuk ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas yang menggunakan tingkat signifikan 0,05 yaitu sebagai berikut :

a. Uji Hipotesis Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji t (parsial) Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,428 > 0,05$. Maka menunjukkan Ukuran Perusahaan pengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu dalam penelitian hipotesis per tama (H1) ditolak.

Sedangkan jika tanpa moderasi uji t (parsial) Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Maka menunjukkan Ukuran Perusahaan pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Oleh karena itu dalam penelitian hipotesis per tama (H1) diterima.

b. Uji Hipotesis CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji t (parsial) CSR memiliki nilai signifikansi sebesar $0,784 > 0,05$. Maka menunjukkan variabel CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian hipotesis ke 2 (H2) ditolak.

Sedangkan jika tanpa moderasi uji t (parsial) CSR memiliki nilai signifikansi sebesar $0,888 > 0,05$. Maka menunjukkan variabel CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian hipotesis ke 2 (H2) ditolak.

Berdasarkan uji t (parsial) pengaruh profitabilitas memoderasi UkuranPerusahaan dari hasil pengujian variabel independen Ukuran Perusahaan yang dimoderasi oleh Profitabilitas terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi $0,059 > 0,05$. maka menunjukkan Profitabilitas memoderas Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian hipotesis ke 3 (H3) ditolak.

d. Uji Hipotesis Profitabilitas Memoderasi CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji t (parsial) pengaruh profitabilitas memoderasi CSR dari hasil pengujian variabel independen Ukuran Perusahaan yang dimoderasi oleh Profitabilitas terhadap variabel dependen Nilai Perusahaan dengan nilai signifikansi $0,487 < 0,05$. maka menunjukkan Profitabilitas memoderasi CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian hipotesis ke 4 (H4) ditolak.

4. Uji Simultan (f)

Uji f ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama dari semua variabel independen terhadap variabel dependen dalam model regresi pada tingkat signifikansi 5%. Jika nilai probabilitas f kurang dari 0,05, maka hipotesis nol (H_0) diterima sementara hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Berikut hasil dari signifikan dari uji f

Tabel 4.12

Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	3578.114	5	715.623	4.455	.001 ^b
	Residual	12528.265	78	160.619		
	Total	16106.379	83			
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN						
b. Predictors: (Constant), X2X3, CSR, UP, X1X3, PROFITABILITAS						

Perbandingan tanpa moderasi:

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regressi on	8.312	3	2.771	4.862	.004 ^b
	Residual	45.589	80	.570		
	Total	53.902	83			
a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN						
b. Predictors: (Constant): PROFITABILITAS, UP, CSR						

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan dari tabek uji f menunjukkan bahwa nilai f sebesar 4,455 dengan nilai signifiiasi sebesar $0,001 < 0,05$, maka variabel independen yaitu ukuran perusahaan, CSR, dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis di terima.

Berdasarkan dari tabek uji f jika tanpa moderasi menunjukkan bahwa nilai f sebesar 4,862 dengan nilai signifiiasi sebesar $0,004 < 0,05$, maka variabel independen yaitu ukuran perusahaan, CSR, dan

profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis di terima.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena hasil dari uji t sebesar 0,796 dengan signifikan $0,418 > 0,05$ yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di tolak.

Sedangkan yang tanpa moderasi hasil dari uji t sebesar 2,956 dengan signifikan $0,004 < 0,05$ yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan di terima.

Ukuran perusahaan diukur dari total aset, total penjualan, atau jumlah karyawan. Tapi, ukuran yang besar tidak langsung menunjukkan efisiensi atau profitabilitas yang tinggi. Tanpa manajemen yang efektif dan strategi yang tepat, ukuran perusahaan hanya menjadi angka, bukan faktor yang meningkatkan nilai perusahaan. Investor dalam pasar modal pada umumnya lebih memperhatikan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan pertumbuhannya, bukan hanya ukuran perusahaan. Jadi, meski perusahaan besar, alau kinerja atau profitnya kecil, maka nilai perusahaan dimata investor juga rendah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ukurn perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa pertumbuhan ukuran perusahaan belum tentu mencerminkan peningkatan nilai dimata investor. Hal ini menunjukkan bahwa faktor lain seperti profitabilitas atau efisiensi operasional lebih relevan dalam menentukan nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dea V. Kolamban dan Sri Murni yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.⁶³ Hal ini karena ukuran perusahaan dinilai dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan untuk kegiatan operasionalnya, semakin besar ukuran perusahaan akan semakin besar pula dana yang dibutuhkan untuk kegiatan operasionalnya. Namun hal ini bertentangan dengan penelitian Ramsa Satria Bagaskara, Kartika Hendra Titisari, dan Riana Rahmawati Dewi yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.⁶⁴

2. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel CSR perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena hasil dari uji t sebesar $-0,275$ dengan signifikan $0,784 > 0,05$ yang artinya CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

⁶³ Dea V Kolamban, Sri Murni, and Dedy N Baramuli, 'Analysis of The Effect of Leverage Profitability and Company Size on Firm Value in The Banking Industry Registered on The IDX', *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8.3 (2020), 174-83.

⁶⁴ Kolamban, Murni, and Baramuli.

Sedangkan yang tanpa moderasi hasil dari uji t sebesar 0,141 dengan signifikan $0,888 > 0,05$ yang artinya CSR berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

CSR biasanya berdampak dalam jangka panjang. Namun, dalam jangka pendek, CSR bisa saja belum memberikan efek nyata terhadap nilai perusahaan, sehingga pengaruhnya belum terlihat secara statistic. Jika CSR dilakukan hanya untuk formalitas atau sekadar memenuhi regulasi tanpa dampak nyata ke masyarakat atau reputasi perusahaan, maka investor juga tidak akan melihatnya sebagai nilai tambah. Jadi, meskipun ada program CSR, nilainya tetap tidak berdampak.

Tidak semua investor menilai CSR sebagai bentuk utama dalam pengambilan keputusan investasi. Banyak yang lebih fokus pada kinerja keuangan, seperti profitabilitas, arus kas, atau deviden. Jadi, meskipun perusahaan aktif menjalankan CSR, kalau tidak disertai peningkatan kinerja keuangan, nilai perusahaannya tetap bisa stagnan.

Penelitian sejalan dengan Cahya Ayu Mulia Putri Rasyid, Eni Indriani, dan Robith Hudayana yang menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.⁶⁵ Hal ini karena CSR yang masih rendah dimana kurangnya dukungan dari perusahaan dan belum penerapan indeks yang merangkum saham perusahaan yang telah menerapkan CSR. Namun hal ini bertentangan dengan penelitian

⁶⁵ Cahya Ayu Mulia Putri Rasyid, Eni Indriani, and Robith Hudaya, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan', *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7.1 (2022), 135–56 <<https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>>.

Alkhairani, Kamaliah, dan Andewi Rokhmawati yang menyimpulkan dalam penelitiannya CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan.⁶⁶

3. Pengaruh Profitabilitas Memoderasi Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena hasil dari uji t sebesar 1,916 dengan signifikan $0,059 > 0,05$ yang artinya profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan dari kativitas dari usahanya selama periode tertentu. Profitabilitas menunjukkan seberapa efektif manajemen mengelola sumber daya untuk mendapatkan keuntungan. Jika, ukuran perusahaan besar dan profitabilitas tinggi maka nilai perusahaan akan tinggi begitupun jika ukuran perusahaan besar dan profitabilitas rendah maka nilai perusahaan bisa rendah. Perusahaan yang besar dan profitable memberi sinyal yang positif ke pasar bahwa mereka punya kinerja dan manajemen yang baik. Perusahaan yang besar dengan profitabilitas tinggi lebih mampu menyeimbangkan risiko dan pengambilan, sehingga lebih menarik bagi investor. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan.

⁶⁶ Alkhairani, Kamaliah, and Andewi Rokhmawati, 'Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31.1 (2020), 10–25 <<https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>>.

Penelitian ini sejalan dengan Ni Luh Laksani Rahmantari yang menyimpulkan dalam penelitiannya profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.⁶⁷ Namun hal ini bertentangan dengan penelitian Siwi Nur Khotimah dan Riya Indak Mustikowati yang menyimpulkan bahwa profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.⁶⁸

4. Pengaruh Profitabilitas Memoderasi CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Profitabilitas memoderasi CSR perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini karena hasil dari uji t sebesar 0,698 dengan signifikan 0,487 > 0,05 yang artinya profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

CSR dengan profitabilitas yang tinggi damoaknya terhadap nilai perusahaan lebih kuat, karena investor melihat perusahaan yang sudah untung tapi masih peduli social sebagai perusahaan yang punya *sustainability* dan reputasi yang baik. CSR dengan profitabilitas rendah dapat mengakibatkan terehadap nilai pereusahaan bisa lemah atau negatif, karena CSR mungkin dianggap membebani keuangan jika dilakukan saat kondisi keuangan belum stabil. Investor bisa menilai ini sebagai keputusan yang kurang tepat secara manajerial.berdasarkan penjelasa tersebut dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memoderasi CSR.

⁶⁷ NI LUH LAKSMI RAHMANTARI, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Ganec Swara*, 15.1 (2021), 813 <<https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>>.

⁶⁸ Ayu Octaviany, Syamsul Hidayat, and Miftahudin Miftahudin, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3.1 (2019), 30–36 <<https://doi.org/10.35130/jrimk.v3i1.48>>.

Penelitian ini sejalan dengan Luluil Maknun yang menyimpulkan bahwa profitabilita memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.⁶⁹ Namun hal ini bertentangan dengan penelitian Riana Wulandari, Sigit Wibowo DN, dan, Ary Yunanto yang menyimpulkan bahwa profitabilitas tidak memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan.⁷⁰



⁶⁹ Fitria Ramadhani, 'Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Moderasi', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.12 (2022), 5483–88 <<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1831>>.

⁷⁰ . B Putra, M.A.K., Neni , W., & Goro, 'Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA) Volume 23 No 2 Tahun 2021', 23.2 (2021), 103–13.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur sektor konsumsi *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan karena ukuran perusahaan yang besar tidak selalu menjadi nilai perusahaan yang tinggi. Hasil ini mengindikasikan bahwa investor cenderung menilai perusahaan berdasarkan aspek lain, bukan hanya pada skala aset atau total kekayaan perusahaan
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan karena jika CSR dilakukan hanya sebatas formalitas atau sekedar memenuhi regulasi maka sulit menciptakan dampak nyata yang bisa meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa program CSR yang dijalankan perusahaan belum mampu memberikan nilai tambah dalam pandangan investor atau belum terintegrasi secara efektif dengan strategi perusahaan.
3. Profitabilitas terbukti memoderasi ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun tidak berpengaruh

terhadap nilai perusahaan, hasil dari penelitian ini profitabilitas mampu memoderasi pengaruh variabel independen independen terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa profitabilitas memiliki peran penting dalam memperkuat hubungan tersebut, meskipun secara individu tidak memengaruhi nilai perusahaan

4. Profitabilitas terbukti memoderasi Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Karena efektivitas CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan sangat tergantung pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan demikian, CSR akan lebih dihargai pasar ketika dijalankan oleh perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik.

B. Saran-Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan diharapkan berpengaruh signifikan agar ukuran perusahaan dapat dianggap sebagai indikator kepercayaan investor, kekuatan operasional, dan potensi pertumbuhan.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga menunjukkan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan dinilai positif oleh pasar investor, serta berkontribusi nyata terhadap peningkatan nilai perusahaan.
3. Profitabilitas memoderasi ukuran perusahaan diharapkan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan maka tingkat profitabilitas perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- ‘Populasi Dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan Dan Rumus)’ <<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>> [accessed 14 November 2024]
- ‘Ukuran Perusahaan (Pengertian, Jenis, Kriteria Dan Indikator)’ <<https://www.kajianpustaka.com/2020/04/ukuran-perusahaan-pengertian-jenis-kriteria-dan-indikator.html>> [accessed 21 November 2024]
- Aditiya, Nanda Yoga, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh, ‘Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda’, *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2.2 (2023), 102–10 <<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>>
- Aeniyatul, ‘Bab Iii Metoda Penelitian’, *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 3 (2019), 1–9
- Afifah, Dea Agnes, Isbandriyati Mutmainah, and Eha Hasni Wahidhani, ‘Pengaruh CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Variabel Moderasi’, *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 11.3 (2023), 1–24 <<https://doi.org/10.37641/jiakes.v11i3.2042>>
- Ajie Waskito Nugroho, Batara Daniel Bagana, ‘Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan’, *Kompak : Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 16.1 (2023), 110–19 <<https://doi.org/10.51903/kompak.v16i1.1063>>
- Amada, Mohamad Rafly, ‘Tugas Besar 1 Metode Penelitian Kuantitatif’, 2019
- Annisa, Icha, Igka Ulupui, and Tri Hesti Utaminingtyas, ‘Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan’, *Jurnal Revenue*, 4 (2023), 327–41
- Baden, Denise, and Stephen Wilkinson, ‘Corporate Social Responsibility in Cuba’, 2021, 637–49 <https://doi.org/10.1007/978-3-030-68386-3_30>
- Bella Angraini, Bella Angraini, and Murtanto, ‘Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi’, *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3.1 (2023), 1823–30 <<https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16424>>
- David Yanto Daniel Mahulae, SE, ME, ‘Aanalisis Pengaruh Efisiensi Mmodal Kereja, Likuiditas, Dan Slvabilitas Terhadap Pofitabilitas’, 2022, 17–19
- Dewantoro, Mahathir Muhammad, ‘Pengaruh GCG, CSR, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Manufaktur Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014-2016)’, *Diss. Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 2019, 1–15

Dianawati, Cici Putri, and Siti Rokhmi Fuadati, 'Pengaruh CSR Dan Geg Terhadap Niali Perusahaan: Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5.1 (2022), 1–20

Fadhilah, Rifky, W Idawati, and Praptiningsih Praptiningsih, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Struktur Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai

Fajriah, Alifatul Laili, Ahmad Idris, and Umi Nadhiroh, 'Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7.1 (2022), 1–12 <<https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3218>>

Haisir, Muna Mahdiyyah, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Earning Response Coeficient (Studi Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Jakarta Islamic Index (JII) Tahun 2013-2015)', *Http://Repository.Radenintan.Ac.Id*, 2017, 17–19 <<http://repository.radenintan.ac.id/1201/>>

Heriansyah, Daram, 'The Effect of Corporate Governance, Profitability, Liquidity, and Solvency on Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: A Literature Review Pengaruh Corporate Governance, Profitabilitas, Likuiditas Dan Solvabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure: Literatur Review', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5.2 (2024), 5062–80 <<http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>>

Huda, Miftahul, and Moh. Azus Shony Azar, 'Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja Dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Forisa Nusapersada Lamongan', 13.2 (2021), 160–72 <<https://doi.org/10.52166/humanis.v13i2.2480>>

Iii, B A B, and Metode Penelitian, 'Aprillina Nur Afnilis, 2020 Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Pemoderasi Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.Upi.Edu | Perpustakaan.Upi.Edu', 2020, 65–80

Kholis, Nur Kholis, Eka Dewi Sumarmawati, and Hestin Mutmainah Mutmainah, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan', *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi*, 16.1 (2018), 19–25 <<https://doi.org/10.31603/bisnisekonomi.v16i1.2127>>

Latupono, Siti Sapia, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating', *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 4.8 (2015), 1–15

Lauwrenza, Vicella, and Metta Susanti, 'Pengaruh Return On Asset, Corporate Social Responsibility, Tax Planning Dan Sales Growth Terhadap Earnings Management (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun

2018-2021)', *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2.2 (2023), 1–14

Mahasiswa, Para, Wakil Rektor, Universitas Pamulang, Akademik Pada, Saat Natal, and D A N Tahun, 'Analisis Pengaruh Lingkungan Kerja Serta Jaminan Sosial Terhadap Keselamatan Dan Kesehatan Kerja (K3) Dengan Metode Regresi Linier Berganda Pda PT. Delta Citra Mandiri', 1, 2023, 2022–24

MARDIATMOKO, GUN -, 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda', 14.3 (2020), 333–42
<<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>>

Muhajir Haris, AL, and Eko Priyo Purnomo, 'Implementasi Csr (Corporate Social Responsibility) Pt. Agung Perdana Dalam Mengurangi Dampak Kerusakan Lingkungan', *Journal of Governance and Public Policy*, 3.2 (2016), 203–25
<<https://doi.org/10.18196/jgpp.2016.0056>>

Muhidin, Muhidin, and Tiar Lina Situngkir, 'Pengaruh Rasio Profitabilitas Terhadap Harga Saham Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015 - 2021', 3.1 (2022), 15–27
<<https://doi.org/10.47467/manageria.v3i1.2093>>

Ningrum, Endah Prawesti, *Nilai Perusahaan (Konsep Dan Aplikasi)*, 2022, III
<<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>

Nirawati, Lia, Acep Samsudin, Anggi Stifanie, Minanti Dwi Setianingrum, Muhammad RyanSyahputra, NurulNabilla Khrisnawati, and others, 'Profitabilitas Dalam Perusahaan', *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5.1 (2022), 60–68

Nuraeni, Ita, 'Metode Penelitian', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2020), 1689–99

Perusahaan, Pengaruh Ukuran, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', 2005

Pipit Mulyah, Dyah Aminatun, Sukma Septian Nasution, Tommy Hastomo, Setiana Sri Wahyuni Sitepu, Tryana, , *Journal GEEJ*, 7.2 (2020), 10–50

Pokhrel, Sakinah, 'No TitleEΛENH', *Ayan*, 15.1 (2024), 37–48

Priatna, Husaeri, 'Pengukuran Kinerja Perusahaan Dengan Rasio Profitabilitas', *Jurnal Ilmiah Akuntansi (Akurat)*, 7.2 (2016), 44–53
<<http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>>

Puspaningrum, Yustisia, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia)', *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5.1 (2017), 1–14

<<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/profita/article/view/9639>>

Putra, I Gede Cahyadi, Ida Ayu Ratih Manuari, and Ni Kadek Dewi Puspayanti, 'Pengaruh Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)', *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21.1 (2022), 105–118 <<https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.105-118>>

Rahmantari, Ni Luh Laksmi, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia', *Ganec Swara*, 15.1 (2021), 813 <<https://doi.org/10.35327/gara.v15i1.179>>

Ramadhani, Fitria, 'Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Moderasi', *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.12 (2022), 5483–88 <<https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.1831>>

Ramdhonah, Zahra, Ikin Solikin, and Maya Sari, 'Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Indonesian Journal of Strategic Management*, 2.1 (2019), 67–82 <<https://doi.org/10.17509/jrak.v7i1.15117>>

Rasyid, Cahya Ayu Mulia Putri, Eni Indriani, and Robith Hudaya, 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan', *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7.1 (2022), 135–56 <<https://doi.org/10.29303/jaa.v7i1.146>>

Rr. Aurin Wahyu Kusuma, Dr. Denies Priantinah, M.Si., Ak., CA., 'Jurnal Nominal / Volume Vii Nomor 2 / Tahun 2018 the Influence of Sustainability Report Disclosure and Company'S Size on Company'S Value With Profitability As a Modernation Variable in the Company Joining in Issi and Conventional in the Period 2014-2016', VII.1 (2019), 91–105 <www.hukumonline.com>

Sari, Dian Kartika, and Wahidahwati, 'Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10.4 (2021), 1–19

Setianingrum, Wahyuning Ambar, *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*, 2015

Shita, Puspita Ayu Laras, 'Analisis Rasio Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Food and Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2018-2020', 2022

- Supandi, Ahmad, and Yohanes August Goenawan, 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening', *Journal Intelektual*, 2.2 (2023) <<https://doi.org/10.61635/jin.v2i2.145>>
- Tolitoli, Di Kabupaten, Moh Nasir, Hasan Dg, and Cytra Dewi Peuru, 'Pengaruh Jumlah Penduduk Dan Pengangguran Terhadap Tingkat Kemiskinan Ekonomi Pembangunan , Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mujahidin', 4.1 (2022), 19–26
- Variabel Moderasi', *Jurnal Akunida*, 7.2 (2021), 190–204 <<https://doi.org/10.30997/jakd.v7i2.4524>>
- Wijaya, Bayu Irfandi, and I.B Panji Sedana, 'Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Dividen Dan Kesempatan Investasi Sebagai Variabel Mediasi)', *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4.12 (2015), 4477–4500
- Williams, G. T., and O. E. Stanaitis, '4472', *The American Mathematical Monthly*, 60.3 (1953), 197 <<https://doi.org/10.2307/2307590>>
- Yam, Jim Hoy, and Ruhiyat Taufik, 'Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi', 3.2 (2021), 96–102
- Yang, Harga, Diterima Dan, and Yang Dibayar, 'Model, Regresi Data Panel, Simultan Dengan Variabel Indeks Harga Yang Diterima Dan Yang Dibayar Petani', 5 (2019), 611–21
- Yani, V F, '... , Dan Profitability Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia ...)', *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2 (2023), 1–15 <<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2476>>
- Yulimtinan, Zalfa, and Suci Atiningsih, 'Leverage Ukuran Perusahaan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi', *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 6.1 (2021), 69 <<https://doi.org/10.32502/jab.v6i1.3422>>



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

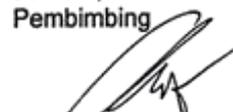
Nama : Sofiatul Magfiroh
NIM : 212105030054
Program Studi/Fakultas : Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	·	✓
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	·	✓
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)	✓	
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 5 Mei 2025
Pembimbing


Ana Pratiwi, SE., Ak., MSA
NIP.198809232019032003



LAMPIRAN

Matriks Penelitian

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Fokus Masalah	Metode Penelitian
Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Food And Beverage Di BEI Tahun 2021-2023)	Ukuran Perusahaan CSR Nilai Perusahaan Profitabilitas	Ukuran Perusahaan= $\ln(\text{Total Assets})$ $CSR_j = \frac{\sum xy_i}{nj}$ $PBV = \frac{\text{Harga per lembar}}{\text{nilai buku per lembar}}$ $ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$	1. Laporan Tahunan Perusahaan 2. Laporan Keberlanjutan Perusahaan 3. IDX	1. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor Food and Beverage di BEI? 2. Bagaimana pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor Food and Beverage di BEI? 3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor Food and Beverage di BEI? 4. Bagaimana Profitabilitas memoderasi hubungan Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor Food and Beverage di BEI?	1. Metode penelitian : Kuantitatif 2. Metode pengumpulan data : Data sekunder 3. Objek penelitian : Perusahaan sektor konsumsi <i>food and beverage</i> di BEI

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofiatul Magfiroh
NIM : 212105030054
Program Studi : Akuntansi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

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

Jember, 5 Mei 2025

Saya yang menyatakan



Sofiatul Magfiroh
NIM: 212105030054



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Sofiatul Magfiroh
NIM : 212105030054
Semester : VIII (Delapan)
Prodi : Akuntansi Syariah
Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi Food and Beverage di BEI Tahun 2021-2023)

Telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 05 Maret – 05 April 2025 dengan mengambil data dari <https://www.idx.co.id/id/>.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Jember, 07 Mei 2025
J E M B E R

A.n. Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Islam


M.F. Hidayatullah

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

Nama : Sofiatul Maghfiroh

NIM : 212105030054

Judul : Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Konsumsi *Food and Beverage* di BEI Tahun 2021-2023)

No.	Tanggal	Uraian Kegiatan
1.	7 Oktober 2024	Pengajuan Judul
2.	8 Oktober 2024	ACC Judul Skripsi
3.	10 Oktober 2024	Penyusunan Proposal
4.	25 November 2024	ACC Proposal
5.	11 Desember 2024	Seminar Proposal
6.	1 Maret 2025	Penyerahan Surat Izin Penelitian
7.	5 Maret – 5 April 2025	Analisis Data
8.	20 Maret – 15 April 2025	Penyusunan Naskah Skripsi
9.	29 April 2025	Pengambilan Surat Selesai Penelitian
10.	30 April 2025	ACC Skripsi

Daftar perusahaan manufaktur sektor konsumsi *food and beverage* (sampel terpilih)

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ADES	Akasha Wira International Tbk.
3	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.
4	ALTO	Tri Banyan Tirta Tbk.
5	BISI	BISI International Tbk.
6	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk
7	BWPT	Eagle High Plantations Tbk.
8	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
9	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk
10	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.
11	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
13	JAWA	Jaya Agra Wattie Tbk.
14	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
15	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tb
16	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.
17	MYOR	Mayora Indah Tbk.
18	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
19	SGRO	Sampoerna Agro Tbk.
20	SMAR	Smart Tbk.
21	SSMS	Sawit Sumbermas Sarana Tbk.
22	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
23	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trad
24	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk
25	CLEO	Sariguna Primatirta Tbk.
26	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
27	MGRO	Mahkota Group Tbk.
28	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tb
29	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk
30	CSRA	Cisadane Sawit Raya Tbk.
31	FAPA	FAP Agri Tbk.
32	TAPG	Triputra Agro Persada Tbk.
33	STAA	Sumber Tani Agung Resources Tb

Data idx tahun 2021-2023

No.	Kode Perusahaan	Tahun	Ukuran Perusahaan	CSR	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
1	AALI	2021	17,23	0,21	0,07	0,09
		2022	17,19	0,7	0,06	0,09
		2023	17,18	0,69	0,04	0,13
2	ADES	2021	14,08	0,11	0,2	7,29
		2022	14,31	0,17	0,22	11,59
		2023	14,55	0,15	0,19	14,42
3	AISA	2021	14,38	0,18	0	204,26
		2022	14,42	0,62	-0,03	-21,34
		2023	14,42	0,4	0,01	71,29
4	ALTO	2021	27,72	0,22	-8,2	-62,07
		2022	27,65	0,31	-15,76	-6,83
		2023	27,61	0,36	-26,36	-4,24
5	BISI	2021	14,96	0,05	0,12	7,88
		2022	15,04	0,43	0,15	9,12
		2023	15,18	0,51	0,15	8,06
6	BTEK	2021	29,06	0,21	-0,03	-21,74
		2022	29,05	0,8	-0,03	-17,36
		2023	29,03	0,81	-0,03	-20,33
7	BWPT	2021	16,3	0,12	-0,12	-1,59
		2022	16,32	0,13	0	118,18
		2023	16,14	0,47	0,02	9,51
8	CEKA	2021	28,16	0,17	0,11	6,02
		2022	28,17	0,47	0,13	5,28
		2023	28,27	0,62	0,08	7,15
9	CPIN	2021	17,38	0,45	0,1	27,04
		2022	17,5	0,79	0,07	32,68
		2023	17,53	0,75	0,06	35,64
10	DSNG	2021	16,43	0,13	0,05	7,11
		2022	16,55	0,48	0,08	5,27
		2023	16,6	0,52	0,05	7
11	ICBP	2021	18,59	0,22	0,07	15,83
		2022	18,56	0,48	0,05	25,89
		2023	18,6	0,48	0,07	17,65
12	INDF	2021	19	0,52	0,06	7,36
		2022	19,01	0,79	0,05	9,39
		2023	19,04	0,78	0,06	6,95
13	JAWA	2021	28,9	0,25	-0,05	-5,95

		2022	28,91	0,84	-0,08	-1,4
		2023	28,93	0,84	-0,08	-3,04
14	JPFA	2021	17,17	0,6	0,07	9,91
		2022	17,3	0,74	0,05	10,7
		2023	17,35	0,7	0,03	14,75
15	LSIP	2021	16,29	0,37	0,08	8,38
		2022	16,33	0,82	0,08	6,68
		2023	16,34	0,81	0,06	7,95
16	MAIN	2021	22,42	0,37	0,01	25
		2022	22,47	0,65	0	40,5
		2023	22,43	0,67	0,01	18,39
17	MYOR	2021	30,62	0,36	0,06	39,43
		2022	30,73	0,63	0,09	28,05
		2023	30,8	0,57	0,14	17,41
18	ROTI	2021	29,06	0,32	0,07	28,63
		2022	29,05	0,58	0,1	17,94
		2023	29	0,58	0,08	19,68
19	SGRO	2021	16,09	0,4	0,08	4,6
		2022	16,14	0,58	0,1	3,66
		2023	16,12	0,7	0,04	7,56
20	SMAR	2021	17,51	0,27	0,07	4,44
		2022	17,51	0,58	0,13	2,57
		2023	17,5	0,6	0,02	12,5
21	SSMS	2021	23,35	0,21	0,11	6,22
		2022	23,36	0,46	0,13	7,72
		2023	23,19	0,48	0,04	19,43
22	TBLA	2021	16,86	0,27	0,04	5,28
		2022	16,98	0,6	0,03	4,51
		2023	17,07	0,58	0,02	6,63
23	ULTJ	2021	15,82	0,13	0,17	12,83
		2022	15,81	0,14	0,13	16,03
		2023	15,83	0,6	0,16	14,29
24	UNSP	2021	15,93	0,25	0,01	2,16
		2022	15,33	0,56	0,2	1,56
		2023	15,33	0,8	0,01	4,51
25	CLEO	2021	27,93	0,2	0,13	31,2
		2022	28,16	0,48	0,01	31,13
		2023	28,46	0,51	0,13	28,4
26	CAMP	2021	27,77	0,33	0	17,06
		2022	27,7	0,47	0	14,85
		2023	27,72	0,44	0	18,57

27	MGRO	2021	28,23	0,31	0,05	37,3
		2022	28,57	0,36	-0,01	-145,87
		2023	28,62	0,66	-0,06	-16,35
28	GOOD	2021	29,54	0,13	0,07	45,69
		2022	29,62	0,6	0,07	43,38
		2023	29,64	0,75	0,08	27,25
29	COCO	2021	26,64	0,23	23,02	30,24
		2022	26,91	0,19	13,65	35,26
		2023	26,99	0,47	-95,36	-3,09
30	CSRA	2021	28,19	0,09	0,08	4,06
		2022	28,24	0,07	0,14	4,63
		2023	28,24	0,08	0,08	6,65
31	FAPA	2021	29,7	0,15	0,06	30,21
		2022	29,79	0,86	0,09	21,96
		2023	29,79	0,84	0,02	125,27
32	TAPG	2021	16,34	0,48	0,1	10,59
		2022	16,49	0,48	0,21	4,3
		2023	16,45	0,75	0,12	6,73



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Hasil rekap Ukuran Perusahaan Manufaktur sektor konsumsi food and beverage
2021-2023

No .	Kode Perusahaan	Tahun	Total Aset	Ln (Total Aset)
1	AALI	2021	30.399.906	17,23
		2022	29.249.340	17,19
		2023	28.846.243	17,18
2	ADES	2021	1.304.108	14,08
		2022	1.645.582	14,31
		2023	2.085.182	14,55
3	AISA	2021	1.761.634	14,38
		2022	1.826.350	14,42
		2023	1.850.004	14,42
4	ALTO	2021	1.089.208.965	27,72
		2022	1.023.323.309	27,65
		2023	983.288.148	27,61
5	BISI	2021	3.132.202	14,96
		2022	3.410.481	15,04
		2023	3.901.820	15,18
6	BTEK	2021	4.173.043.810	29,06
		2022	4.142.039.804	29,05
		2023	4.055.750.907	29,03
7	BWPT	2021	12.045.048	16,3
		2022	12.223.568	16,32
		2023	10.183.510	16,14
8	CEKA	2021	1.697.387.196	28,16
		2022	1.718.287.454	28,17
		2023	1.893.560.798	28,27
9	CPIN	2021	35.446.051	17,38
		2022	39.847.545	17,5
		2023	40.970.800	17,53
10	DSNG	2021	13.712.160	16,43
		2022	15.357.229	16,55
		2023	16.178.278	16,6
11	ICBP	2021	118.066.628	18,59
		2022	115.305.536	18,56
		2023	119.267.536	18,6
12	INDF	2021	179.356.193	19
		2022	180.433.300	19,01
		2023	186.587.957	19,04
13	JAWA	2021	3.566.231.393	28,9

		2022	3.589.642.467	28,91
		2023	3.656.226.625	28,93
14	JPFA	2021	28.589.656	17,17
		2022	32.690.887	17,3
		2023	34.109.431	17,35
15	LSIP	2021	11.851.182	16,29
		2022	12.417.013	16,33
		2023	12.514.203	16,34
16	MAIN	2021	5.436.745.210	22,42
		2022	5.746.998.087	22,47
		2023	5.517.296.880	22,43
17	MYOR	2021	19.917.653.266	30,62
		2022	22.276.160.695	30,73
		2023	23.870.404.962	30,8
18	ROTI	2021	4.191.284.423	29,06
		2022	4.130.321.616	29,05
		2023	3.943.518.425	29
19	SGRO	2021	9.751.365	16,09
		2022	10.243.238	16,14
		2023	10.067.533	16,12
20	SMAR	2021	40.345.003	17,51
		2022	42.600.814	17,51
		2023	39.716.363	17,5
21	SSMS	2021	13.850.610.076	23,35
		2022	13.969.704.123	23,36
		2023	11.810.444.633	23,19
22	TBLA	2021	21.084.017	16,86
		2022	23.673.644	16,98
		2023	25.883.325	17,07
23	ULTJ	2021	7.406.856	15,82
		2022	7.376.375	15,81
		2023	7.523.956	15,83
24	UNSP	2021	8.258.457	15,93
		2022	4.540.302	15,33
		2023	4.559.725	15,33
25	CLEO	2021	1.348.181.577	27,93
		2022	16.935.236.114	28,16
		2023	2.296.227.712	28,46
26	CAMP	2021	1.147.260.611.703	27,77
		2022	1.074.777.460.412	27,77
		2023	1.088.726.193.209	27,72

27	MGRO	2021	1.820.202.594.748	28,23
		2022	2.561.664.000.157	28,57
		2023	2.680.206.187.969	28,62
28	GOOD	2021	6.766.602.280.143	29,54
		2022	7.327.371.934.290	29,62
		2023	7.427.707.902.688	29,64
29	COCO	2021	370.684.311	26,64
		2022	485.054.413	26,91
		2023	528.959.733	26,99
30	CSRA	2021	1.753.240.850	28,19
		2022	1.835.253.997	28,24
		2023	1.842.857.631	28,24
31	FAPA	2021	7.934.144.926	29,7
		2022	8.624.008.935	29,79
		2023	8.634.035.446	29,79
32	TAPG	2021	12.446.326	16,34
		2022	14.526.124	16,49
		2023	13.867.387	16,45



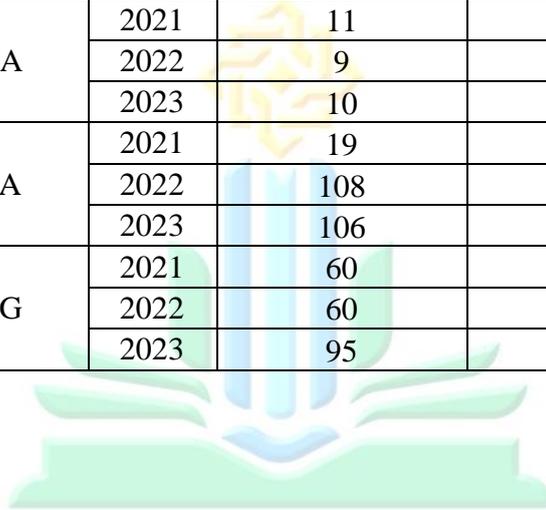
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Hasil rekap *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan Manufaktur sektor konsumsi food and beverage 2021-2023

No .	Kode Perusahaan	Tahun	Σxyi	CSR
1	AALI	2021	26	0,21
		2022	88	0,7
		2023	87	0,69
2	ADES	2021	14	0,11
		2022	21	0,17
		2023	19	0,15
3	AISA	2021	23	0,18
		2022	78	0,62
		2023	51	0,4
4	ALTO	2021	28	0,22
		2022	39	0,31
		2023	45	0,36
5	BISI	2021	6	0,05
		2022	54	0,43
		2023	64	0,51
6	BTEK	2021	27	0,21
		2022	101	0,8
		2023	102	0,81
7	BWPT	2021	22	0,12
		2022	59	0,13
		2023	78	0,47
8	CEKA	2021	57	0,17
		2022	99	0,47
		2023	95	0,62
9	CPIN	2021	17	0,45
		2022	60	0,79
		2023	66	0,75
10	DSNG	2021	75	0,13
		2022	93	0,48
		2023	88	0,52
11	ICBP	2021	45	0,22
		2022	79	0,48
		2023	72	0,48
12	INDF	2021	47	0,52
		2022	82	0,79
		2023	84	0,78
13	JAWA	2021	40	0,25

		2022	73	0,84
		2023	73	0,84
14	JPFA	2021	51	0,6
		2022	73	0,74
		2023	88	0,7
15	LSIP	2021	34	0,37
		2022	73	0,82
		2023	76	0,81
16	MAIN	2021	26	0,37
		2022	58	0,65
		2023	60	0,67
17	MYOR	2021	16	0,36
		2022	18	0,63
		2023	76	0,57
18	ROTI	2021	28	0,32
		2022	60	0,58
		2023	60	0,58
19	SGRO	2021	66	0,4
		2022	100	0,58
		2023	98	0,7
20	SMAR	2021	46	0,27
		2022	103	0,58
		2023	102	0,6
21	SSMS	2021	31	0,21
		2022	106	0,46
		2023	106	0,48
22	TBLA	2021	17	0,27
		2022	76	0,6
		2023	77	0,58
23	ULTJ	2021	15	0,13
		2022	16	0,14
		2023	59	0,6
24	UNSP	2021	32	0,25
		2022	70	0,56
		2023	101	0,8
25	CLEO	2021	25	0,2
		2022	61	0,48
		2023	64	0,51
26	CAMP	2021	42	0,33
		2022	59	0,47
		2023	55	0,44

27	MGRO	2021	39	0,31
		2022	45	0,36
		2023	83	0,66
28	GOOD	2021	17	0,13
		2022	76	0,6
		2023	95	0,75
29	COCO	2021	29	0,23
		2022	24	0,19
		2023	59	0,47
30	CSRA	2021	11	0,09
		2022	9	0,07
		2023	10	0,08
31	FAPA	2021	19	0,15
		2022	108	0,86
		2023	106	0,84
32	TAPG	2021	60	0,48
		2022	60	0,48
		2023	95	0,75



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Hasil rekap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur sektor konsumsi food and beverage 2021-2023

No	Kode Perusahaan	Tahun	Laba Bersih	Total Aset	ROA
1	AALI	2021	2.067.362	30.399.906	0,07
		2022	1.792.050	29.249.340	0,06
		2023	1.088.170	28.846.243	0,04
2	ADES	2021	265.758	1.304.108	0,2
		2022	364.972	1.645.582	0,22
		2023	395.798	2.085.182	0,19
3	AISA	2021	8.771	1.761.634	0
		2022	-62.359	1.826.350	-0,03
		2023	18.796	1.850.004	0,01
4	ALTO	2021	-8.932.197.718	1.089.208.965	-8,2
		2022	-16.129.026.748	1.023.323.309	-15,76
		2023	-25.917.765.585	983.288.148	-26,36
5	BISI	2021	380.992	3.132.202	0,12
		2022	523.242	3.410.481	0,15
		2023	595.446	3.901.820	0,15
6	BTEK	2021	-106.511.989	4.173.043.810	-0,03
		2022	-133.469.253	4.142.039.804	-0,03
		2023	-114.047.785	4.055.750.907	-0,03
7	BWPT	2021	-1.417.294	12.045.048	-0,12
		2022	12.635	12.223.568	0
		2023	159.970	10.183.510	0,02
8	CEKA	2021	187.066.990	1.697.387.196	0,11
		2022	220.704.543	1.718.287.454	0,13
		2023	153.574.779	1.893.560.798	0,08
9	CPIN	2021	3.619.010	35.446.051	0,1
		2022	2.930.357	39.847.545	0,07
		2023	2.318.088	40.970.800	0,06
10	DSNG	2021	739.649	13.712.160	0,05
		2022	1.206.587	15.357.229	0,08
		2023	841.665	16.178.278	0,05
11	ICBP	2021	7.900.282	118.066.628	0,07
		2022	5.722.194	115.305.536	0,05
		2023	8.465.123	119.267.536	0,07
12	INDF	2021	11.203.585	179.356.193	0,06
		2022	9.192.569	180.433.300	0,05
		2023	11.493.229	186.587.957	0,06

13	JAWA	2021	-178.278.611	3.566.231.393	-0,05
		2022	-301.812.697	3.589.642.467	-0,08
		2023	-303.853.275	3.656.226.625	-0,08
14	JPFA	2021	2.130.896	28.589.656	0,07
		2022	1.490.931	32.690.887	0,05
		2023	945.922	34.109.431	0,03
15	LSIP	2021	990.445	11.851.182	0,08
		2022	1.035.285	12.417.013	0,08
		2023	760.673	12.514.203	0,06
16	MAIN	2021	60.376.485	5.436.745.210	0,01
		2022	26.217.657	5.746.998.087	0
		2023	63.162.746	5.517.296.880	0,01
17	MYOR	2021	1.211.052.647	19.917.653.266	0,06
		2022	1.970.064.538	22.276.160.695	0,09
		2023	3.244.872.091	23.870.404.962	0,14
18	ROTI	2021	281.340.682	4.191.284.423	0,07
		2022	432.247.722	4.130.321.616	0,1
		2023	333.300.421	3.943.518.425	0,08
19	SGRO	2021	814.715	9.751.365	0,08
		2022	1.039.443	10.243.238	0,1
		2023	440.779	10.067.533	0,04
20	SMAR	2021	2.829.418	40.345.003	0,07
		2022	5.504.956	42.600.814	0,13
		2023	917.870	39.716.363	0,02
21	SSMS	2021	1.526.870.874	13.850.610.076	0,11
		2022	1.848.118.978	13.969.704.123	0,13
		2023	518.314.064	11.810.444.633	0,04
22	TBLA	2021	791.916	21.084.017	0,04
		2022	801.440	23.673.644	0,03
		2023	612.218	25.883.325	0,02
23	ULTJ	2021	1.276.793	7.406.856	0,17
		2022	965.486	7.376.375	0,13
		2023	1.186.161	7.523.956	0,16
24	UNSP	2021	117.509	8.258.457	0,01
		2022	930.207	4.540.302	0,2
		2023	26.137	4.559.725	0,01
25	CLEO	2021	180.711.667	1.348.181.577	0,13
		2022	195.598.849	16.935.236.114	0,01
		2023	305.879.962	2.296.227.712	0,13
26	CAMP	2021	100.066.615	1.147.260.611.703	0
		2022	121.257.337	1.074.777.460.412	0

		2023	127.426.465	1.088.726.193.209	0
27	MGRO	2021	89.783.282.574	1.820.202.594.748	0,05
		2022	-34.790.602.513	2.561.664.000.157	-0,01
		2023	-172.273.898.363	2.680.206.187.969	-0,06
28	GOOD	2021	492.637.672.186	6.766.602.280.143	0,07
		2022	521.714.035.585	7.327.371.934.290	0,07
		2023	601.467.293.291	7.427.707.902.688	0,08
29	COCO	2021	8.532.631.708	370.684.311	23,02
		2022	6.620.432.696	485.054.413	13,65
		2023	-50.439.861.088	528.959.733	-95,36
30	CSRA	2021	259.650.289	1.753.240.850	0,08
		2022	252.406.669	1.835.253.997	0,14
		2023	146.138.989	1.842.857.631	0,08
31	FAPA	2021	511.391.100	7.934.144.926	0,06
		2022	749.310.939	8.624.008.935	0,09
		2023	161.679.001	8.634.035.446	0,02
32	TAPG	2021	1.198.747	12.446.326	0,1
		2022	3.088.047	14.526.124	0,21
		2023	1.661.258	13.867.387	0,12

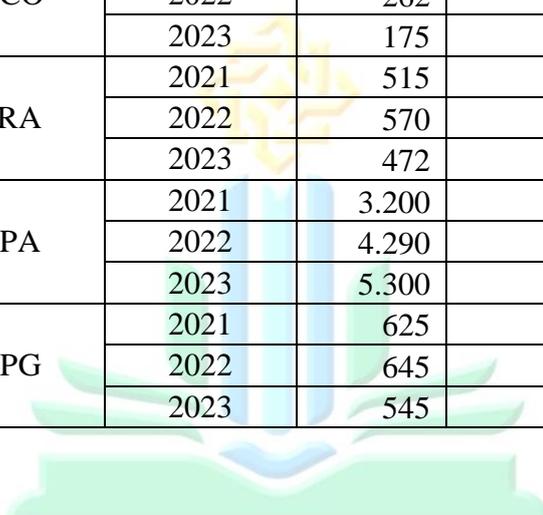

 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Hasil rekap Nilai Perusahaan Manufaktur sektor konsumsi food and beverage 2021-2023

No.	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Pasar Saham	Laba Perlembar Saham	PER
1	AALI	2021	9.500	102.425	0,09
		2022	8.025	89.708	0,09
		2023	7.025	54.861	0,13
2	ADES	2021	3.290	451	7,29
		2022	7.175	619	11,59
		2023	9.675	671	14,42
3	AISA	2021	192	1	204,26
		2022	143	-7	-21,34
		2023	144	2	71,29
4	ALTO	2021	252	-4	-62,07
		2022	50	-7	-6,83
		2023	50	-12	-4,24
5	BISI	2021	1.000	127	7,88
		2022	1.590	174	9,12
		2023	1.600	199	8,06
6	BTEK	2021	50	-2	-21,74
		2022	50	-3	-17,36
		2023	50	-2	-20,33
7	BWPT	2021	71	-45	-1,59
		2022	65	1	118,18
		2023	54	6	9,51
8	CEKA	2021	1.890	314	6,02
		2022	1.960	371	5,28
		2023	1.845	258	7,15
9	CPIN	2021	5.975	221	27,04
		2022	5.850	179	32,68
		2023	5.025	141	35,64
10	DSNG	2021	488	69	7,11
		2022	600	114	5,27
		2023	555	79	7
11	ICBP	2021	8.675	548	15,83
		2022	10.175	393	25,89
		2023	10.575	599	17,65
12	INDF	2021	6.400	870	7,36
		2022	6.800	724	9,39
		2023	6.450	928	6,95

13	JAWA	2021	280	-47	-5,95
		2022	111	-80	-1,4
		2023	180	-59	-3,04
14	JPFA	2021	1.725	174	9,91
		2022	1.305	122	10,7
		2023	1.180	80	14,75
15	LSIP	2021	1.215	145	8,38
		2022	1.015	152	6,68
		2023	890	112	7,95
16	MAIN	2021	675	27	25
		2022	486	12	40,5
		2023	515	28	18,39
17	MYOR	2021	2.090	53	39,43
		2022	2.440	87	28,05
		2023	2.490	143	17,41
18	ROTI	2021	1.320	46	28,63
		2022	1.345	75	17,94
		2023	1.150	58	19,68
19	SGRO	2021	2.030	441	4,6
		2022	2.110	577	3,66
		2023	2.010	266	7,56
20	SMAR	2021	4.370	984	4,44
		2022	4.930	1.915	2,57
		2023	4.000	320	12,5
21	SSMS	2021	990	159	6,22
		2022	1.490	193	7,72
		2023	1.045	54	19,43
22	TBLA	2021	795	151	5,28
		2022	685	152	4,51
		2023	695	105	6,63
23	ULTJ	2021	1.565	122	12,83
		2022	1.475	92	16,03
		2023	1.600	112	14,29
24	UNSP	2021	111	51	2,16
		2022	135	87	1,56
		2023	113	25	4,51
25	CLEO	2021	468	15	31,2
		2022	498	16	31,13
		2023	710	25	28,4
26	CAMP	2021	290	17	17,06
		2022	306	21	14,85

		2023	402	22	18,57
27	MGRO	2021	830	22	37,3
		2022	830	-6	-145,87
		2023	705	-43	-16,35
28	GOOD	2021	530	12	45,69
		2022	505	12	43,38
		2023	430	16	27,25
29	COCO	2021	290	10	30,24
		2022	262	7	35,26
		2023	175	-57	-3,09
30	CSRA	2021	515	127	4,06
		2022	570	123	4,63
		2023	472	71	6,65
31	FAPA	2021	3.200	106	30,21
		2022	4.290	195	21,96
		2023	5.300	42	125,27
32	TAPG	2021	625	59	10,59
		2022	645	150	4,3
		2023	545	81	6,73



 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

Hasil olah data SPSS *Kolmogorov-Smirnov Test*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		84	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	12.28588406	
Most Extreme Differences	Absolute	.082	
	Positive	.082	
	Negative	-.049	
Test Statistic		.082	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.172	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.162
		Upper Bound	.182
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.			

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.74112722
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.061
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil olah data SPSS Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.809	5.115	1.331	.187		
	UP	.283	.355	.796	.428	.440	2.274
	CSR	-2.311	8.404	-.275	.784	.526	1.902
	PROFITABILITAS	-1.297	42.014	-.031	.975	.246	4.060
	X1X3	7.194	3.754	1.916	.059	.335	2.988
	X2X3	64.887	93.001	.698	.487	.206	4.863

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients			Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.471	.181	-2.604	.011		
	UP	.255	.086	2.956	.004	.925	1.081
	CSR	.012	.086	.141	.888	.920	1.087
	PROFITABILITAS	9.646	3.215	3.000	.004	.862	1.160

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Hasil olah data SPSS Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.471 ^a	.222	.172	12.67355	1.252
a. Predictors: (Constant), X2X3, CSR, UP, X1X3, PROFITABILITAS					
b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN					

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.393 ^a	.154	.122	.75489547

a. Predictors: (Constant): PROFITABILITAS, Zscore: UP, Zscore: CSR

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Hasil olah data SPSS Uji t

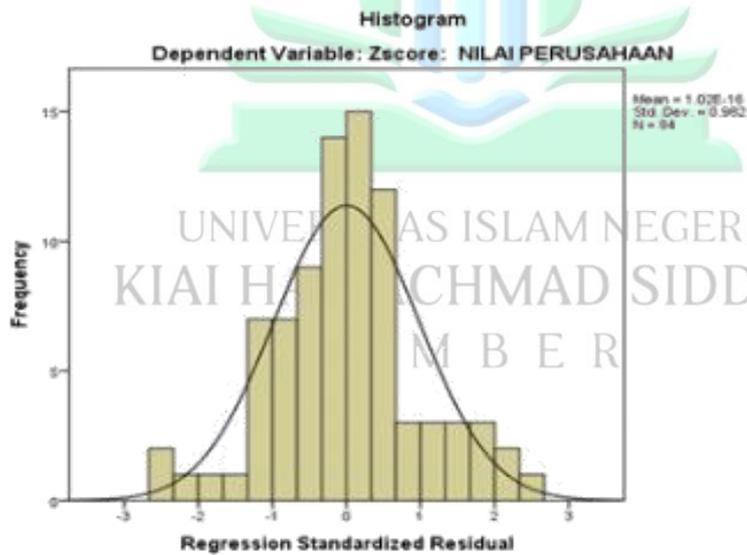
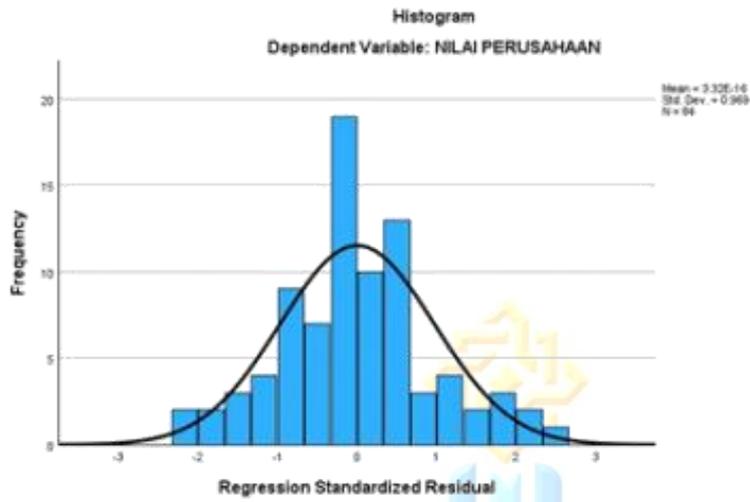
Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.809	5.115	1.331	.187		
	UP	.283	.355	.796	.428	.440	2.274
	CSR	-2.311	8.404	-.275	.784	.526	1.902
	PROFITABILITAS	-1.297	42.014	-.031	.975	.246	4.060
	X1X3	7.194	3.754	1.916	.059	.335	2.988
	X2X3	64.887	93.001	.698	.487	.206	4.863

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.471	.181	-2.604	.011		
	UP	.255	.086	2.956	.004	.925	1.081
	CSR	.012	.086	.141	.888	.920	1.087
	PROFITABILITAS	9.646	3.215	3.000	.004	.862	1.160

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Kurva Uji T



SISTASI DOSEN

- Fajariyah, Nur Alifah, 'Pengaruh Informasi Akuntansi Terhadap Risiko Investasi Di Pasar Modal: Uji Empiris Pada Bank Umum Di Indonesia', 7.3 (2007), 213–21
- Masruroh, Nikmatul, and Faikatul Ummah, 'Upaya Pengembangan Corporate Sosial Responsibility Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal Iqtisaduna*, 4.1 (2018), 46–61 <<https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v4i1.5039>>
- Pratiwi, Ana, and Fitriatul Muqmiroh, 'Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2.2 (2022), 114–25 <<https://doi.org/10.56013/jebi.v2i2.1465>>
- Pratiwi, Ana, Kuni Zakiiyatul Laila, and Daru Anondo, 'Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia', *Jurnal Akuntansi Terapan Dan Bisnis*, 2.1 (2022), 60–71 <<https://doi.org/10.25047/asersi.v2i1.3313>>
- Zahriyah, Aminatus, Suprianik, Agung Parmono, and Mustofa, *Ekonometrika Teknik Dan Aplikasi Dengan SPSS*, Mandala Press, 2021



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BIODATA PENULIS



1. Data Pribadi

Nama : Sofiatul Magfiroh
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 30 Januari 2002
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Karang Anyar, Kalibendo, RT 006 RW 004,
Pasirian, Lumajang

2. Riwayat Pendidikan

TK Dharma Wanita Jarit 04 : 2006 - 2008
MI Nurul Islam Jarit : 2008 - 2014
SMP AL – Maliki : 2014 - 2017
SMAN Pasirian : 2017 – 2020