PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

ORIGINALITY REPORT

15%	12%	9%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	ejournal.atmajaya.ac.id Internet Source	8%
2	Anggita Langgeng Wijaya, Erlita Listyana Pancawati. "PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2013-2017)", INVENTORY: JURNAL AKUNTANSI, 2019 Publication	6%
3	Desdi Romawati Aritonang, Liana Rahardja. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cylicals dan Basic Material", International Journal of Digital Entrepreneurship and Business, 2022 Publication	<1%
4	Submitted to Kwame Nkrumah University of Science and Technology Student Paper	<1%
5	Submitted to Universitas Airlangga Student Paper	<1%

6	Yusrina Dzakiroh, Novi Khoiriawati. "Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2022 Publication	<1 %
7	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1 %
8	Morteza Akbari, Maryam Mehrali, Nader SeyyedAmiri, Niloofar Rezaei, Afsaneh Pourjam. "Corporate social responsibility, customer loyalty and brand positioning", Social Responsibility Journal, 2019 Publication	<1 %
9	Linatul Uyun, Sri Eka Noviyanti, Dona Primasari. "Peran CSR terhadap Keberlangsungan Perusahaan", JEMeS - Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial, 2024 Publication	<1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		

Turnitin Originality Report

Processed on: 20-Jun-2025 11:15 W
ID: 2702684023
Word Count: 6480
Submitted: 1

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN By Ukdc Perpustakaan 2

Similarity Index	Similarity by Source	
15%	Internet Sources:	12%
	Publications:	9%
	Student Papers:	2%

8% match (Internet from 08-Mar-2025)

https://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/JARA/oai?from=2020-09-28&metadataPrefix=oai_dc&verb=ListRecords

---

6% match (Anggita Langgeng Wijaya, Erlita Listyana Pancawati. "PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2013-2017)", INVENTORY: JURNAL AKUNTANSI, 2019)

Anggita Langgeng Wijaya, Erlita Listyana Pancawati. "PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Studi Pada Perusahaan Food and Beverage Tahun 2013-2017)", INVENTORY: JURNAL AKUNTANSI, 2019

< 1% match (Desdi Romawati Aritonang, Liana Rahardja. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cylicals dan Basic Material", International Journal of Digital Entrepreneurship and Business, 2022)

Desdi Romawati Aritonang, Liana Rahardja. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cylicals dan Basic Material", International Journal of Digital Entrepreneurship and Business, 2022

< 1% match (student papers from 20-May-2023)

Submitted to Kwame Nkrumah University of Science and Technology on 2023-05-20

< 1% match (student papers from 20-Jul-2022)

Submitted to Universitas Airlangga on 2022-07-20

< 1% match (Yusrina Dzakiroh, Novi Khoiriawati. "Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2022)

Yusrina Dzakiroh, Novi Khoiriawati. "Pengaruh Good Corporate Governance, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia", BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting, 2022

< 1% match (student papers from 03-Jun-2024)

Submitted to Universitas Diponegoro on 2024-06-03

< 1% match (Morteza Akbari, Maryam Mehrali, Nader SeyyedAmiri, Niloofar Rezaei, Afsaneh Pourjam. "Corporate social responsibility, customer loyalty and brand positioning", Social Responsibility Journal, 2019)

Morteza Akbari, Maryam Mehrali, Nader SeyyedAmiri, Niloofar Rezaei, Afsaneh Pourjam. "Corporate social responsibility, customer loyalty and brand positioning", Social Responsibility Journal, 2019

< 1% match (Linatul Uyun, Sri Eka Noviyanti, Dona Primasari. "Peran CSR terhadap Keberlangsungan Perusahaan", JEMeS - Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial, 2024)
Linatul Uyun, Sri Eka Noviyanti, Dona Primasari. "Peran CSR terhadap Keberlangsungan Perusahaan", JEMeS - Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial, 2024

JURNAL AKUNTANSI Vol. 18 No. 2 Oktober 2024 : 261 – 285 Doi: https://doi.org/10.25170/jara.v18i2.4639 ISSN : 2580-9792 (Online) ISSN : 1978-8029 (Print) PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, AND PROFITABILITY ON COMPANY VALUE Jonathan Donny Felix* Lusy † ABSTRAK Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh corporate social responsibility, current ratio, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode pada populasi. Penelitian ini biasa digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Populasi atau subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor industri barang konsumsi dengan total populasi sebanyak 60 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Data tersebut dianalisis melalui analisis statistik deskriptif, uji kelayakan model, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah metode statistik uji t dengan software IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate social responsibility, current rasio dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan.. Kata Kunci: Corporate Social Responsibility, Current Ratio, Profitabilitas, Nilai Perusahaan .ABSTRACT This study aims to determine and analyse the effect of corporate social responsibility, current ratio, and profitability on the value of manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2020. The research method used is quantitative method. Quantitative research methods can be interpreted as methods in the population. This research is usually used to examine certain populations or samples. Data collection using research instruments. The population or subject in this study are companies in the consumer goods industry sector with a total population of 60 companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used is saturated sampling. The data was analysed through descriptive statistical analysis, model * Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Darma Cendika,Indonesia, email: Jonathan.felix@student.ac.id † Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Darma Cendika, Indonesia, email: Margaretha.hulda@ukdc.ac.id Penulis korespondensi: Lusy Sitasi: Feliks & Lusy. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Current Ratio, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi, 18(2), halaman. Artikel masuk: 04 Agustus 2023; Artikel diterima: 21 Oktober 2024 feasibility test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination. Hypothesis testing used is the t test statistical method with IBM SPSS 26 software. The results showed that corporate social responsibility, current ratio and profitability affect firm value. Keywords: Corporate Social Responsibility, Current Ratio, Profitability, Firm Value 1. PENDAHULUAN Nilai sebuah perusahaan adalah persepsi investor dari para

pemegang sahamnya. Harga saham merupakan indikator tepercaya dari nilai perusahaan (Lusy, 2020). Ketika harga saham naik, nilai perusahaan pun naik. Investor dapat memanfaatkan data harga saham untuk menginformasikan pilihan investasi. Namun, keputusan investasi yang hanya berfokus pada informasi keuangan dengan informasi tersebut disajikan dalam laporan keuangan tidak dapat menjamin keakuratan keputusan investasi yang diambil. Persaingan dalam dunia bisnis saat ini sangatlah ketat. Perusahaan untuk dapat bertahan hidup membutuhkan perhatian serius baik di tingkat operasional maupun administrasi. Perusahaan yang terdaftar tentunya kinerjanya akan menarik perhatian para investor atau calon investor dengan menanamkan modalnya melalui saham. Nilai perusahaan merupakan hal terpenting yang harus dicapai bisnis secara maksimal. Penilaian maksimal suatu perusahaan dilihat dari kelangsungan hidup perusahaan tersebut, maka nilai perusahaan dapat terjaga dengan baik (Guo & Xu, 2021). Menurut (Ananda, 2016), nilai perusahaan merupakan nilai pasar atau terkait dengan harga saham, surat berharga, modal, dan utang perusahaan. Ini berarti bahwa nilai bisnis adalah penilaian keseluruhan bisnis dalam kaitannya dengan persepsi investor terhadap harga saham, ekuitas, dan pendapatan yang diperoleh bisnis. Nilai perusahaan meningkat jika perusahaan dapat memaksimalkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham (Lusy, 2020). Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban etis suatu korporasi terhadap para pemangku kepentingan, termasuk masyarakat setempat tempat operasi didasarkan, seperti yang dijelaskan oleh (Hamdani, 2016). Akhirnya, suatu perusahaan akan dipandang negatif dan tidak akan mendapat dukungan masyarakat jika tidak bertanggung jawab pada pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan meliputi pekerja, konsumen, komunitas lokal/global, dan lingkungan. Menurut (Mardikanto, 2018), CSR merupakan sebuah konsep; tanggung jawab perusahaan telah berkembang melampaui fokus tradisional pada kinerja keuangan perusahaan sebagai satu-satunya indikator nilai. Harus berkisar pada tiga ide kunci: ada pertimbangan moneter, sosial, dan ekologi yang berperan. Versi pertama CSR, yang bersifat opsional, sekarang itu harus lebih dibutuhkan. CSR merupakan kewajiban moral dan sosial perusahaan ((Hamdani, 2016); (Mardikanto, 2018)). Sedikit penelitian yang secara khusus mengeksplorasi hubungan antara implementasi CSR dan dampaknya pada nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh pasar, terutama terkait indikator Tobin’s Q. Gap yang ingin digali adalah bagaimana CSR lebih kuat memengaruhi persepsi investor dan kinerja pasar. Nilai perusahaan sering diukur dari persepsi investor melalui harga saham dan elemen keuangan ((Lusy et al., 2020); (Ananda, 2016)), tetapi ada gap yang membahas bagaimana integrasi informasi nonkeuangan, seperti ESG, atau sustainability disclosure dalam laporan keuangan, dapat memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menambah perspektif baru terkait bagaimana informasi nonkeuangan memengaruhi keputusan investasi dan nilai perusahaan. Sekalipun profitabilitas dan likuiditas memang diakui sebagai faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan ((Sartono, 2014); (Husnan & Pudjiasuti, 2018)), tidak secara komprehensif mengaitkan dengan Tobin’s Q sebagai ukuran yang melihat potensi pengembangan masa depan perusahaan. Riset sebelumnya juga kurang memperhatikan bagaimana kombinasi likuiditas, profitabilitas, dan CSR bekerja sama untuk meningkatkan Tobin’s Q. Riset ini dapat meneliti lebih dalam bagaimana ketiga elemen tersebut berinteraksi dan memengaruhi Tobin’s Q. Potensi riset gap dalam mengeksplorasi Tobin’s Q dalam konteks keberlanjutan dan ESG performance juga masih terbatas. Penelitian ini menambahkan kebaruan dengan mengaitkan ESG disclosure dan Tobin’s Q sebagai indikator masa depan perusahaan. Current ratio adalah rasio yang mengukur seberapa baik aset lancar perusahaan dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban lancarnya (Husnan & Pudjiastuti, 2015). Alasan menggunakan current ratio adalah lebih relevan dan akurat karena datanya sudah tersedia sehingga mudah dipahami dan dihitung. Semakin

tinggi rasio ini semakin baik kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek (Sartono, 2014). Perusahaan dengan likuiditas tinggi akan menarik investor dan juga memengaruhi harga saham yang akan cenderung meningkat karena kebutuhan. Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja bisnis dinyatakan dengan laba yang dihasilkan oleh bisnis tersebut. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, hal itu menunjukkan perusahaan mampu melakukannya dengan baik, yang pada gilirannya dapat menimbulkan reaksi positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan yang menjalankan bisnis tersebut. Banyak faktor yang memengaruhi nilai suatu perusahaan, salah satunya profitabilitas. Seperti disebutkan sebelumnya, salah satu informasi terpenting bagi investor adalah profitabilitas. Kondisi yang menguntungkan juga merupakan bagian dari tujuan perusahaan. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau kerugian. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi dan sebaliknya. Nilai perusahaan sama dengan jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli yang tertarik untuk mendapatkannya (Husnan & Pudjiastuti, 2015). Semakin berharga suatu perusahaan, semakin baik pemegang sahamnya. Tobin’s Q dipilih sebagai nilai bisnis untuk analisis ini karena memberikan wawasan tentang potensi perusahaan untuk pengembangan pada masa depan sebagai hasil program investasi saat ini; nilai Tobin’s Q yang lebih tinggi menyiratkan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang lebih cerah (Vo & Nguyen, 2014). Berdasarkan pembahasan di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut: 1. Apakah corporate social responsibility berpengaruh pada nilai perusahaan? 2. Apakah current ratio berpengaruh pada nilai perusahaan? 3. Apakah profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan? 2. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS Teori Stakeholder Teori stakeholder menegaskan bahwa bisnis harus melayani kepentingan pemangku kepentingan bukan hanya kepentingan pemilik. Akibatnya, memiliki pelanggan yang puas dan pemangku kepentingan lainnya sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Saat membuat pilihan, manajemen harus memikirkan bagaimana tindakan tersebut akan memengaruhi pemangku kepentingan perusahaan. Menurut Rosiana et al. (2013), pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya memiliki hak atas tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak berhenti pada maksimalisasi keuntungan untuk kepentingan pemegang saham (stakeholders), Namun, secara lebih umum kemampuan perusahaan untuk menghasilkan manfaat kesejahteraan tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga kepentingan pemangku kepentingan, yang mencakup semua orang yang terkait atau memiliki klaim terhadap bisnis. Teori Sinyal Teori Sinyal memberikan penjelasan mengapa bisnis memberikan data keuangan kepada publik. Karena perusahaan mengetahui lebih banyak tentang perusahaan dan prospek masa depannya daripada pihak lain (investor, kreditur), perusahaan memiliki insentif untuk memberikan informasi ini. Ketika pemasok potensial tidak mengetahui banyak tentang bisnis, mereka harus bermain aman dengan memberikan biaya sederhana kepada perusahaan. Dengan mengurangi kesenjangan informasi, bisnis dapat meningkatkan nilainya. Informasi keuangan yang andal merupakan salah satu contoh sinyal eksternal yang dapat digunakan untuk mengurangi dampak asimetri informasi (Fasya, 2019). Prinsip "pensinyalan" menyarankan kepada perusahaan bagaimana mereka harus berkomunikasi dengan pembaca laporan keuangan mereka. Tindakan manajemen sesuai dengan persyaratan pemilik merupakan sinyal ini. Isyarat tersebut dapat berupa iklan atau data yang menunjukkan keunggulan perusahaan. Corporate Social Responsibility (CSR) Menurut (Mardikanto, 2018), CSR adalah suatu kewajiban bagi pengusaha untuk melaksanakan kebijakan, mengambil keputusan atau mengikuti setiap aturan yang selaras dengan tujuan dan

nilai-nilai yang diinginkan oleh masyarakat. Tanggung jawab sosial adalah pengakuan akan adanya hubungan antara bisnis dan masyarakat, dan pengakuan bahwa hubungan ini harus selalu diingat oleh para pemimpin bisnis dalam mencapai tujuan. Menurut (Said, 2018), CSR adalah inisiatif perusahaan untuk meningkatkan profil publiknya dengan mendukung komunitas baik di dalam maupun di luar korporasi. Korporasi menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan dengan terlibat dalam proyek eksternal melalui kemitraan yang melibatkan semua pihak terkait. Meskipun secara internal mampu berproduksi secara efektif, memaksimalkan keuntungan dan kesejahteraan karyawan tetap menjadi tantangan. Menurut (Gunartin, 2017), CSR secara umum dipahami sebagai cara perusahaan mencapai keseimbangan atau integrasi masalah ekonomi, lingkungan atau sosial, sekaligus mampu memenuhi harapan pemegang saham dan pihak terkait. Current Ratio Current ratio (rasio lancar) adalah ukuran sejauh mana aset jangka pendek dapat menutupi kewajiban jangka pendek. Salah satu rasio likuiditas paling populer, rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendek saat jatuh tempo. Rasio lancar sering digunakan untuk mengevaluasi likuiditas dan kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban utang jangka pendek (Weygandt et al., 2013). Jika memiliki rasio lancar yang tinggi, itu berarti sebuah perusahaan pandai mengelola modal kerjanya untuk membayar tagihan secara tepat waktu. Semakin tinggi rasio lancar, semakin baik memberikan gambaran yang baik tentang keamanan kreditur jangka pendek, yang berarti perusahaan memiliki kemampuan memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek mereka. Aset lancar merupakan kas dan aset lain yang secara wajar dapat direalisasikan dalam bentuk tunai, dijual, atau digunakan dalam satu tahun (atau dalam siklus operasi normal bisnis jika lebih lama, lebih dari satu tahun) (Kasmir, 2018). Aset lancar termasuk kas, surat berharga yang dapat dinegosiasikan atau surat berharga dengan jatuh tempo lebih pendek daripada tahun fiskal berikutnya, piutang, persediaan, dan biaya dibayar di muka. Current liabilities adalah kewajiban yang diharapkan akan dilunasi dalam waktu yang relatif singkat, biasanya satu tahun (Husnan & Pudjiastuti, 2015). Profitabilitas Profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerja. Selain itu, profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan berbagi keuntungan yang lebih besar dengan investor (Suwardika & Mustanda, 2017). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas menjadi variabel independen sebagai net profit margin. Margin laba bersih (net profit margin) digunakan untuk menentukan persentase laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi pajak. Nilai Perusahaan Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor tentang seberapa sukses sebuah perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham. Ketika harga saham tinggi, begitu juga nilai perusahaan. Ketika pasar memberi nilai tinggi pada suatu perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa investor yakin akan potensinya saat ini dan pada masa depan. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pilihan keuangan, kebijakan dividen, pilihan investasi, pengembangan perusahaan, dan ukuran perusahaan signifikan menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah elemen yang tidak memiliki hubungan yang konsisten (Stacia & Juniarti, 2015). Model Konseptual Gambar 1.1 di bawah ini menjelaskan pengaruh CSR, current ratio, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Corporate Social Responsibility (X1) Currernt Ratio (X2) Profitabilitas (X3) Nilai Perusahaan (Y) Gambar 1.1 Model Konseptual Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan CSR dapat meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan citra perusahaan, dan memberikan peluang penghargaan (Mardikanto, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Akisik & Gal, 2017) pada perusahaan di

Amerika Utara menggunakan GRI (Global Reporting Initiative) dan pengamatan tahun 2006 hingga 2016 menunjukkan bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap kinerja perusahaan, yang diukur memakai Tobin's Q. H1: CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengaruh Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan Current ratio adalah rasio yang biasa digunakan untuk mengukur kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (solvabilitas jangka pendek) yang akan jatuh tempo dalam waktu satu tahun. Menurut (Annisa & Chabachib, 2020), tingkat current ratio yang tinggi mencerminkan likuiditas. Peningkatan kepercayaan investor dan, selanjutnya, nilai pasar suatu perusahaan, terjadi ketika perusahaan tersebut sangat likuid. H2: Current ratio berpengaruh pada nilai perusahaan. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerja. Selain itu, profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan berbagi keuntungan yang lebih besar dengan investor (Suwardika & Mustanda, 2017). Investor akan lebih tertarik pada perusahaan jika memiliki tingkat pengembalian yang tinggi atas uang mereka. H3: Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan 3. METODE PENELITIAN Populasi dan Sampel Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut. 1. Perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). 2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). 3. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi memiliki data lengkap untuk menghitung variabel-variabel dalam penelitian pada tahun 2019-2020. Total sampel penelitian (30 x 2 tahun). Definisi Operasional Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) Pengungkapan CSR adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang dicantumkan dalam laporan tahunan. Hal ini juga sebagai sarana untuk bertukar informasi antara pimpinan dan pemangku kepentingan tentang bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan yang telah dilaksanakan. Pengungkapan CSR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut: Current Ratio Current ratio adalah rasio yang menunjukkan bagaimana kewajiban lancar ditutupi oleh aset yang akan dikonversi menjadi uang tunai dalam waktu dekat. Menurut (Kasmir, 2018), cara untuk mengukur rasio ini adalah sebagai berikut: Profitabilitas Profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerjanya. Menurut (Kasmir, 2018), profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus Nilai Perusahaan Nilai perusahaan menurut (Husnan & Pudjiastuti, 2015) adalah harga yang bersedia dibayar calon pembeli jika bisnis tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan Tobin's Q, dengan rumus . Corporate Social Responsibility Current Ratio Profitabilitas Tobin's Q Valid N (listwise) 4. HASIL DAN PEMBAHASAN Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif Descriptive Statistics N Minimum Maximum 60 .00 .90 60 60 60 60 .41 .00 .18 13.27 .94 15.19 Sumber: Olahan penulis Mean .4280 2.6492 .1115 1.9588 Standard Deviation .33497 2.48794 .16259 2.43198 Jumlah data yang digunakan (N) untuk semua variabel adalah 60 data yang valid. Nilai minimum atau terkecil dari variabel CSR pada perhitungan analisis statistik deskriptif dengan nilai 0.00. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.90. Nilai rata-rata atau diakumulasikan kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 0.4280 dengan standar deviasi 0.33497. Nilai minimum atau terkecil dari variabel current ratio pada perhitungan analisis statistik deskriptif dengan nilai 0.41. Nilai maksimum atau tertinggi dari

perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 13. Nilai rata-rata atau diakumulasikan, kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 2.6492 dengan standar deviasi 2.48794. Nilai minimum atau terkecil dari variabel profitabilitas pada perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.00. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.94. Nilai rata-rata atau diakumulasikan, kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 0.1115 dengan standar deviasi 0.16259. Nilai minimum atau terkecil dari variabel Tobin's Q pada perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.18. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 15.19. Nilai rata-rata atau diakumulasikan, kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 1.9588 dengan standar deviasi 2.43198. Tabel 4.2 Uji Kelayakan Model ANOVAa Model Sum of Squares df Mean Square F 1 Regression 867.989 Residual 21465.295 Total 22333.284 3 3836 3839 289.330 5.596 51.705 a. Dependent Variable: Tobin's Q b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Current Ratio, Corporate Social Responsibility Sig. .000b Sumber: Olahan penulis Tabel 1.2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 < 0,05 atau nilai signifikansinya dapat dikatakan lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa penelitian ini layak. Tabel 4.3 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardized Residual N Normal Parametersa,b Mean Std. Deviation 60 .0000000 .90012640 Most Extreme Differences Absolute Positive Negative .054 .054 -.036 Test Statistic Asymp. Sig. (2-tailed) .054 .200c,d Sumber: Olahan penulis Menurut (Ghozali, 2016), Tabel 4.3 menampilkan hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov yang menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal sesuai dengan asumsi klasik. Nilai z Kolmogrov-Smirnov adalah 0,054, dan nilai signifikansinya 0,200. Menurut uji normalitas, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 atau 5, data dianggap normal. Tabel 4.4 Uji Multikolonieritas Variabel Tolerance VIF Corporate Social Responsibility .990 1.010 Current Ratio .969 1.033 Profitabilitas .966 1.036 a. Dependent Variable: Tobin's Q Sumber: Olahan penulis Tabel 4.4 menunjukkan bahwa CSR memiliki nilai tolerance sebesar 0.990 dan VIF sebesar 1.010. Current ratio memiliki nilai tolerance sebesar 0.969 dan VIF sebesar 1.033. Profitabilitas memiliki nilai tolerance sebesar 0,966 dan VIF sebesar 1,036. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa keempat variabel bebas tidak terjadi permasalahan pada multikolinearitas. Tabel 4.5 Uji Autokorelasi Model Summaryb Model R R Square Adjusted R Square Std. Error of the Estimate Durbin-Watson 1 .484a .235 .146 .73941 1.817 Sumber: Olahan penulis Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil pengujian autokorelasi metode Durbin- Watson menunjukkan nilai sebesar 1.817 dengan du sebesar 1.688 diperoleh dari K = 3 dengan N = 60 dari tabel Durbin-Watson, maka 1.688 < 1.817 < (4 – 1.688) sehingga tidak terjadi permasalahan pada autokorelasi. Tabel 4.6 tidak ada bukti heteroskedastisitas, atau kesulitan antara variabel terikat dan variabel bebas, karena titik data grafik scatterplot tersebar di atas dan di bawah atau sekitar 0. Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas Sumber: Olahan penulis Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda Coefficientsa Unstandardized Model Coefficients B Std. Error Standardized Coefficients Beta t Sig. (Constant) Corporate Social Responsibility Current Ratio Profitabilitas a. Dependent Variable: Tobin's Q 1.493 .074 1.460 .117 -.040 .016 -.478 .238 20.111 .000 .201 12.429 .000 -.041 -2.537 .011 -.032 -2.006 .045 Sumber: Olahan penulis Berdasarkan data pada Tabel 4.7, disusun persamaan sebagai berikut: Y = 1.493 + 1.460 X1 – 0.040 X2 – 0.478 X3 + e Arti koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut: a. Konstanta sebesar 1.493 satuan menyatakan bahwa besaran nilai dari CSR, current ratio, dan profitabilitas, maka CSR sebesar 1.493. b. Koefisien regresi CSR X1 adalah 1.460 satuan, artinya akan terjadi meningkatkan sebesar 1.460 unit untuk setiap CSR satu unit akan naik sebesar 1.460. c. Koefisien regresi X2 current ratio adalah -0.040 satuan, artinya current ratio menurun sebesar -0.040. d. Koefisien regresi X3 profitabilitas sebesar

-0.478 satuan, profitabilitas akan menurun sebesar -0.478. Tabel 4.8 Uji Hipotesis Variabel t Sig. (Constant) Corporate Social Responsibility Current Ratio 20.111 12.429 -2.537 .000 .000 .011 Profitabilitas -2.006 .045 Sumber: Olahan penulis Variabel X1, yaitu CSR, memiliki nilai signifikan 0.000 < 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Variabel X2, yaitu current ratio, memiliki nilai signifikan 0.011 < 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel current ratio berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Variabel X3, yaitu profitabilitas, memiliki nilai signifikan 0.045 < 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Tabel 4.9 Koefisien Determinasi Model Summary Model R R Square Adjusted R Std. Error of Square the Estimate 1 .197a .390 .035 2.36553 Sumber: Olahan penulis Pembahasan CSR terhadap Nilai Perusahaan Variabel X1, yaitu CSR, memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Artinya, kurang dari dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh dengan arah positif pada nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan Tobin's Q. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Susila & Prena, 2019) bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR akan ditangkap sebagai sinyal positif bagi investor dan calon investor (Lusy et al., 2020). Tanggung jawab CSR makin memegang peran penting terhadap daya saing perusahaan yang beroperasi pada baik industri manufaktur maupun jasa (Saha et al., 2020); (Khan et al., 2018); (Azhar et al., 2022); (Luque & Herrero-García, 2019); (Luu et al., 2019); (Yoon & Chung, 2018). Semakin banyak pengungkapan CSR suatu perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, karena ketika melaksanakan CSR, perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat dan investor sehingga membawa nilai tambah bagi perusahaan. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaan (Ghaderi et al., 2019); (Lee et al., 2018); (Kim et al., 2017). Perusahaan dikatakan memiliki citra baik di mata masyarakat karena sering mengadakan kegiatan CSR, seperti mengadakan program vaksinasi gratis untuk masyarakat, memberikan bantuan berupa dana sosial, seperti meringankan beban biaya rumah sakit, dan membangun fasilitas umum, seperti membangun jembatan yang berguna untuk mempercepat akses transportasi darat. Investor juga merasakan bahwa perusahaan memiliki citra yang baik dengan cara melihat profil perusahaan, yang dinamakan komitmen strategis (Gupta et al., 2017). Perusahaan yang menerapkan praktik CSR dapat meningkatkan reputasi dan kinerja organisasinya (Soundararajan et al., 2018) serta meminimalkan potensi konflik dengan stakeholder (Tetrault Sirsly & Lvina, 2019). Kesulitan penerapan CSR adalah mengimplementasikan praktik CSR yang selaras dengan budaya organisasi (Jamali & Karam, 2018). Tanggung jawab CSR juga berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan dengan mengembangkan citra positif di antara stakeholder (Ali et al., 2020); (Martinez-Conesa et al., 2017). Ada yang berpendapat bahwa CSR tidak efektif di perusahaan-perusahaan kecil dan muda karena keterbatasan sumber daya keuangan, pengalaman, reputasinya (D'Amato & Falivena, 2020). CSR dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Kuzey et al., 2021) serta menyajikan pedoman yang lebih baik dengan memakai pengukuran kinerja perusahaan (Martinez- Conesa et al., 2017). CSR mempunyai tingkat signifikansi yang sangat kuat terhadap nilai perusahaan dibandingkan current ratio dan profitabilitas karena CSR tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, tetapi juga membentuk persepsi positif investor mengenai reputasi dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan CSR secara konsisten akan dilihat sebagai perusahaan yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan etika, yang sangat penting bagi investor yang peduli terhadap keberlanjutan dan reputasi jangka panjang ((Susila & Prena, 2019); (Lusy et al., 2020)). CSR memberikan nilai tambah yang signifikan karena memperkuat daya saing jangka panjang ((Khan et al.,

2018); (Saha et al., 2020). Pengungkapan CSR yang lebih luas berdampak pada peningkatan reputasi, yang akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan melalui Tobin's Q ((Azhar et al., 2022); (Luque & Herrero-García, 2019)). Current Ratio terhadap Nilai Perusahaan Variabel X2, yaitu current ratio, memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.011. Artinya, hasil tersebut menunjukkan bahwa current ratio berpengaruh pada nilai perusahaan dengan arah negatif. Hasil ini didukung oleh penelitian (Devina & Purnama, 2022), yang menemukan bahwa current ratio berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan kurang baik karena dapat membuktikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan kurang maksimal yang dapat dibuktikan dengan sedikitnya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sehingga informasi laporan keuangan kurang bernilai bagi investor untuk menilai posisi keuangan dan hasil usaha serta operasi perusahaan sebagai pedoman masa depan. Current ratio yang terlalu tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai aset lancar yang berlebihan dibandingkan kewajiban jangka pendek. Kelebihan aset lancar yang tidak digunakan untuk kegiatan produktif atau investasi jangka panjang dapat dilihat investor sebagai inefisiensi manajemen dalam mengalokasikan dana. Ketika perusahaan tidak memakai aset lancar untuk pertumbuhan berkelanjutan, hal itu tidak memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan ((Salainti, 2020); (Annisa & Chabachib, 2020)). Investor lebih suka perusahaan memakai asetnya secara efisien untuk menghasilkan ROI yang lebih tinggi. Ketika current ratio terlalu tinggi, investor menafsirkan bahwa perusahaan mempunyai kebijakan pengelolaan aset yang konservatif yang dapat mengakibatkan penurunan harga saham, yang berakibat penurunan nilai perusahaan (Adawiyah & Setiyawati, 2019). Investor juga melihat hal itu sebagai tanda bahwa manajemen tidak cukup agresif dalam mengembangkan bisnis, seperti melakukan investasi produktif yang dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Akibatnya, investor kehilangan kepercayaan pada prospek perusahaan pada masa depan, sehingga harga saham menurun, yang mencerminkan penurunan nilai perusahaan (Annisa & Chabachib, 2020). Ketika perusahan tidak memanfaatkan aset lancar dengan baik untuk pertumbuhannya, nilai Tobin's Q cenderung menurun (Vo & Nguyen, 2014). Ketika dana tidak dialokasikan berkelanjutan, current ratio akan bernilai tinggi, dan itu tidak berdampak pada nilai perusahaan (Annisa & Chabachib, 2020); (Salainti, 2020). Rasio lancar yang lebih tinggi menunjukkan bahwa likuiditas perusahaan terjamin, tetapi berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan penyelesaian dana dalam bentuk aset lancar dan fundamental bagi para investor. Penurunan ini berarti tingkat pengembalian saham juga akan menurun (Adawiyah & Setiyawati, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan perbandingan terbalik bahwa current ratio yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan yang menurun. Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Variabel X3, yaitu profitabilitas, memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,045. Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan dengan arah negatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Supia et al., 2021), bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Pemegang saham lebih tertarik pada potensi pertumbuhan masa depan dan prospek pengembalian investasi jangka panjang, yang tidak selalu tercermin pada laba akuntansi (Supia et al., 2021). Hasil penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh negatif lebih disebabkan oleh pandangan pemegang saham tentang kesejahteraan yang akan diperoleh dari hasil investasinya. Pemegang saham mempersepsikan bahwa kesejahteraan yang ingin dicapai berdasarkan harga saham, bukan laporan laba akuntansi. Kinerja manajemen yang tidak mempunyai kemampuan memakai aset yang dimiliki menyebabkan pendapatan bersih kecil. Meskipun perusahaan memiliki profitabilitas tinggi, jika tidak menggunakan asetnya secara efisien untuk menciptakan pendapatan bersih yang signifikan, laba yang dilaporkan tidak mencerminkan ukuran atau kekuatan yang sebenarnya

dari perusahaan. Investor melihat perusahaan tersebut sebagai entitas yang kurang memiliki potensi pertumbuhan jangka panjang (Sondakh, 2019). Keuntungan yang dimiliki perusahaan tidak dapat mencerminkan besar perusahaan (Sondakh, 2019). Profitabilitas yang tinggi terkadang menyebabkan overconfidence dari manajemen atau investor. Manajemen yang percaya diri dengan profitabilitas perusahaan memilih menahan laba daripada mengalokasikannya ke dalam proyek- proyek baru atau pembayaran dividen yang lebih besar. Akibatnya, investor melihat perusahaan sebagai entitas kurang agresif dalam mengembangkan bisnisnya atau kurang menghargai kesejahteraan pemegang saham melalui pembagian keuntungan, yang akhirnya berdampak negatif pada nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017). Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi profitabilitas semata, tetapi juga oleh prospek pertumbuhan (Suwardika & Mustanda, 2017). Profitabilitas tidak selalu diterjemahkan menjadi peningkatan nilai perusahaan jika pemanfaatan laba tidak sesuai dengan harapan pemegang saham (Adawiyah & Setiyawati, 2019). Hermuningsih (2013) menemukan korelasi yang kuat antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Temuan mereka bertentangan dengan temuan ini. Ketika sebuah perusahaan go public, tujuan utamanya memaksimalkan kekayaan pemilik atau pemegang sahamnya. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerjanya. Selain itu, profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan berbagi keuntungan yang lebih besar dengan investor (Suwardika & Mustanda, 2017). 5. SIMPULAN DAN SARAN Simpulan Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, disimpulkan sebagai berikut. Pertama, CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penyebab CSR berpengaruh positif karena perusahaan mengungkapkan CSR dengan baik sehingga memiliki citra yang baik di mata masyarakat dan investor dalam pelaksanaan CSR, dan nilai tambah bagi perusahaan semakin meningkat. Kedua, current ratio berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Penyebab current ratio berpengaruh negatif pada nilai perusahaan karena kinerja perusahaan kurang baik karena dapat membuktikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan kurang maksimal, yang dapat dibuktikan dengan adanya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sedikit, sehingga informasi laporan keuangan kurang bernilai bagi investor untuk menilai posisi keuangan dan hasil usaha serta operasi perusahaan sebagai pedoman masa depan. Ketiga, profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Penyebab profitabilitas berpengaruh negatif pada nilai perusahaan karena pandangan pemegang saham tentang kesejahteraan yang akan diperoleh dari hasil investasinya. Pemegang saham mempersepsikan bahwa kesejahteraan yang ingin dicapai berdasarkan harga saham, bukan laporan laba akuntansi. Saran Pertama, bagi perusahaan, kajian ini memberikan informasi berharga yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan kebijakan dan panduan untuk menentukan cara terbaik dalam menerapkan prinsip-prinsip inti perusahaan. Kedua, bagi investor, penelitian ini dapat membantu meningkatkan perannya dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi. Ketiga, peneliti selanjutnya dapat menambahkan rentang periode penelitian agar menyempurnakan hasil uji yang lebih baik. DAFTAR RUJUKAN Adawiyah, N. R., & Setiyawati, H. (2019). The Effect of Current Ratio, Return on Equity, and Firm Size on Stock Return (Study of Manufacturing Sector Food and Baverage in Indonesia Stock Exchange). Scholars Bulletin, 05(09), 513– 520. https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.004 Akisik, O., & Gal, G. (2017). The Impact of Corporate Social Responsibility and Internal Controls on Stakeholders' View of the Firm And Financial Performance. Sustainability Accounting, Management and Policy Journal, 8(3), 246–280. https://doi.org/10.1108/SAMPJ-06-2015-0044 Ali, H. Y., Danish, R. Q., & Asrar-ul-Haq, M. (2020). How Corporate Social Responsibility Boosts Firm Financial Performance: The Mediating Role of Corporate Image and

Customer Satisfaction. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27(1), 166–177. https://doi.org/10.1002/csr.1781 Ananda, N. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Property, Real Estate & Building Construction di BEI Periode 2011 – 2014. Jmm Unram - Master of Management Journal, 5(4), 1–18. https://doi.org/10.29303/jmm.v5i4.3 Annisa, R., & Chabachib, M. (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER), Return on Assets (ROA) terhadap Price to Book Value (PBV), dengan Dividend Payout Ratio sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Manufaktur yang Terdaftar di BEI). Diponegoro Journal of Management, 6(1), 188–202. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17551 Azhar, S., Seftiansyah, M. D., Agung, T., & Sugito, P. (2022). Analisis Penerapan Tax Planning dengan Menggunakan Metode Gross Up sebagai Efisiensi Pajak Penghasilan Badan pada Koperasi Pegawai Telkom. 4(6), 2130–2136. D'Amato, A., & Falivena, C. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: Do Firm Size and Age Matter? Empirical Evidence from European Listed Companies. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27(2), 909–924. https://doi.org/10.1002/csr.1855 Devina, M. S., & Purnama, M. (2022). Analisis Pengaruh Current Ratio, Return on Asset, Debt Ratio, dan Inventory Turnover terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020. NIKAMABI : Jurnal Ekonomi & Bisnis, 1(2), 1–6. Fasya, A. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, dan Keuangan Publik, 13(2), 145–162. https://doi.org/10.25105/jipak.v13i2.5012 Ghaderi, Z., Mirzapour, M., Henderson, J. C., & Richardson, S. (2019). Corporate Social Responsibility and Hotel Performance: A View from Tehran, Iran. Tourism Management Perspectives, 29(May 2018), 41–47. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.007 Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Gunartin. (2017). Analisis Perkembangan Forum Corporate Social Responsibility di Jawa Timur. EDUKA: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis, 2(1), 49– 59. http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Eduka/article/view/3755/2888 Guo, L., & Xu, L. (2021). The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: Evidence from China's Manufacturing Sector. Sustainability (Switzerland), 13(22), 1–18. https://doi.org/10.3390/su132212844 Gupta, A., Briscoe, F., & Hambrick, D. C. (2017). Red, Blue, and Purple Firms: Organizational Political Ideology and Corporate Social Responsibility. In Strategic Management Journal (Vol. 38, Issue 5). https://doi.org/10.1002/smj.2550 Hamdani. (2016). Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis (Pertama). Mitra Wacana Media. Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2015). Dasar-dasar Manajemen Keuangan (Ketujuh). Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN). Husnan, S., & Pudjiasuti, E. (2018). Dasar-dasar Manajemen Keuangan (Ketujuh). Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN). Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study. International Journal of Management Reviews, 20(1), 32–61. https://doi.org/10.1111/ijmr.12112 Kasmir. (2018). Analisis Laporan Keuangan (Kasmir (ed.); 11th ed.). Raja Grafindo Persada. Khan, H. ur R., Ali, M., Olya, H. G. T., Zulqarnain, M., & Khan, Z. R. (2018). Transformational Leadership, Corporate Social Responsibility, Organizational Innovation, and Organizational Performance: Symmetrical and Asymmetrical Analytical Approaches. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 25(6), 1270–1283. https://doi.org/10.1002/csr.1637 Kim, J. (Sunny), Song, H. J., Lee, C. K., & Lee, J. Y. (2017). The Impact of Four CSR Dimensions on a Gaming

Company’s Image and Customers’ Revisit Intentions. International Journal of Hospitality Management, 61, 73–81. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.11.005 Kuzey, C., Uyar, A., Nizaeva, M., & Karaman, A. S. (2021). CSR Performance and Firm Performance in the Tourism, Healthcare, and Financial Sectors: Do Metrics and CSR Committees Matter? Journal of Cleaner Production, 319(July), 128802. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128802 Lee, C. K., (Sunny) Kim, J., & Kim, J. S. (2018). Impact of a Gaming Company’s CSR on Residents’ Perceived Benefits, Quality of Life, and Support. Tourism Management, 64, 281–290. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.002 Luque, A., & Herrero-García, N. (2019). How Corporate Social (ir)Responsibility in the Textile Sector is Defined, and Its Impact on Ethical Sustainability: An Analysis of 133 Concepts. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 26(6), 1285–1306. https://doi.org/10.1002/csr.1747 Lusy. (2020). Pengaruh Good Corporate Governance, Intellectual Capital, dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. Doktoral Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya. Lusy, Budiyanto, & Riduwan, A. (2020). Financial Performance and Value of SOEs: Seen from Good Corporate Governance, Intellectual Capital, and Corporate Social Responsibility. International Journal of Economics and Management Studies, 7(1), 9–17. https://doi.org/10.14445/23939125/ijems- v7i1p102 Luu, T., Viet, L., Masli, E., & Rajendran, D. (2019). Corporate Social Responsibility, Ambidextrous Leadership, and Service Excellence. Marketing Intelligence and Planning, 37(5), 580–594. https://doi.org/10.1108/MIP-05-2018-0157 Mardikanto, T. (2018). CSR Corporate Social Responsibility, Tanggung Jawab Sosial Korporasi. Alfabeta. Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate Social Responsibility and Its Effect on Innovation and Firm Performance: An Empirical Research in SMEs. Journal of Cleaner Production, 142, 2374– 2383. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.038 Saha, R., Shashi, Cerchione, R., Singh, R., & Dahiya, R. (2020). Effect of Ethical Leadership and Corporate Social Responsibility on Firm Performance: A Systematic Review. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 27(2), 409–429. https://doi.org/10.1002/csr.1824 Said, L. (2018). Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance (Pertama). Deepublish. Salainti, M. L. I. (2020). Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover dan Debt to Equity Ratio dan Return on Asset terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 8(10), 1–23. Sartono, A. (2014). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi, Cetakan keempat. BPFE. Sondakh, R. (2019). The Effect of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size on Firm Value in Financial Service Sector Industries Listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period. Accountability, 8(2), 91. https://doi.org/10.32400/ja.24760.8.2.2019.91-101 Soundararajan, V., Jamali, D., & Spence, L. J. (2018). Small Business Social Responsibility: A Critical Multilevel Review, Synthesis and Research Agenda. International Journal of Management Reviews, 20(4), 934–956. https://doi.org/10.1111/ijmr.12171 Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. Bussiness Accounting Review, 3(1), 81–90. Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D (Kedua). Alfabeta. Supia, M., Aprilia, S., Sembiring, N., Sekali, L., & Aruan, D. (2021). Pengaruh Current Ratio, Intensitas Modal, dan Net Profit Margin terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi, 5(2), 499–515. Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK), 6(1), 80. https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941 Suwardika, I. N., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan

Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. E-Jurnal Manajemen Unud, 6(3), 1248–1277. Tetrault Sirsly, C. A., & Lvina, E. (2019). From Doing Good to Looking Even Better: The Dynamics of CSR and Reputation. Business and Society, 58(6), 1234–1266. https://doi.org/10.1177/0007650315627996 Vo, D. H., & Nguyen, T. M. (2014). The Impact of Corporate Governance on Firm Performance: Empirical Study in Vietnam. International Journal of Economics and Finance, 6(6), 1–13. https://doi.org/10.5539/ijef.v6n6p1 Weygandt, J., Kimmel, P., & Kieso, D. (2013). Financial Accounting (Third). John Wiley. Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The Effects of Corporate Social Responsibility on Firm Performance: A Stakeholder Approach. Journal of Hospitality and Tourism Management, 37(November), 89–96. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.005 262 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 263 264 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 265 266 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 267 268 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 269 270 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 271 272 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 273 274 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 275 276 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 277 278 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 279 280 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 281 282 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 283 284 JURNAL AKUNTANSI [VOL.18, NO.2 OKTOBER: 261 – 285] PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN [JONATHAN DONNY FELIX & LUSY] 285

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

by Ukdc Perpustakaan 2

Submission date: 20-Jun-2025 11:13AM (UTC+0700)
Submission ID: 2702684023
File name: 6._4639-Feliks_261-285.pdf (439.78K)
Word count: 6480
Character count: 42098

JURNAL AKUNTANSI
Vol. 18 No. 2 Oktober 2024 : 261 – 285
Doi: https://doi.org/10.25170/jara.v18i2.4639

ISSN : 2580-9792 (Online)
ISSN : 1978-8029 (Print)

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, *CURRENT RATIO*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

THE INFLUENCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, CURRENT RATIO, AND PROFITABILITY ON COMPANY VALUE

Jonathan Donny Felix[*]
Lusy [†]

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate social responsibility, current ratio,* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode pada populasi. Penelitian ini biasa digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Populasi atau subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor industri barang konsumsi dengan total populasi sebanyak 60 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh. Data tersebut dianalisis melalui analisis statistik deskriptif, uji kelayakan model, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan koefisien determinasi. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah metode statistik uji t dengan *software* IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility, current rasio* dan profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan..

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Current Ratio*, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine and analyse the effect of corporate social responsibility, current ratio, and profitability on the value of manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2020. The research method used is quantitative method. Quantitative research methods can be interpreted as methods in the population. This research is usually used to examine certain populations or samples. Data collection using research instruments. The population or subject in this study are companies in the consumer goods industry sector with a total population of 60 companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The sampling technique used is saturated sampling. The data was analysed through descriptive statistical analysis, model

[*] Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Darma Cendika,Indonesia, *email:* *Jonathan.felix@student.ac.id*
[†] Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Darma Cendika, Indonesia, *email:* Margaretha.hulda@ukdc.ac.id
Penulis korespondensi: Lusy
Sitasi: Feliks & Lusy. (2024). Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Current Ratio,* dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, *18*(2), halaman.
Artikel masuk: 04 Agustus 2023; Artikel diterima: 21 Oktober 2024

feasibility test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and coefficient of determination. Hypothesis testing used is the t test statistical method with IBM SPSS 26 software. The results showed that corporate social responsibility, current ratio and profitability affect firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Current Ratio, Profitability, Firm Value*

1. PENDAHULUAN

Nilai sebuah perusahaan adalah persepsi investor dari para pemegang sahamnya. Harga saham merupakan indikator tepercaya dari nilai perusahaan (Lusy, 2020). Ketika harga saham naik, nilai perusahaan pun naik. Investor dapat memanfaatkan data harga saham untuk menginformasikan pilihan investasi. Namun, keputusan investasi yang hanya berfokus pada informasi keuangan dengan informasi tersebut disajikan dalam laporan keuangan tidak dapat menjamin keakuratan keputusan investasi yang diambil.

Persaingan dalam dunia bisnis saat ini sangatlah ketat. Perusahaan untuk dapat bertahan hidup membutuhkan perhatian serius baik di tingkat operasional maupun administrasi. Perusahaan yang terdaftar tentunya kinerjanya akan menarik perhatian para investor atau calon investor dengan menanamkan modalnya melalui saham. Nilai perusahaan merupakan hal terpenting yang harus dicapai bisnis secara maksimal. Penilaian maksimal suatu perusahaan dilihat dari kelangsungan hidup perusahaan tersebut, maka nilai perusahaan dapat terjaga dengan baik (Guo & Xu, 2021). Menurut (Ananda, 2016), nilai perusahaan merupakan nilai pasar atau terkait dengan harga saham, surat berharga, modal, dan utang perusahaan. Ini berarti bahwa nilai bisnis adalah penilaian keseluruhan bisnis dalam kaitannya dengan persepsi investor terhadap harga saham, ekuitas, dan pendapatan yang diperoleh bisnis. Nilai perusahaan meningkat jika perusahaan dapat memaksimalkan kesejahteraan dan kemakmuran pemegang saham (Lusy, 2020).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah kewajiban etis suatu korporasi terhadap para pemangku kepentingan, termasuk masyarakat setempat tempat operasi didasarkan, seperti yang dijelaskan oleh (Hamdani, 2016). Akhirnya, suatu perusahaan akan dipandang negatif dan tidak akan mendapat

dukungan masyarakat jika tidak bertanggung jawab pada pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan meliputi pekerja, konsumen, komunitas lokal/global, dan lingkungan. Menurut (Mardikanto, 2018), CSR merupakan sebuah konsep; tanggung jawab perusahaan telah berkembang melampaui fokus tradisional pada kinerja keuangan perusahaan sebagai satu-satunya indikator nilai. Harus berkisar pada tiga ide kunci: ada pertimbangan moneter, sosial, dan ekologi yang berperan. Versi pertama CSR, yang bersifat opsional, sekarang itu harus lebih dibutuhkan.

CSR merupakan kewajiban moral dan sosial perusahaan ((Hamdani, 2016); (Mardikanto, 2018)). Sedikit penelitian yang secara khusus mengeksplorasi hubungan antara implementasi CSR dan dampaknya pada nilai perusahaan yang diproyeksikan oleh pasar, terutama terkait indikator Tobin's Q. Gap yang ingin digali adalah bagaimana CSR lebih kuat memengaruhi persepsi investor dan kinerja pasar. Nilai perusahaan sering diukur dari persepsi investor melalui harga saham dan elemen keuangan ((Lusy et al., 2020); (Ananda, 2016)), tetapi ada gap yang membahas bagaimana integrasi informasi nonkeuangan, seperti ESG, atau *sustainability disclosure* dalam laporan keuangan, dapat memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian ini menambah perspektif baru terkait bagaimana informasi nonkeuangan memengaruhi keputusan investasi dan nilai perusahaan. Sekalipun profitabilitas dan likuiditas memang diakui sebagai faktor penting dalam menentukan nilai perusahaan ((Sartono, 2014); (Husnan & Pudjiasuti, 2018)), tidak secara komprehensif mengaitkan dengan Tobin's Q sebagai ukuran yang melihat potensi pengembangan masa depan perusahaan. Riset sebelumnya juga kurang memperhatikan bagaimana kombinasi likuiditas, profitabilitas, dan CSR bekerja sama untuk meningkatkan Tobin's Q. Riset ini dapat meneliti lebih dalam bagaimana ketiga elemen tersebut berinteraksi dan memengaruhi Tobin's Q. Potensi riset gap dalam mengeksplorasi Tobin's Q dalam konteks keberlanjutan dan ESG *performance* juga masih terbatas. Penelitian ini menambahkan kebaruan dengan mengaitkan ESG *disclosure* dan Tobin's Q sebagai indikator masa depan perusahaan.

Current ratio adalah rasio yang mengukur seberapa baik aset lancar perusahaan dapat digunakan untuk memenuhi kewajiban lancarnya (Husnan &

Pudjiastuti, 2015). Alasan menggunakan *current ratio* adalah lebih relevan dan akurat karena datanya sudah tersedia sehingga mudah dipahami dan dihitung. Semakin tinggi rasio ini semakin baik kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek (Sartono, 2014). Perusahaan dengan likuiditas tinggi akan menarik investor dan juga memengaruhi harga saham yang akan cenderung meningkat karena kebutuhan.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas yang dicapai perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja bisnis dinyatakan dengan laba yang dihasilkan oleh bisnis tersebut. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, hal itu menunjukkan perusahaan mampu melakukannya dengan baik, yang pada gilirannya dapat menimbulkan reaksi positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan yang menjalankan bisnis tersebut.

Banyak faktor yang memengaruhi nilai suatu perusahaan, salah satunya profitabilitas. Seperti disebutkan sebelumnya, salah satu informasi terpenting bagi investor adalah profitabilitas. Kondisi yang menguntungkan juga merupakan bagian dari tujuan perusahaan. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau kerugian. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi juga mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi dan sebaliknya.

Nilai perusahaan sama dengan jumlah uang yang bersedia dibayar oleh pembeli yang tertarik untuk mendapatkannya (Husnan & Pudjiastuti, 2015). Semakin berharga suatu perusahaan, semakin baik pemegang sahamnya. Tobin's Q dipilih sebagai nilai bisnis untuk analisis ini karena memberikan wawasan tentang potensi perusahaan untuk pengembangan pada masa depan sebagai hasil program investasi saat ini; nilai Tobin's Q yang lebih tinggi menyiratkan perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang lebih cerah (Vo & Nguyen, 2014).

Berdasarkan pembahasan di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan?

2. Apakah *current ratio* berpengaruh pada nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan?

2. TINJAUAN LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* menegaskan bahwa bisnis harus melayani kepentingan pemangku kepentingan bukan hanya kepentingan pemilik. Akibatnya, memiliki pelanggan yang puas dan pemangku kepentingan lainnya sangat penting untuk keberlangsungan bisnis. Saat membuat pilihan, manajemen harus memikirkan bagaimana tindakan tersebut akan memengaruhi pemangku kepentingan perusahaan. Menurut Rosiana *et al*. (2013), pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya memiliki hak atas tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak berhenti pada maksimalisasi keuntungan untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholders*), Namun, secara lebih umum kemampuan perusahaan untuk menghasilkan manfaat kesejahteraan tidak hanya untuk kepentingan pemegang saham, tetapi juga kepentingan pemangku kepentingan, yang mencakup semua orang yang terkait atau memiliki klaim terhadap bisnis.

Teori Sinyal

Teori Sinyal memberikan penjelasan mengapa bisnis memberikan data keuangan kepada publik. Karena perusahaan mengetahui lebih banyak tentang perusahaan dan prospek masa depannya daripada pihak lain (investor, kreditur), perusahaan memiliki insentif untuk memberikan informasi ini. Ketika pemasok potensial tidak mengetahui banyak tentang bisnis, mereka harus bermain aman dengan memberikan biaya sederhana kepada perusahaan. Dengan mengurangi kesenjangan informasi, bisnis dapat meningkatkan nilainya. Informasi keuangan yang andal merupakan salah satu contoh sinyal eksternal yang dapat digunakan untuk mengurangi dampak asimetri informasi (Fasya, 2019). Prinsip "pensinyalan" menyarankan kepada perusahaan bagaimana mereka harus berkomunikasi dengan pembaca laporan keuangan mereka. Tindakan manajemen

sesuai dengan persyaratan pemilik merupakan sinyal ini. Isyarat tersebut dapat berupa iklan atau data yang menunjukkan keunggulan perusahaan.

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut (Mardikanto, 2018), CSR adalah suatu kewajiban bagi pengusaha untuk melaksanakan kebijakan, mengambil keputusan atau mengikuti setiap aturan yang selaras dengan tujuan dan nilai-nilai yang diinginkan oleh masyarakat. Tanggung jawab sosial adalah pengakuan akan adanya hubungan antara bisnis dan masyarakat, dan pengakuan bahwa hubungan ini harus selalu diingat oleh para pemimpin bisnis dalam mencapai tujuan. Menurut (Said, 2018), CSR adalah inisiatif perusahaan untuk meningkatkan profil publiknya dengan mendukung komunitas baik di dalam maupun di luar korporasi.

Korporasi menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat dan lingkungan dengan terlibat dalam proyek eksternal melalui kemitraan yang melibatkan semua pihak terkait. Meskipun secara internal mampu berproduksi secara efektif, memaksimalkan keuntungan dan kesejahteraan karyawan tetap menjadi tantangan. Menurut (Gunartin, 2017), CSR secara umum dipahami sebagai cara perusahaan mencapai keseimbangan atau integrasi masalah ekonomi, lingkungan atau sosial, sekaligus mampu memenuhi harapan pemegang saham dan pihak terkait.

Current Ratio

Current ratio (rasio lancar) adalah ukuran sejauh mana aset jangka pendek dapat menutupi kewajiban jangka pendek. Salah satu rasio likuiditas paling populer, rasio lancar mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar utang jangka pendek saat jatuh tempo. Rasio lancar sering digunakan untuk mengevaluasi likuiditas dan kapasitas perusahaan untuk memenuhi kewajiban utang jangka pendek (Weygandt *et al*., 2013). Jika memiliki rasio lancar yang tinggi, itu berarti sebuah perusahaan pandai mengelola modal kerjanya untuk membayar tagihan secara tepat waktu. Semakin tinggi rasio lancar, semakin baik memberikan gambaran yang baik tentang keamanan kreditur jangka pendek, yang berarti perusahaan memiliki kemampuan memenuhi kewajiban keuangan jangka pendek

mereka. Aset lancar merupakan kas dan aset lain yang secara wajar dapat direalisasikan dalam bentuk tunai, dijual, atau digunakan dalam satu tahun (atau dalam siklus operasi normal bisnis jika lebih lama, lebih dari satu tahun) (Kasmir, 2018). Aset lancar termasuk kas, surat berharga yang dapat dinegosiasikan atau surat berharga dengan jatuh tempo lebih pendek daripada tahun fiskal berikutnya, piutang, persediaan, dan biaya dibayar di muka. *Current liabilities* adalah kewajiban yang diharapkan akan dilunasi dalam waktu yang relatif singkat, biasanya satu tahun (Husnan & Pudjiastuti, 2015).

Profitabilitas

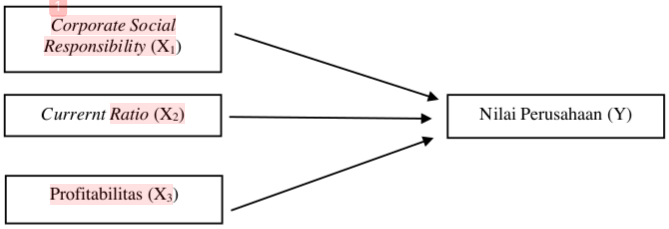
Profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerja. Selain itu, profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan berbagi keuntungan yang lebih besar dengan investor (Suwardika & Mustanda, 2017). Dalam penelitian ini rasio profitabilitas menjadi variabel independen sebagai *net profit margin*. Margin laba bersih (*net profit margin*) digunakan untuk menentukan persentase laba bersih yang diperoleh setelah dikurangi pajak.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai persepsi investor tentang seberapa sukses sebuah perusahaan dalam kaitannya dengan harga saham. Ketika harga saham tinggi, begitu juga nilai perusahaan. Ketika pasar memberi nilai tinggi pada suatu perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa investor yakin akan potensinya saat ini dan pada masa depan. Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa pilihan keuangan, kebijakan dividen, pilihan investasi, pengembangan perusahaan, dan ukuran perusahaan signifikan menentukan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh sejumlah elemen yang tidak memiliki hubungan yang konsisten (Stacia & Juniarti, 2015).

Model Konseptual

Gambar 1.1 di bawah ini menjelaskan pengaruh CSR, *current ratio*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020.



Gambar 1.1
Model Konseptual

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR dapat meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan citra perusahaan, dan memberikan peluang penghargaan (Mardikanto, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh (Akisik & Gal, 2017) pada perusahaan di Amerika Utara menggunakan GRI (*Global Reporting Initiative*) dan pengamatan tahun 2006 hingga 2016 menunjukkan bahwa pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan berdampak positif terhadap kinerja perusahaan, yang diukur memakai Tobin's Q.

H1: CSR berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pengaruh *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan

Current ratio adalah rasio yang biasa digunakan untuk mengukur kapasitas perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek (solvabilitas jangka pendek) yang akan jatuh tempo dalam waktu satu tahun. Menurut (Annisa & Chabachib, 2020), tingkat *current ratio* yang tinggi mencerminkan likuiditas. Peningkatan kepercayaan investor dan, selanjutnya, nilai pasar suatu perusahaan, terjadi ketika perusahaan tersebut sangat likuid.

H2: *Current ratio* berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerja. Selain itu, profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan berbagi keuntungan yang lebih besar dengan investor (Suwardika & Mustanda, 2017). Investor akan lebih tertarik pada perusahaan jika memiliki tingkat pengembalian yang tinggi atas uang mereka.

H3: Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria sebagai berikut.

1. Perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
2. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi memiliki data lengkap untuk menghitung variabel-variabel dalam penelitian pada tahun 2019-2020.

Total sampel penelitian (30 x 2 tahun).

Definisi Operasional Variabel

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pengungkapan CSR adalah informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang dicantumkan dalam laporan tahunan. Hal ini juga sebagai sarana untuk bertukar informasi antara pimpinan dan pemangku kepentingan tentang bentuk-bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan yang telah dilaksanakan. Pengungkapan CSR dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{CSR} = \frac{\text{Biaya Program Kemitraan}}{\text{Total Pendapatan}}$$

Current Ratio

Current ratio adalah rasio yang menunjukkan bagaimana kewajiban lancar ditutupi oleh aset yang akan dikonversi menjadi uang tunai dalam waktu dekat. Menurut (Kasmir, 2018), cara untuk mengukur rasio ini adalah sebagai berikut:

$$\textit{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Kewajiban Lancar}}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan hasil bersih dari berbagai kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerjanya. Menurut (Kasmir, 2018), profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan rumus

$$\textit{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan Bersih}} \text{x } 100\%$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut (Husnan & Pudjiastuti, 2015) adalah harga yang bersedia dibayar calon pembeli jika bisnis tersebut dijual. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan Tobin's Q, dengan rumus

$$\frac{(\text{Harga Saham x Saham Beredar}) + \text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standard Deviation
Corporate Social Responsibility	60	.00	.90	.4280	.33497
Current Ratio	60	.41	13.27	2.6492	2.48794
Profitabilitas	60	.00	.94	.1115	.16259
Tobin's Q	60	.18	15.19	1.9588	2.43198
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Olahan penulis

Jumlah data yang digunakan (N) untuk semua variabel adalah 60 data yang valid. Nilai minimum atau terkecil dari variabel CSR pada perhitungan analisis statistik deskriptif dengan nilai 0.00. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.90. Nilai rata-rata atau diakumulasikan kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 0.4280 dengan standar deviasi 0.33497.

Nilai minimum atau terkecil dari variabel *current ratio* pada perhitungan analisis statistik deskriptif dengan nilai 0.41. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 13. Nilai rata-rata atau diakumulasikan, kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 2.6492 dengan standar deviasi 2.48794.

Nilai minimum atau terkecil dari variabel profitabilitas pada perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.00. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.94. Nilai rata-rata atau diakumulasikan, kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 0.1115 dengan standar deviasi 0.16259.

Nilai minimum atau terkecil dari variabel Tobin’s Q pada perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 0.18. Nilai maksimum atau tertinggi dari perhitungan analisis statistik deskriptif adalah 15.19. Nilai rata-rata atau

diakumulasikan, kemudian dibagi dengan jumlah tahun dan menghasilkan nilai 1.9588 dengan standar deviasi 2.43198.

Tabel 4.2 Uji Kelayakan Model

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	867.989	3	289.330	51.705	.000[b]
	Residual	21465.295	3836	5.596		
	Total	22333.284	3839			

a. Dependent Variable: Tobin's Q

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Current Ratio, Corporate Social Responsibility

Sumber: Olahan penulis

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 < 0,05 atau nilai signifikansinya dapat dikatakan lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa penelitian ini layak.

Tabel 4.3 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90012640
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.054
	Negative	-.036
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Sumber: Olahan penulis

Menurut (Ghozali, 2016), Tabel 4.3 menampilkan hasil uji normalitas Kolmogrov-Smirnov yang menunjukkan bahwa residual berdistribusi normal sesuai dengan asumsi klasik. Nilai z Kolmogrov-Smirnov adalah 0,054, dan nilai signifikansinya 0,200. Menurut uji normalitas, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 atau 5, data dianggap normal.

Tabel 4.4 Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Corporate Social Responsibility	.990	1.010
Current Ratio	.969	1.033
Profitabilitas	.966	1.036
	a. Dependent Variable: Tobin's Q	

Sumber: Olahan penulis

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa CSR memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.990 dan VIF sebesar 1.010. *Current ratio* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0.969 dan VIF sebesar 1.033. Profitabilitas memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,966 dan VIF sebesar 1,036. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa keempat variabel bebas tidak terjadi permasalahan pada multikolinearitas.

Tabel 4.5 Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

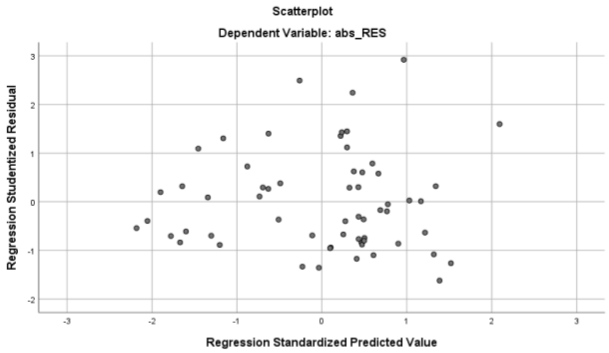
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.484[a]	.235	.146	.73941	1.817

Sumber: Olahan penulis

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa hasil pengujian autokorelasi metode Durbin-Watson menunjukkan nilai sebesar 1.817 dengan du sebesar 1.688 diperoleh dari K = 3 dengan N = 60 dari tabel Durbin-Watson, maka 1.688 < 1.817 < (4 – 1.688) sehingga tidak terjadi permasalahan pada autokorelasi.

Tabel 4.6 tidak ada bukti heteroskedastisitas, atau kesulitan antara variabel terikat dan variabel bebas, karena titik data grafik *scatterplot* tersebar di atas dan di bawah atau sekitar 0.

Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Olahan penulis

Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients[a] Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.493	.074		20.111	.000
Corporate Social Responsibility	1.460	.117	.201	12.429	.000
Current Ratio	-.040	.016	-.041	-2.537	.011
Profitabilitas	-.478	.238	-.032	-2.006	.045
a. Dependent Variable: Tobin's Q					

Sumber: Olahan penulis

Berdasarkan data pada Tabel 4.7, disusun persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.493 + 1.460\ X_1 - 0.040\ X_2 - 0.478\ X_3 + e$$

Arti koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 1.493 satuan menyatakan bahwa besaran nilai dari CSR, *current ratio*, dan profitabilitas, maka CSR sebesar 1.493.

b. Koefisien regresi CSR X1 adalah 1.460 satuan, artinya akan terjadi meningkatkan sebesar 1.460 unit untuk setiap CSR satu unit akan naik sebesar 1.460.

c. Koefisien regresi X2 current ratio adalah -0.040 satuan, artinya *current ratio* menurun sebesar -0.040.

d. Koefisien regresi X3 profitabilitas sebesar -0.478 satuan, profitabilitas akan menurun sebesar -0.478.

Tabel 4.8 Uji Hipotesis

Variabel	t	Sig.
(Constant)	20.111	.000
Corporate Social Responsibility	12.429	.000
Current Ratio	-2.537	.011
Profitabilitas	-2.006	.045

Sumber: Olahan penulis

Variabel X1, yaitu CSR, memiliki nilai signifikan 0.000 < 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel CSR berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Variabel X2, yaitu *current ratio,* memiliki nilai signifikan 0.011 < 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *current ratio* berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Variabel X3, yaitu profitabilitas, memiliki nilai signifikan 0.045 < 0.05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Tabel 4.9 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.197[a]	.390	.035	2.36553

Sumber: Olahan penulis

Pembahasan

CSR terhadap Nilai Perusahaan

Variabel X1, yaitu CSR, memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000. Artinya, kurang dari dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa CSR berpengaruh dengan arah positif pada nilai perusahaan yang diproyeksikan dengan Tobin's Q. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Susila & Prena, 2019) bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR akan ditangkap sebagai sinyal positif bagi investor dan calon investor (Lusy *et al*., 2020). Tanggung jawab CSR makin memegang peran penting terhadap daya saing perusahaan yang beroperasi pada baik industri manufaktur maupun jasa *(Saha et al*., 2020*)*; (Khan *et al*., 2018); (Azhar *et al*., 2022); (Luque & Herrero-García, 2019); (Luu *et al*., 2019); (Yoon & Chung, 2018). Semakin banyak pengungkapan CSR suatu perusahaan semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut, karena ketika melaksanakan CSR, perusahaan memiliki citra yang baik di mata masyarakat dan investor sehingga membawa nilai tambah bagi perusahaan. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan keuntungan dan nilai perusahaan (Ghaderi *et al*., 2019); (Lee *et al*., 2018); (Kim *et al*., 2017).

Perusahaan dikatakan memiliki citra baik di mata masyarakat karena sering mengadakan kegiatan CSR, seperti mengadakan program vaksinasi gratis untuk masyarakat, memberikan bantuan berupa dana sosial, seperti meringankan beban biaya rumah sakit, dan membangun fasilitas umum, seperti membangun jembatan yang berguna untuk mempercepat akses transportasi darat. Investor juga merasakan bahwa perusahaan memiliki citra yang baik dengan cara melihat profil perusahaan, yang dinamakan komitmen strategis (Gupta *et al*., 2017).

Perusahaan yang menerapkan praktik CSR dapat meningkatkan reputasi dan kinerja organisasinya (Soundararajan *et al*., 2018) serta meminimalkan potensi konflik dengan *stakeholder* (Tetrault Sirsly & Lvina, 2019). Kesulitan penerapan CSR adalah mengimplementasikan praktik CSR yang selaras dengan budaya organisasi (Jamali & Karam, 2018). Tanggung jawab CSR juga berpengaruh pada

kinerja keuangan perusahaan dengan mengembangkan citra positif di antara *stakeholder* (Ali *et al*., 2020); (Martinez-Conesa *et al*., 2017).

Ada yang berpendapat bahwa CSR tidak efektif di perusahaan-perusahaan kecil dan muda karena keterbatasan sumber daya keuangan, pengalaman, reputasinya (D'Amato & Falivena, 2020). CSR dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Kuzey *et al*., 2021) serta menyajikan pedoman yang lebih baik dengan memakai pengukuran kinerja perusahaan (Martinez-Conesa *et al*., 2017).

CSR mempunyai tingkat signifikansi yang sangat kuat terhadap nilai perusahaan dibandingkan *current ratio* dan profitabilitas karena CSR tidak hanya meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat, tetapi juga membentuk persepsi positif investor mengenai reputasi dan tanggung jawab sosial perusahaan. Perusahaan yang melaksanakan CSR secara konsisten akan dilihat sebagai perusahaan yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial dan etika, yang sangat penting bagi investor yang peduli terhadap keberlanjutan dan reputasi jangka panjang ((Susila & Prena, 2019); (Lusy *et al*., 2020)). CSR memberikan nilai tambah yang signifikan karena memperkuat daya saing jangka panjang ((Khan *et al*., 2018); (Saha *et al*., 2020). Pengungkapan CSR yang lebih luas berdampak pada peningkatan reputasi, yang akhirnya mendorong peningkatan nilai perusahaan melalui Tobin's Q ((Azhar *et al*., 2022); (Luque & Herrero-García, 2019)).

***Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan**

Variabel X2, yaitu *current ratio,* memiliki tingkat signifikansi sebesar 0.011. Artinya, hasil tersebut menunjukkan bahwa *current ratio* berpengaruh pada nilai perusahaan dengan arah negatif. Hasil ini didukung oleh penelitian (Devina & Purnama, 2022), yang menemukan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan kurang baik karena dapat membuktikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan kurang maksimal yang dapat dibuktikan dengan sedikitnya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sehingga informasi laporan

keuangan kurang bernilai bagi investor untuk menilai posisi keuangan dan hasil usaha serta operasi perusahaan sebagai pedoman masa depan.

Current ratio yang terlalu tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai aset lancar yang berlebihan dibandingkan kewajiban jangka pendek. Kelebihan aset lancar yang tidak digunakan untuk kegiatan produktif atau investasi jangka panjang dapat dilihat investor sebagai inefisiensi manajemen dalam mengalokasikan dana. Ketika perusahaan tidak memakai aset lancar untuk pertumbuhan berkelanjutan, hal itu tidak memberikan kontribusi positif terhadap nilai perusahaan ((Salainti, 2020); (Annisa & Chabachib, 2020)). Investor lebih suka perusahaan memakai asetnya secara efisien untuk menghasilkan ROI yang lebih tinggi.

Ketika *current ratio* terlalu tinggi, investor menafsirkan bahwa perusahaan mempunyai kebijakan pengelolaan aset yang konservatif yang dapat mengakibatkan penurunan harga saham, yang berakibat penurunan nilai perusahaan (Adawiyah & Setiyawati, 2019). Investor juga melihat hal itu sebagai tanda bahwa manajemen tidak cukup agresif dalam mengembangkan bisnis, seperti melakukan investasi produktif yang dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan. Akibatnya, investor kehilangan kepercayaan pada prospek perusahaan pada masa depan, sehingga harga saham menurun, yang mencerminkan penurunan nilai perusahaan (Annisa & Chabachib, 2020). Ketika perusahan tidak memanfaatkan aset lancar dengan baik untuk pertumbuhannya, nilai Tobin's Q cenderung menurun (Vo & Nguyen, 2014).

Ketika dana tidak dialokasikan berkelanjutan, *current ratio* akan bernilai tinggi, dan itu tidak berdampak pada nilai perusahaan (Annisa & Chabachib, 2020); (Salainti, 2020). Rasio lancar yang lebih tinggi menunjukkan bahwa likuiditas perusahaan terjamin, tetapi berdampak pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan penyelesaian dana dalam bentuk aset lancar dan fundamental bagi para investor. Penurunan ini berarti tingkat pengembalian saham juga akan menurun (Adawiyah & Setiyawati, 2019). Hasil penelitian ini menunjukkan perbandingan terbalik bahwa *current ratio* yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan yang menurun.

Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel X3, yaitu profitabilitas, memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,045. Hasil tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan dengan arah negatif. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Supia *et al*., 2021), bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Pemegang saham lebih tertarik pada potensi pertumbuhan masa depan dan prospek pengembalian investasi jangka panjang, yang tidak selalu tercermin pada laba akuntansi (Supia *et al*., 2021). Hasil penelitian ini menjelaskan adanya pengaruh negatif lebih disebabkan oleh pandangan pemegang saham tentang kesejahteraan yang akan diperoleh dari hasil investasinya. Pemegang saham mempersepsikan bahwa kesejahteraan yang ingin dicapai berdasarkan harga saham, bukan laporan laba akuntansi. Kinerja manajemen yang tidak mempunyai kemampuan memakai aset yang dimiliki menyebabkan pendapatan bersih kecil. Meskipun perusahaan memiliki profitabilitas tinggi, jika tidak menggunakan asetnya secara efisien untuk menciptakan pendapatan bersih yang signifikan, laba yang dilaporkan tidak mencerminkan ukuran atau kekuatan yang sebenarnya dari perusahaan. Investor melihat perusahaan tersebut sebagai entitas yang kurang memiliki potensi pertumbuhan jangka panjang (Sondakh, 2019). Keuntungan yang dimiliki perusahaan tidak dapat mencerminkan besar perusahaan (Sondakh, 2019).

Profitabilitas yang tinggi terkadang menyebabkan *overconfidence* dari manajemen atau investor. Manajemen yang percaya diri dengan profitabilitas perusahaan memilih menahan laba daripada mengalokasikannya ke dalam proyek-proyek baru atau pembayaran dividen yang lebih besar. Akibatnya, investor melihat perusahaan sebagai entitas kurang agresif dalam mengembangkan bisnisnya atau kurang menghargai kesejahteraan pemegang saham melalui pembagian keuntungan, yang akhirnya berdampak negatif pada nilai perusahaan (Suwardika & Mustanda, 2017).

Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi profitabilitas semata, tetapi juga oleh prospek pertumbuhan (Suwardika & Mustanda, 2017). Profitabilitas tidak

selalu diterjemahkan menjadi peningkatan nilai perusahaan jika pemanfaatan laba tidak sesuai dengan harapan pemegang saham (Adawiyah & Setiyawati, 2019).

Hermuningsih (2013) menemukan korelasi yang kuat antara profitabilitas dan nilai perusahaan. Temuan mereka bertentangan dengan temuan ini. Ketika sebuah perusahaan *go public*, tujuan utamanya memaksimalkan kekayaan pemilik atau pemegang sahamnya. Profitabilitas memainkan peran penting dalam semua aspek bisnis karena dapat menunjukkan efisiensi bisnis dan mencerminkan kinerjanya. Selain itu, profitabilitas juga menunjukkan bahwa perusahaan akan berbagi keuntungan yang lebih besar dengan investor (Suwardika & Mustanda, 2017).

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang dilakukan, disimpulkan sebagai berikut. *Pertama,* CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Penyebab CSR berpengaruh positif karena perusahaan mengungkapkan CSR dengan baik sehingga memiliki citra yang baik di mata masyarakat dan investor dalam pelaksanaan CSR, dan nilai tambah bagi perusahaan semakin meningkat.

Kedua, current ratio berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Penyebab *current ratio* berpengaruh negatif pada nilai perusahaan karena kinerja perusahaan kurang baik karena dapat membuktikan kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan kurang maksimal, yang dapat dibuktikan dengan adanya aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sedikit, sehingga informasi laporan keuangan kurang bernilai bagi investor untuk menilai posisi keuangan dan hasil usaha serta operasi perusahaan sebagai pedoman masa depan.

Ketiga, profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Penyebab profitabilitas berpengaruh negatif pada nilai perusahaan karena pandangan pemegang saham tentang kesejahteraan yang akan diperoleh

dari hasil investasinya. Pemegang saham mempersepsikan bahwa kesejahteraan yang ingin dicapai berdasarkan harga saham, bukan laporan laba akuntansi.

Saran

Pertama, bagi perusahaan, kajian ini memberikan informasi berharga yang dapat digunakan sebagai dasar pembuatan kebijakan dan panduan untuk menentukan cara terbaik dalam menerapkan prinsip-prinsip inti perusahaan. *Kedua,* bagi investor, penelitian ini dapat membantu meningkatkan perannya dalam memenuhi kebutuhan pengguna informasi. Ketiga, peneliti selanjutnya dapat menambahkan rentang periode penelitian agar menyempurnakan hasil uji yang lebih baik.

DAFTAR RUJUKAN

Adawiyah, N. R., & Setiyawati, H. (2019). The Effect of Current Ratio, Return on Equity, and Firm Size on Stock Return (Study of Manufacturing Sector Food and Baverage in Indonesia Stock Exchange). *Scholars Bulletin*, *05*(09), 513–520. https://doi.org/10.36348/sb.2019.v05i09.004

Akisik, O., & Gal, G. (2017). The Impact of Corporate Social Responsibility and Internal Controls on Stakeholders' View of the Firm And Financial Performance. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, *8*(3), 246–280. https://doi.org/10.1108/SAMPJ-06-2015-0044

Ali, H. Y., Danish, R. Q., & Asrar-ul-Haq, M. (2020). How Corporate Social Responsibility Boosts Firm Financial Performance: The Mediating Role of Corporate Image and Customer Satisfaction. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(1), 166–177. https://doi.org/10.1002/csr.1781

Ananda, N. A. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Property, Real Estate & Building Construction di BEI Periode 2011 – 2014. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, *5*(4), 1–18. https://doi.org/10.29303/jmm.v5i4.3

Annisa, R., & Chabachib, M. (2020). Analisis Pengaruh Current Ratio (CR), Debt to Equity Ratio (DER), Return on Assets (ROA) terhadap Price to Book Value (PBV), dengan Dividend Payout Ratio sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Perusahaan Industri Manufaktur yang Terdaftar di BEI). *Diponegoro Journal of Management*, *6*(1), 188–202. https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/17551

Azhar, S., Seftiansyah, M. D., Agung, T., & Sugito, P. (2022). Analisis Penerapan

Tax Planning dengan Menggunakan Metode Gross Up sebagai Efisiensi Pajak Penghasilan Badan pada Koperasi Pegawai Telkom. *4*(6), 2130–2136.

D'Amato, A., & Falivena, C. (2020). Corporate Social Responsibility and Firm Value: Do Firm Size and Age Matter? Empirical Evidence from European Listed Companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(2), 909–924. https://doi.org/10.1002/csr.1855

Devina, M. S., & Purnama, M. (2022). Analisis Pengaruh Current Ratio, Return on Asset, Debt Ratio, dan Inventory Turnover terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property and Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020. *NIKAMABI : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *1*(2), 1–6.

Fasya, A. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, dan Keuangan Publik*, *13*(2), 145–162. https://doi.org/10.25105/jipak.v13i2.5012

Ghaderi, Z., Mirzapour, M., Henderson, J. C., & Richardson, S. (2019). Corporate Social Responsibility and Hotel Performance: A View from Tehran, Iran. *Tourism Management Perspectives*, *29*(May 2018), 41–47. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.10.007

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunartin. (2017). Analisis Perkembangan Forum Corporate Social Responsibility di Jawa Timur. *EDUKA: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, *2*(1), 49–59. http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Eduka/article/view/3755/2888

Guo, L., & Xu, L. (2021). The Effects of Digital Transformation on Firm Performance: Evidence from China's Manufacturing Sector. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(22), 1–18. https://doi.org/10.3390/su132212844

Gupta, A., Briscoe, F., & Hambrick, D. C. (2017). Red, Blue, and Purple Firms: Organizational Political Ideology and Corporate Social Responsibility. In *Strategic Management Journal* (Vol. 38, Issue 5). https://doi.org/10.1002/smj.2550

Hamdani. (2016). *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis* (Pertama). Mitra Wacana Media.

Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2015). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (Ketujuh). Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN).

Husnan, S., & Pudjiasuti, E. (2018). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan* (Ketujuh). Unit Penerbit dan Percetakan (UPP STIM YKPN).

Jamali, D., & Karam, C. (2018). Corporate Social Responsibility in Developing Countries as an Emerging Field of Study. *International Journal of Management Reviews*, *20*(1), 32–61. https://doi.org/10.1111/ijmr.12112

Kasmir. (2018). *Analisis Laporan Keuangan* (Kasmir (ed.); 11th ed.). Raja Grafindo Persada.

Khan, H. ur R., Ali, M., Olya, H. G. T., Zulqarnain, M., & Khan, Z. R. (2018). Transformational Leadership, Corporate Social Responsibility, Organizational Innovation, and Organizational Performance: Symmetrical and Asymmetrical Analytical Approaches. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *25*(6), 1270–1283. https://doi.org/10.1002/csr.1637

Kim, J. (Sunny), Song, H. J., Lee, C. K., & Lee, J. Y. (2017). The Impact of Four CSR Dimensions on a Gaming Company's Image and Customers' Revisit Intentions. *International Journal of Hospitality Management*, *61*, 73–81. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.11.005

Kuzey, C., Uyar, A., Nizaeva, M., & Karaman, A. S. (2021). CSR Performance and Firm Performance in the Tourism, Healthcare, and Financial Sectors: Do Metrics and CSR Committees Matter? *Journal of Cleaner Production*, *319*(July), 128802. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128802

Lee, C. K., (Sunny) Kim, J., & Kim, J. S. (2018). Impact of a Gaming Company's CSR on Residents' Perceived Benefits, Quality of Life, and Support. *Tourism Management*, *64*, 281–290. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.002

Luque, A., & Herrero-García, N. (2019). How Corporate Social (ir)Responsibility in the Textile Sector is Defined, and Its Impact on Ethical Sustainability: An Analysis of 133 Concepts. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *26*(6), 1285–1306. https://doi.org/10.1002/csr.1747

Lusy. (2020). *Pengaruh Good Corporate Governance, Intellectual Capital, dan Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan*. Doktoral Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA) Surabaya.

Lusy, Budiyanto, & Riduwan, A. (2020). Financial Performance and Value of SOEs: Seen from Good Corporate Governance, Intellectual Capital, and Corporate Social Responsibility. *International Journal of Economics and Management Studies*, *7*(1), 9–17. https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i1p102

Luu, T., Viet, L., Masli, E., & Rajendran, D. (2019). Corporate Social Responsibility, Ambidextrous Leadership, and Service Excellence. *Marketing Intelligence and Planning*, *37*(5), 580–594. https://doi.org/10.1108/MIP-05-2018-0157

Mardikanto, T. (2018). *CSR Corporate Social Responsibility, Tanggung Jawab Sosial Korporasi*. Alfabeta.

Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate Social Responsibility and Its Effect on Innovation and Firm Performance: An Empirical Research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, *142*, 2374–

2383. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.038

Saha, R., Shashi, Cerchione, R., Singh, R., & Dahiya, R. (2020). Effect of Ethical Leadership and Corporate Social Responsibility on Firm Performance: A Systematic Review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *27*(2), 409–429. https://doi.org/10.1002/csr.1824

Said, L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance* (Pertama). Deepublish.

Salainti, M. L. I. (2020). Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover dan Debt to Equity Ratio dan Return on Asset terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, *8*(10), 1–23.

Sartono, A. (2014). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi,* Cetakan keempat. BPFE.

Sondakh, R. (2019). The Effect of Dividend Policy, Liquidity, Profitability and Firm Size on Firm Value in Financial Service Sector Industries Listed in Indonesia Stock Exchange 2015-2018 Period. *Accountability*, *8*(2), 91. https://doi.org/10.32400/ja.24760.8.2.2019.91-101

Soundararajan, V., Jamali, D., & Spence, L. J. (2018). Small Business Social Responsibility: A Critical Multilevel Review, Synthesis and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, *20*(4), 934–956. https://doi.org/10.1111/ijmr.12171

Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Bussiness Accounting Review*, *3*(1), 81–90.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Kedua). Alfabeta.

Supia, M., Aprilia, S., Sembiring, N., Sekali, L., & Aruan, D. (2021). Pengaruh Current Ratio, Intensitas Modal, dan Net Profit Margin terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*, *5*(2), 499–515.

Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, *6*(1), 80. https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941

Suwardika, I. N., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *6*(3), 1248–1277.

Tetrault Sirsly, C. A., & Lvina, E. (2019). From Doing Good to Looking Even Better: The Dynamics of CSR and Reputation. *Business and Society*, *58*(6), 1234–1266. https://doi.org/10.1177/0007650315627996

Vo, D. H., & Nguyen, T. M. (2014). The Impact of Corporate Governance on Firm Performance: Empirical Study in Vietnam. *International Journal of Economics and Finance*, *6*(6), 1–13. https://doi.org/10.5539/ijef.v6n6p1

Weygandt, J., Kimmel, P., & Kieso, D. (2013). *Financial Accounting* (Third). John Wiley.

Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The Effects of Corporate Social Responsibility on Firm Performance: A Stakeholder Approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *37*(November), 89–96. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.005