

PENGARUH *PROFITABILITY*, *LIQUIDITY* DAN *CAPITAL STRUCTURE* TERHADAP *FIRM VALUE* DENGAN PEMODERASI CSR

Indah Enggar¹⁾, Anny Widiasmara²⁾, Juli Murwani³⁾

¹Universitas PGRI Madiun

indaherp24@gmail.com

²Universitas PGRI Madiun

anny.asmara@gmail.com

³Universitas PGRI Madiun

jmuwarni@gmail.com

Abstract

This study aims to empirically examine the effect of Profitability, Liquidity and capital structure on firm value with Corporate Social Responsibility (CSR) as a moderating variable. The population in this study were 75 consumer goods sub-sector companies listed on the IDX for 2018-2022. The sample of this research was obtained by 30 companies using purposive sampling. The method used in this study is a quantitative method with secondary data obtained from the annual report and obtained from the official website www.idx.com, while the data analysis tool uses SPSS 21. Data analysis uses multiple linear regression, classical assumption test, hypothesis test (t test) and Moderate Regression Analysis (MRA). The results of this study indicate that the profitability variable partially influences firm value, with a significant value of 0.02 (ROA). Liquidity partially affects firm value, with a significant value of 0.010 (CR) and the variable capital structure affects firm value with a significant value of 0.23 (DER). For the CSR moderating variable as measured by PBV, it shows that CSR is not able to moderate profitability and liquidity on firm value. CSR is only able to moderate the capital structure variable on firm value.

Keywords: *Profitability, Liquidity, Capital Structure, Corporate Social Responsibility, Firm Value,*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *Profitability*, *Liquidty* dan *capital structure* terhadap *firm value* dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 75 perusahaan sub sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. Sampel penelitian ini deperoleh sebanyak 30 perusahaan menggunakan *Purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari *annual report* dan didapatkan dari situs web resmi www.idx.com, sedangkan alat analisis data menggunakan SPSS 21. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji hipotesis (Uji t) dan *Moderate Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *profitability* secara parsial berpengaruh terhadap *firm value*, dengan nilai signifikan sebesar 0.02 (ROA). *Liquidity* secara parsial berpengaruh terhadap *firm value*, dengan nilai signifikan sebesar 0.010 (CR) dan variabel *capital structure* berpengaruh terhadap *firm value* dengan nilai signifikan sebesar 0.23 (DER). Untuk variabel moderasi CSR yang diukur dengan PBV menunjukkan hasil bahwa CSR tidak mampu memoderasi *profitability* dan *liquidity* terhadap *firm value*. CSR hanya mampu memoderasi variabel *capital structure* terhadap *firm value*.

Kata Kunci: *Profitability, Liquidity, Capital Structure, Corporate Social Responsibility, Firm Value,*

PENDAHULUAN

Bebagai sektor usaha di Indonesia mengalami peningkatan pada produktivitas dan dituntut untuk mempertimbangkan pengurangan dampak negatif terhadap lingkungan demi kesejahteraan bersama. Setiap perusahaan bersaing untuk mencapai kondisi yang lebih baik dan mampu menghasilkan profit yang optimal untuk mencapai tujuan perusahaan (Chasanah, 2018). Tujuan perusahaan terbagi menjadi 2 (dua) yaitu, memperoleh keuntungan (laba) yang maksimal dan untuk meningkatkan kemakmuran *stakeholder* perusahaan dengan memaksimalkan *firm value* yang tercermin pada harga sahamnya (Alfredo et al., 2012).

Nilai perusahaan atau *firm value* sendiri adalah sudut pandang (persepsi) investor terhadap prospek kinerja sebuah perusahaan, kinerja yang baik mencerminkan keberhasilan atau prospek unggul suatu perusahaan dalam usaha menyejahterakan para pemegang saham di masa mendatang (Indrayani et al., 2021). Menurut Dedi Irawan (2019) menyatakan bahwa *firm value* sering dikaitkan dengan harga saham, jika harga saham tinggi maka *value* dari perusahaan tersebut juga tinggi. Tentunya para investor mengincar perusahaan-perusahaan yang memiliki *value* tinggi di pasar modal untuk menginvestasikan dananya, dengan tujuan untuk mendapatkan laba atau pengembalian investasi yang tinggi dengan tingkat resiko tertentu (Akbar et al., 2020).

Capital Market di Indonesia menunjukkan pertumbuhan signifikan sebesar 22% dari tahun 2019, kondisi ini tercermin pada rata-rata frekuensi perdagangan saham yang meningkat sebesar 32% atau 619 ribu kali per hari pada tahun 2020 (www.idx.co.id). Hal tersebut menunjukkan bahwa tingginya minat masyarakat baik dalam negeri maupun investor asing untuk berinvestasi pada perusahaan-perusahaan di Indonesia khususnya pada sub sektor *consumer goods*. Ditemukan sebuah fenomena pada beberapa perusahaan sub sektor *consumer goods* yang melemah 0,26% pada level 2.067,88, sedangkan beriringan dengan penurunan tersebut Indeks Harga Saham gabungan (IHSG) sedang naik sebesar 0,52% pada level 6.130.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa konsumsi rumah tangga pada kuartal III-2019 hanya tumbuh 5,01% secara tahunan (year on year/YoY). Ada beberapa emiten yang memberatkan kinerja negatif sektor consumer goods seperti PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk (HMSP) sahamnya menurun hingga 43,9%, PT Gudang Garam Tbk (GGRM) turun 36,08%, PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) kinerjanya juga menurun hingga 6,66%, dan PT Mayora Indah Tbk (MYOR) juga mengalami penurunan sebesar 17,18%. (www.cnbcindonesia.com. Muammar, 2019)

Hal tersebut menjadikan para investor untuk lebih waspada dalam berinvestasi kepada perusahaan yang mereka pilih pada sektor *consumer goods*. Untuk meminimalisir risiko kerugian dimasa mendatang investor yang ingin menanamkan modalnya harus menganalisis dan melakukan penilaian sebelum menentukan keputusan investasi (Krisnando & Novitasari, 2021).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kualitas *firm value* seperti *profitability*, *liquidity* dan *capital structure*. Menurut Utama & Lisa (2018) *profitability* dapat menunjukkan efektifitas dan manajemen secara menyeluruh, semakin tinggi profit yang dicapai menunjukkan kondisi perusahaan semakin sehat. Jika sebuah perusahaan tidak mampu menghasilkan laba yang cukup, maka perusahaan tersebut tidak akan mampu menjaga keberlangsungan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber dana yang berasal dari pihak luar perusahaan untuk menjaga keberlangsungan usahanya.

liquidity dapat mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya atau seberapa cepat perusahaan mengubah aset menjadi kas (Pelealu et al., 2022). Perusahaan dinyatakan *liquid* apabila memiliki dana lancar yang lebih besar dari pada hutang lancarnya sehingga menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dalam keadaan sehat dan meningkatkan kredibilitas perusahaan dimata para investor (Kurnia Saputri & Giovanni Axel, 2021).

Menurut Pohan et al. (2020) dalam upaya memaksimalkan *firm value* aspek pendanaan yang memadai sangat penting bagi sebuah perusahaan. Pendanaan dibedakan menjadi dua komponen, yaitu modal internal (modal sendiri) yang tersedia dari laba ditahan dan modal eksternal atau hutang yang berasal dari kreditor dan investor. *Capital structure* yang optimal sangat diperlukan untuk mengoptimalkan keseimbangan antara risiko dan tingkat pengembalian (*return*) (Mudjijah et al., 2019).

Selain faktor-faktor fundamental seperti *profitability*, *liquidity* dan *capital structure*. Tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut juga dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai strategi bisnis yang dapat memberikan dampak terhadap *firm value*, karena faktor lingkungan sekitar perusahaan juga mempengaruhi pertumbuhan siklus kehidupan usaha di masa mendatang (Firmansyah et al., 2020). Menurut (Yulianti, 2014) CSR terbagi dalam konsep *triple bottom lines* terkait pelaporan yang menyajikan informasi tentang kinerja ekonomi (*profit*), lingkungan (*planet*), dan sosial (*people*) dari suatu entitas perusahaan.

Penelitian ini adalah adanya hasil penelitian sebelumnya. Mengenai pengaruh *profitability* dan *capital structure* terhadap *firm value*, seperti yang dilakukan oleh (Mangesti Rahayu et al., 2020) menunjukkan hasil bahwa variabel *profitability* dan *capital structure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *firm value*. Penelitian dari Noviyanti & Ruslim (2021) memperoleh hasil bahwa struktur

modal memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan dalam penelitian (Hamsyah Mukti & Suhendra Winarso, 2020) menunjukkan hasil *profitability* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *capital structure* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel CSR dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, akan tetapi CSR tidak memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tumanan & Ratnawati (2021) menyatakan bahwa variabel *liquidity* berpengaruh terhadap *firm value*, dengan CSR tidak dapat memoderasi likuiditas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian Hannawanti & Naibaho (2021) likuiditas memiliki arah positif namun tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, CSR sebagai variabel moderasi memperlemah hubungan negatif antara likuiditas dengan nilai perusahaan. Sedangkan menurut Novietta et.al (2022) *liquidity* dengan variabel *current liability* mempengaruhi *firm value* (PBV) secara tidak signifikan, dan CSR mampu memoderasi *liquidity*.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Signalling Theory

Signalling Theory (teori sinyal) merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk (signal) kepada para investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham dan Houston, 2011:184; Nopianti & Suparno, 2020). Teori sinyal merupakan sinyal-sinyal informasi yang diperlukan oleh investor untuk mempertimbangkan apakah akan melakukan investasi di perusahaan tersebut, dimana informasi mengenai perubahan harga dan jumlah saham akan menjadi informasi penting yang akan memberikan manfaat bagi investor untuk mengambil keputusan (Khairudin dan Wandita, 2017 dalam Karen dan Susanti, 2019).

Agency Theory

Agency Theory (teori agensi) menurut Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan keagenan, di mana perusahaan adalah kumpulan kontrak (*nexus of contract*) antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut. Yang pada intinya teori keagenan menunjukkan adanya pemisahan hak milik perusahaan dan pertanggung jawaban atas pembuatan keputusan. Prinsipal dan agen sama-sama menginginkan keuntungan yang besar. Prinsipal dan agen juga sama-sama menghindari adanya risiko (Astria, 2011). Teori ini timbul antara 2 pihak yaitu pemilik dengan manajemen. Kedua pihak ini mempunyai tujuan yang berbeda, pihak pemilik menginginkan laba yang sebesar-besarnya sedangkan pihak manajemen menginginkan bonus yang besar. Sehingga kedua pihak ini selalu terjadi konflik karena perbedaan tujuan tersebut.

Firm Value

Menurut Purbawangsa et al. (2020) *firm value* dapat memberikan kemakmuran secara maksimum kepada pemegang saham apabila harga saham perusahaan terus meningkat. Nilai perusahaan akan terus meningkat ketika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, lingkungan dan sosial. Penelitian ini diukur menggunakan PBV dapat dihitung dengan membandingkan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham (*book value per share*) (Mudjijah et al., 2019).

Profitability

Profitability menunjukkan kompetensi perusahaan dalam upaya mencapai keuntungan bersih secara maksimal dari aktivitas yang berlangsung selama periode akuntansi. Investor berinvestasi pada perusahaan untuk mendapatkan *return* yang terdiri dari *yield* dan *capital gain*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba sebuah perusahaan, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor, sehingga *firm value* akan semakin baik (Delfina Harahap et al., 2018).

Rasio *Profitability* pada penelitian ini diproaksikan dengan *return on asset* (ROA) merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki sendiri, dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset (Sutrisno, 2017:213).

Liquidity

Value sebuah perusahaan dapat dipengaruhi oleh adalah tingkat likuiditas (*liquidity*), karena *liquidity* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya atau seberapa cepat perusahaan mengubah aset menjadi kas (Pelealu et al., 2022). Pada penelitian ini *liquidity* diproaksikan dengan rasio lancar (*current ratio*) yang menggambarkan seberapa besar jumlah ketersediaan aset lancar yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan total kewajiban lancar (Brigham dan Houston, 2013).

Capital Structure

Perhitungan capital structure diukur melalui Debt To Asset Ratio (DER) yang menggambarkan perbandingan antara jumlah hutang dan total ekuitas yang dimiliki perusahaan. DER dapat menunjukkan level risiko yang dihadapi oleh perusahaan. Semakin tinggi nilai DER, semakin tinggi pula risiko yang harus ditanggung oleh perusahaan karena lebih banyak bergantung pada pendanaan dari hutang daripada modal sendiri. Penggunaan hutang dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun hal tersebut hanya berlaku sampai batas tertentu, jika melebihi batas maka nilai perusahaan akan menurun (Luu, 2021). Kesalahan dalam menentukan struktur modal akan berpengaruh pada jumlah hutang dan beban yang harus ditanggung oleh perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

John Elkington pada tahun 1997 dalam (Wibisono 2007) melalui bukunya “*Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*”. Elkington mengembangkan konsep *triple bottom line* dalam istilah *economic prosperity*, *environmental quality* dan *social justice*. Elkington memberikan pandangan bahwa perusahaan yang ingin berkelanjutan, harus memperhatikan “3P”. Selain mengejar profit, perusahaan juga mesti memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan turut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Pada bagian ini peneliti ingin mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terbagi beberapa kategori yaitu (1) Indikator Kinerja Ekonomi, (2) Indikator Kinerja Lingkungan, dan (3) Indikator Kinerja Sosial yang di dalamnya memuat 91 indikator CSR.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pendekatan statistik deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dengan cara mendownload annual report perusahaan melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*.

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Firm Value*. Variabel bebas yang digunakan meliputi *profitability*, *liquidity* dan *capital structure*. Variabel moderasi yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Teknik pengolahan data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan dilanjutkan dengan analisis regresi. Menggunakan model regresi linier berganda dengan metode Moderate Regression Analysis (MRA) memberikan pengujian apakah moderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2017). Dengan alat olah data berupa SPSS versi 21.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Penelitian

Data *time series* yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder berupa *annual report* perusahaan sub sektor *consumer goods* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Penentuan kriteria digunakan untuk menghindari kesalahan untuk penelitian selanjutnya. Sampel penelitian berdasarkan kriteria yang ditentukan sebagai berikut :

Tabel 1 Hasil Teknik Purposive Sampling

Keterangan	Tahun				
	2018	2019	2020	2021	2022
1. Perusahaan sub sektor <i>consumer goods</i> yang telah melakukan IPO (Initial Public Offering) 10 tahun sebelum periode penelitian dilakukan.	75	75	75	75	75
2. Perusahaan sub sektor <i>consumer goods</i> yang tidak menyediakan data secara lengkap sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian.	(10)	(18)	(24)	(25)	(15)
2. Perusahaan sub sektor <i>consumer goods</i> yang tidak rutin menerbitkan laporan keuangan tahunan selama periode 2018-2022.	(35)	(27)	(21)	(15)	(25)
Jumlah sampel keseluruhan selama periode 2018-2022.	30	30	30	30	30
Jumlah Sampel	150				
Total data diolah	150				

Sumber: Data diolah, 2023

Pada tabel 1 tersebut menggambarkan bahwa jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 75 perusahaan sub sektor *consumer goods*. Berdasarkan kriteria *purposive sampling* tersebut diperoleh sampel sebanyak 30 perusahaan *consumer goods*, dengan jumlah data sejumlah 150 data olah.

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 2 Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitability	150	.01	1.00	.3909	.33508
Lliquidity	150	.02	1.00	.4652	.34033
Capital Structure	150	.00	.79	.3115	.21699
CSR	150	.19	.66	.3991	.09486
Firm Value	150	.32	9.05	3.0624	2.08599
Valid N (listwise)	150				

Hasil uji statistik deskriptif pada table 2 menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen menyebar secara merata karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menilai dan menguji regresi variabel independen dan variabel dependen apakah mempunyai sebaran data yang normal atau tidak. Uji normalitas menghasilkan nilai residual normal apabila Asymp Sig.(2-tailed) memperoleh hasil > 0.05 . Perolehan dari uji normalitas melalui kolmogorov-smienov dalam penelitian ini sebagai berikut:

Table 3 Uji Normalitas

One-Sample kolmogorov-smienov Test		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84241156
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.036
Kolmogorov-Smirnov Z		.854
Asymp. Sig. (2-tailed)		.459

Sumber: data olah, 2023

Perolehan hasil uji normalitas pada table 3 diatas dari pengujian sampel *kolmogorov-smirnov* memiliki nilai distribusi sebesar 0.459 dimana lebih dari nilai signifikan yaitu 0.05 yang artinya data telah berdistribusi normal sehingga dapat dilakukan pengukuran selanjutnya.

Uji Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model pada variabel bebas (X) dalam menerangkan variasi variabel terikat (Y). Hasil Uji Determinasi (Uji R) dapat dilihat pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.469 ^a	.220	.198	1.86765

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility , Capital Structure, Profitability, Lliquidity

Sumber: data olah, 2023

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi R Square yaitu sebesar 0.22, artinya secara simultan terdapat pengaruh sebesar 22% antara variabel *Profitability*, *Lliquidity*, *Capital Structure* terhadap *Firm value*, sedangkan 72% dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Uji ini menggunakan nilai signifikansi yaitu 0.05 dengan dua arah dan $df = (n-k) = t(150 - 4) = (0.05; 146)$, maka dapat diperoleh ttabel sebesar 1.655. Berdasarkan hasil uji t dari model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Uji t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.886	.004
	Profitability	3.107	.002
	Lliquidity	2.627	.010
	Capital Structure	2.296	.023

Sumber : data olah, 2023

Berdasarkan tabel 5 hasil uji parsial (Uji t) diatas diperoleh hasil uji sebagai berikut:

1. Pengujian H_1 (Hipotesis Pertama). Variabel *Profitability* terhadap *Firm Value* diatas menunjukkan nilai sig sebesar $0.02 < 0.05$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ didapat $3.107 > 1.655$ yang berarti memiliki pengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari hipotesis pertama yaitu **H_1 diterima** karena, *Profitability* berpengaruh terhadap *Firm Value*.
2. Pengujian H_2 (Hipotesis Kedua). Variabel *Lliquidity* terhadap *Firm Value* diatas menunjukkan nilai sig sebesar $0.010 < 0.05$ yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ didapat $2.627 > 1.655$. yang berarti tidak memiliki pengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu **H_2 diterima** karena, *Lliquidity* berpengaruh terhadap *Firm Value*.
3. Pengujian H_3 (Hipotesis Ketiga) Variabel *Capital Structure* terhadap *Firm Value* diatas menunjukkan nilai sig sebesar $0.023 < 0.05$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ didapat $2.296 > 1.655$ yang berarti tidak memiliki pengaruh. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yaitu **H_3 diterima** karena, *Capital Structure* berpengaruh terhadap *Firm Value*.

Uji Moderate Regression Analysis (MRA)

Table 6 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	9.075	.000
	Profitability	.454	.651
	Lliquidity	.127	.899
	Capital Structure	-2.919	.004
	X1_Z	-1.184	.238
	X2_Z	.506	.613
	X3_Z	2.349	.020

Sumber: hasil olah data SPSS 21

1. Pengujian H_4 (Hipotesis Keempat). Hasil uji MRA pada variabel *Profitability* terhadap nilai *firm value* yang oleh dimoderasi *Corporate Social Responsibility* menunjukkan nilai sig sebesar $0.238 > 0.05$ yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ didapat $-1.184 < 1.655$ yang berarti tidak memiliki pengaruh positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yaitu **H_4 ditolak** karena, *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi *Profitability* terhadap *firm value*.
2. Pengujian H_5 (Hipotesis kelima). Hasil uji MRA pada variabel *liquidity* terhadap *firm value* yang oleh dimoderasi *Corporate Social Responsibility* menunjukkan nilai sig sebesar $0.613 > 0.05$ yang berarti tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ didapat $0.364 < 1.655$ yang berarti tidak memiliki pengaruh. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kelima yaitu **H_5 ditolak** karena, *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memoderasi *liquidity* terhadap *firm value*.
3. Pengujian H_6 (Hipotesis keenam). Hasil uji MRA pada variabel *Capital Structure* terhadap *firm value* yang oleh dimoderasi *Corporate Social Responsibility* menunjukkan nilai sig sebesar $0.020 < 0.05$ yang berarti memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan untuk nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ didapat $2.349 > 1.655$ yang berarti memiliki pengaruh. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis kelima yaitu **H_6 diterima** karena, *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi *Capital Structure* terhadap *firm value*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial *Profitability*, *Liquidity* dan *Capital Structure* berpengaruh signifikan terhadap *firm value*. Untuk variabel *Corporate Social Responsibility CSR* tidak mampu memoderasi pengaruh *profitability* dan *liquidity* terhadap *firm value*. CSR hanya mampu memoderasi pengaruh *capital structure* terhadap *firm value*. Jika struktur modal di kombinasikan dengan tepat antara utang dan ekuitas maka dapat meningkatkan *firm value*. *Capital structure* yang tinggi menunjukkan adanya tingkat utang yang tinggi sehingga memungkinkan terjadinya pengawasan atas kemampuan bayar dari utang tersebut. Maka jika struktur modal tinggi akan membuat perusahaan mengurangi pengungkapan program CSR.

Adapun saran dari hasil pengujian ini yaitu diharapkan bagi peneliti selanjutnya di masa mendatang dapat menambahkan indikator variabel-variabel lain yang dapat diuji terkait pengaruhnya terhadap *firm value* seperti solvabilitas, leverage dan lain sebagainya

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F., Fahmi, I., Manajemen, M. P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Kuala, U., Dosen,), & Syiah Kuala, U. (2020). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN LIKUIDITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN DAN NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen Accredited SINTA*, 4(1). <http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>
- Alfredo, M. D., Luh Gede Sri Artini, & Gede Suarjaya. (2012). PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 6(2), 130–138. https://www.academia.edu/Download/55817798/Document_1.Pdf
- Brigham, E F., dan Houston, J F., 2013, Dasar – dasar manajemen keuangan, edisi kesebelas, salemba empat, Jakarta
- Chasanah, A. (2018). PENGARUH RASIO LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2017. *JPEB: Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2287>
- Dedi Irawan, & Nurhadi Kusuma. (2019). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Delfina Harahap, C., Juliana, I., & Fitria Lindayani, F. (2018). The Impact of Environmental Performance and Profitability on Firm Value. *IMAR: Indonesian Management and Accounting Research*, 17(1), 53–70. <http://www.trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/imar>

- Dwiastuti, D. S., & Dillak, V. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 137–146. <https://doi.org/10.17509/jaset.v11i1.16841>
- Firmansyah, D., Surasni, N. K., & Pancawati, S. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 163. <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i01.p12>
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hamsyah Mukti, A., & Suhendra Winarso, B. (2020). Profitabilitas Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Variabel Corporate Social Responsibility Sebagai Moderasi. *Jurnal REKSA: Rekayasa Keuangan, Syariah, Dan Audit*, 07(02), 73–83. <https://doi.org/https://doi.org/10.12928/j.reksa.v7i2.2670>
- Indrayani, N. K., Made Endiana, I. D., & Asri Pramesti, I. gusti A. (2021). PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN, AKUNTANSI LINGKUNGAN, LEVERAGEDAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Kharisma*, 3(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/kharisma/article/view/1678>
- Krisnando, K., & Novitasari, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Kurnia Saputri, C., & Giovani Axel. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN PERUSAHAAN DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Competence : Journal of Management Studies*, 15(1), 90–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.21107/kompetensi.v15i1.10563>
- Mangesti Rahayu, S., Suhadak, & Saifi, M. (2020). The reciprocal relationship between profitability and capital structure and its impacts on the corporate values of manufacturing companies in Indonesia. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 69(2), 236–251. <https://doi.org/10.1108/IJPPM-05-2018-0196>
- Mudjijah, S., Khalid, Z., & Sekar Astuti, D. A. (2019). PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DIMODERASI VARIABEL UKURAN PERUSAHAAN. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/jak.v8i1.839>
- Pelealu, I. M. E., Rate, P. V., & Sumarauw, J. S. B. (2022). THE EFFECT OF PROFITABILITY, LIQUUDITY AND CAPITAL STRUCTURE ON THE VALUE OF FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE FOR THE 2015-2019 PERIOD. In *Jurnal EMBA* (Vol. 10, Issue 3).
- Pohan, M., Sari, M., & Munasib, A. (2020). Determinan Struktur Modal dan Nilai Perusahaan Determinants of Capital Structure and Firm Value. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 21(2), 105–122. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2991>

- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *JURNAL BISNIS DAN AKUNTANSI*, 21(1a-2), 173-184.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). PENGARUH LEVERAGE DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, X(1), 23–39. <https://ojs.stan-im.ac.id/index.php/JSMA/article/view/26>
- Yulianti, L. (2014). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCEDAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *JPAK: Jurnal Pendidikan Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/jpak.v2i2.15464>