JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan
Volume : 7 | Nomor 2 | Juli 2025 | E-ISSN : 2797-6238|
https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi

Corporate Social Responsibility dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan dimoderasi oleh Profitabilitas

Author:
Gina Septiana[1]
Muhammad Rivandi[2]

Afiliation:
Universitas Maritim Raja Ali Haji[1]
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP[2]

Corresponding email
muhammadrivandi@akbpstie.ac.id

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:

Latar Belakang This research aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility and liquidity on firm value and find out whether profitability can moderate it Corporate Social Responsibility and liquidity on firm value.

Metode Penelitian This research uses Quantitative methodology using secondary data. Samples used in This research includes LQ45 companies that have been listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2023. The sampling technique used was purposive sampling and A total of 18 companies have met the criteria as research samples. Analysis method used is panel regression.

Hasil Penelitian The research results show that Corporate Social Responsibility and liquidity have a positive and significant effect on firm value and Profitability moderates the negative relationship between Corporate Social Responsibility and liquidity on fim value.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility, liquidity, firm value, profitability*

Pendahuluan

Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting dalam menilai kinerja dan prospek jangka panjang suatu entitas. Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menciptakan keuntungan dan pertumbuhan yang berkelanjutan (Rasyid et al., 2022). Bukan hanya dipengaruhi oleh faktor keuangan seperti laba bersih atau arus kas, nilai perusahaan juga ditentukan oleh faktor-faktor non-keuangan seperti reputasi, tata kelola perusahaan, strategi manajerial, serta kepatuhan terhadap aspek lingkungan dan social (Kristanti, 2022).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran investor terhadap pentingnya keberlanjutan dan transparansi, perusahaan dituntut untuk tidak hanya fokus pada pencapaian profit, tetapi juga membangun nilai jangka panjang yang dapat memberikan kepercayaan kepada para pemangku kepentingan(Noor et al., 2020; Panwar et al., 2023). Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan menjadi sangat krusial, baik bagi manajemen internal maupun pihak eksternal seperti investor, analis, dan regulator (Riski & Prasetiono, 2023).

Persaingan yang ketat telah menyebabkan banyak perusahaan meningkatkan ukuran mereka, dan mencapai nilai perusahaan yang tinggi kini menjadi tujuan jangka panjang yang penting (Chia et

al., 2020; Putro & Risman, 2021). Hal ini dapat diketahui dari harga pasar saham, karena investor menilai suatu perusahaan berdasarkan volume sahamnya yang diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia, khususnya perusahaan yang diperdagangkan secara public (Yudha et al., 2021).

Salah satu kasus penurunan harga saham yang cukup signifikan di kelompok perusahaan LQ45 terjadi pada PT Semen Indonesia (Persero) Tbk (SMGR) pada tahun 2024. Saham SMGR tercatat mengalami penurunan hingga 47,21%, yang menjadikannya salah satu emiten dengan kinerja saham terburuk dalam indeks tersebut. Penurunan ini disebabkan oleh melemahnya permintaan semen di pasar domestik akibat perlambatan sektor konstruksi dan infrastruktur. Selain itu, kenaikan biaya energi dan distribusi turut menekan margin keuntungan perusahaan, sehingga laba bersih SMGR turun drastis sebesar 58% pada kuartal III tahun 2024. Tak hanya SMGR. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa meskipun perusahaan-perusahaan LQ45 tergolong sebagai emiten unggulan dengan kapitalisasi besar dan likuiditas tinggi, mereka tetap rentan terhadap faktor-faktor fundamental seperti kinerja keuangan yang menurun, efisiensi operasional, serta kondisi makroekonomi yang tidak stabil. Hal ini menunjukkan bahwa penurunan harga saham tidak hanya dipicu oleh faktor eksternal, tetapi juga karena ketidakmampuan perusahaan dalam merespons tantangan bisnis secara adaptif (Pulukadang et al., 2024).

(Machmuddah et al., 2020; Markonah et al., 2020) Penurunan saham merupakan kondisi yang umum terjadi di pasar modal dan dapat disebabkan oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal perusahaan. Salah satu penyebab utamanya adalah kinerja keuangan perusahaan yang memburuk, seperti penurunan laba bersih, pendapatan yang stagnan, atau meningkatnya beban utang (Adiputra & Hermawan, 2020). Selain itu, keputusan manajemen yang tidak efektif, konflik internal, atau kebijakan strategis yang tidak sesuai dengan harapan investor juga dapat menurunkan kepercayaan pasar (Reschiwati et al., 2020), (Islam & Umaimah, 2024). Faktor eksternal seperti ketidakpastian ekonomi global, kenaikan suku bunga, inflasi tinggi, perubahan regulasi pemerintah, hingga gejolak politik juga turut memicu penurunan harga saham. Bahkan sentimen negatif dari pasar, seperti rumor atau spekulasi, bisa mempercepat penurunan meskipun kondisi fundamental perusahaan masih tergolong stabil (Devita & Kardiana, 2017), (Tahu & Susilo, 2017).

Dampak dari penurunan saham sangat dirasakan oleh para investor, terutama dalam bentuk kerugian modal atau capital loss, yaitu ketika saham dijual dengan harga lebih rendah dari harga belinya (Ganggi et al., 2023), (Dzikir et al., 2020). Selain itu, turunnya nilai saham juga menyebabkan portofolio investasi investor kehilangan nilai, terutama bagi investor institusional seperti dana pensiun atau reksadana. (Machmuddah et al., 2020; Surya, 2018) Dalam jangka panjang, penurunan saham juga dapat berdampak pada berkurangnya dividen yang diterima, karena perusahaan yang berkinerja buruk cenderung mengurangi atau meniadakan pembagian dividen. Tidak jarang, penurunan saham juga menimbulkan efek psikologis, seperti ketakutan atau kepanikan, yang mendorong investor melakukan aksi jual massal (panic selling), yang justru memperparah penurunan harga saham (Yudha et al., 2021). Oleh karena itu, memahami penyebab penurunan saham dan dampaknya sangat penting bagi investor dalam menyusun strategi investasi yang bijak dan berkelanjutan (Reschiwati et al., 2020; Tyarna & Bawono, 2024).

Studi Literature

Nilai Perusahaan

Penilaian suatu perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya yang merupakan fungsi dari interaksi dinamis antara faktor permintaan dan penawaran pasar yang pada akhirnya mewakili persepsi masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Akibatnya, nilai pasar suatu perusahaan mungkin melampaui nilai bukunya, yang mewakili nilai agregat aset dan sumber dayanya (Mahendra et al., 2023). Sementara itu Aulia & Avriyanti (2024) menyatakan nilai perusahaan merujuk pada estimasi Pertimbangan pembelian potensial yang terkait dengan penjualan perusahaan.. Hal ini mencerminkan harga jual yang dianggap fair oleh calon investor untuk dibayar dalam situasi penjualan Perusahaan (Rivandi & Petra, 2022), (Efendi & Rivandi, 2024; Kurnia & Rivandi, 2024). Dalam konteks pasar saham, Pengeluaran keuangan maksimum yang dapat diterima calon pembeli atas saham suatu perusahaan dianggap sebagai cerminan nilai intrinsiknya (Handayati et al., 2022; Rivandi & Septiano, 2021). Harga pasar menjadi contoh penilaian kolektif investor terhadap kinerja suatu perusahaan dan nilai yang dikaitkan dengan sahamnya, sehingga mencerminkan gambaran gabungan dari nilainya (Aulia & Avriyanti, 2024), (Tyarna & Bawono, 2024).

Profitabilitas

(Putri & Rivandi, 2023), (Noor et al., 2020; Tahu & Susilo, 2017) profitabilitas merupakan konsep dalam ilmu keuangan dan manajemen yang menjelaskan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. (Rasyid et al., 2022), (Pulukadang et al., 2024) Profitabilitas mencerminkan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mengelola sumber daya untuk menghasilkan keuntungan. Teori ini menekankan bahwa semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan, membayar dividen kepada pemegang saham, serta melakukan ekspansi bisnis yang dapat meningkatkan nilai Perusahaan (Kasmir, 2016). Indikator yang umum digunakan untuk mengukur profitabilitas antara lain adalah Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), dan Net Profit Margin (NPM). Dalam konteks nilai perusahaan, teori profitabilitas menunjukkan bahwa laba yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan investor karena menjadi sinyal positif atas kinerja keuangan dan prospek pertumbuhan Perusahaan (A. Septiana, 2019). Dengan demikian, profitabilitas bukan hanya mencerminkan hasil akhir dari operasional perusahaan, tetapi juga menjadi salah satu penentu utama dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal (Septiana et al., 2023).

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan kewajiban perusahaan untuk memberikan manfaat yang langgeng kepada masyarakat dan lingkungannya sehingga dapat meningkatkan kualitas lingkungan hidup. Corporate Social Responsibility ini dapat diwujudkan melalui berbagai cara, seperti dana abadi, fasilitasi layanan, penyediaan barang atau infrastruktur (Rivandi, 2021). Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dikonsep oleh Dewan Bisnis Dunia untuk Pembangunan Berkelanjutan sebagai suatu keharusan bagi dunia usaha untuk berkontribusi terhadap pencapaian pertumbuhan ekonomi berkelanjutan melalui upaya kolaboratif antara karyawan, pemangku kepentingan, anggota masyarakat, dan masyarakat luas (Panwar et al., 2023). Hal ini memerlukan upaya kolektif dari penduduk lokal dan masyarakat umum untuk meningkatkan

kualitas hidup, sehingga memberikan manfaat bagi perusahaan perorangan maupun masyarakat secara keseluruhan (Danyswara & Hartono, 2020).

(Dzikir et al., 2020; Handayati et al., 2022; Kristanti, 2022; Machmuddah et al., 2020; Panwar et al., 2023; Surya, 2018) memperlihatkan bukti empiris bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini menandakan bahwa perusahaan yang berhasil membangun hubungan positif dengan masyarakat akan mendapatkan kepercayaan lebih dari investor dan berpotensi memperkuat harga saham. Kegiatan CSR yang dijalankan secara efektif dapat menciptakan manfaat jangka panjang yang berdampak pada peningkatan persepsi dan kepercayaan investor, masyarakat, serta pemangku kepentingan lainnya terhadap perusahaan.

(Adiputra & Hermawan, 2020) CSR bukan hanya aktivitas sosial atau kewajiban moral, melainkan juga strategi bisnis yang dapat meningkatkan reputasi, loyalitas pelanggan, kinerja keuangan, dan minat investasi. Ketika perusahaan menunjukkan komitmen terhadap lingkungan, sosial, dan tata kelola yang baik, investor cenderung menilai bahwa perusahaan memiliki risiko yang lebih rendah, manajemen yang bertanggung jawab, dan prospek jangka panjang yang lebih baik (Rivandi & Putra, 2021). Hal ini akan tercermin dalam meningkatnya harga saham, nilai pasar (market value), atau Price to Book Value (PBV). Dengan kata lain, CSR berfungsi sebagai sinyal positif bahwa perusahaan dikelola secara etis dan berkelanjutan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai intrinsik maupun nilai pasar Perusahaan (Panwar et al., 2023).

Likuiditas

(Kasmir, 2016) likuiditas menjelaskan kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya menggunakan aset lancar yang dimiliki. Teori ini menekankan bahwa tingkat likuiditas yang baik menunjukkan posisi keuangan yang sehat, di mana perusahaan mampu membayar utang jangka pendek tanpa harus menjual aset tetap atau mencari pembiayaan tambahan. (Markonah et al., 2020; Yuswandani et al., 2023) Likuiditas biasanya diukur dengan rasio-rasio keuangan seperti Current Ratio dan Quick Ratio. Menurut teori ini, perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi cenderung lebih dipercaya oleh kreditur dan investor karena dinilai memiliki risiko keuangan yang lebih rendah. Namun, likuiditas yang terlalu tinggi juga dapat menunjukkan bahwa perusahaan tidak mengelola asetnya secara efisien, misalnya dengan menyimpan terlalu banyak kas yang seharusnya bisa diinvestasikan untuk menghasilkan keuntungan (Pulukadang et al., 2024). Oleh karena itu, teori likuiditas menggarisbawahi pentingnya keseimbangan antara ketersediaan dana tunai dan penggunaan aset untuk produktivitas guna mendukung stabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

Hasil penelitian (Chia et al., 2020; Ganggi et al., 2023; Pulukadang et al., 2024; Putro & Risman, 2021; Reschiwati et al., 2020; Tahu & Susilo, 2017; Tyarna & Bawono, 2024; Yudha et al., 2021) likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, semakin besar pula kepercayaan investor dan kreditor terhadap stabilitas keuangan perusahaan tersebut. Likuiditas yang baik menunjukkan bahwa perusahaan memiliki cadangan kas dan aset lancar yang memadai, sehingga mampu menjalankan operasional harian tanpa hambatan keuangan, serta tanggap terhadap kebutuhan mendesak.

Dalam pandangan investor, perusahaan yang memiliki likuiditas tinggi cenderung lebih aman dan minim risiko, karena kecil kemungkinan mengalami gagal bayar atau krisis keuangan dalam jangka pendek(Reschiwati et al., 2020). (Chia et al., 2020) Hal ini dapat meningkatkan persepsi positif terhadap prospek perusahaan dan berdampak pada naiknya harga saham serta nilai pasar perusahaan. Selain itu, likuiditas yang sehat juga memperkuat posisi tawar perusahaan dalam negosiasi pinjaman atau investasi, karena dinilai memiliki manajemen keuangan yang baik. Likuiditas yang terlalu tinggi bisa juga mengindikasikan bahwa perusahaan tidak mengoptimalkan asetnya untuk kegiatan yang lebih produktif, seperti investasi atau ekspansi bisnis (Putro & Risman, 2021). Oleh karena itu, dampak positif likuiditas terhadap nilai perusahaan akan maksimal jika dicapai melalui pengelolaan keuangan yang efisien, bukan hanya sekadar akumulasi aset lancer (Islam & Umaimah, 2024).

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi data panel. Adapun objek dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023 dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria yang digunakan adalah (1) Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023, (2) Perusahaan LQ45 yang konsisiten berada di perusahaan LQ45 selama periode 2019-2023, (3) Perusahaan LQ45 yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah. Berdasarkan kriteria tersebut maka diperoleh sampel yang memenuhi kriteria penelitian sebanyak 18 perusahaan dengan masa observasi 5 tahun maka jumlah objek observasi yaitu sebanyak 90 buah data observasi.

Tabel 1
Definisi Operasional variabel

Variabel	Defenisi	Pengukuran	Sumber
Nilai Perusahaan (Y)	Penilaian perusahaan merupakan penilaian yang dapat diukur terhadap nilai suatu perusahaan oleh masyarakat umum, yang pada akhirnya mencakup pendekatan proaktif untuk memastikan keberlanjutan jangka panjang.	Tobin's Q = $\frac{MVS + DEBT}{TA}$	(Rasyid et al., 2022)
Corporate Social Responsibility (X1)	Corporate Social Responsibility (CSR) adalah prinsip bisnis yang menegaskan kewajiban perusahaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan melibatkan berbagai pihak seperti karyawan, pelanggan, keluarga karyawan, serta masyarakat sekitar.	CSRI = $\frac{\Sigma Xij}{Nj}$	(Dzikir et al., 2020)
Likuiditas	Kemampuan suatu perusahaan untuk	CR= $\frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Liabilitas lancar}}$	(Reschiwati

Variabel	Defenisi	Pengukuran	Sumber
(X2)	membayar kembali kewajiban jangka pendeknya dengan cepat ditambah dengan pemenuhan komitmen keuangan secara cepat dapat dikategorikan sebagai likuiditas.		et al., 2020)
Profitabilitas (Z)	Profitabilitas adalah cerminan dari kemampuan sebuah perusahaan dalam menghasilkan profit dan juga sebagai indikasi tingkat efisiensi operasional perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimilikinya.	ROE= Laba Bersih / Total Ekuitas	(Yudha et al., 2021)

Analisis Regresi Data Panel

Menurut (Winarno, 2017), model regresi panel bertindak sebagai metode statistik untuk memverifikasi dampak tunggal dari variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga memungkinkan dilakukannya pemeriksaan kumpulan data time series dan cross-sectional secara bersamaan.

Persamaan regresi untuk nilai perusahaan yang di pengaruhi oleh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas adalah:

$$\text{Tobin's } Q_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 CR_{it} + e_{it}$$

Keterangan :

$\text{Tobin's } Q_{it}$ = Nilai Perusahaan
α = Konstanta
$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien Regresi
$\beta_1 CSR_{it}$ = Pengungkapan Corporate Social Responsibility
$\beta_2 CR_{it}$ = Likuiditas
e_{it} = Error

Persamaan regresi untuk nilai perusahaan yang di pengaruhi oleh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas yang di moderasi oleh profitabilitas adalah

$$\text{Tobin's } Q_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 CR_{it} + + \beta_3 CSR_{it} * ROE_{it} + \beta_4 CR_{it} * ROE_{it} + e_{it}$$

Keterangan :

$\text{Tobin's } Q_{it}$ = Nilai Perusahaan
α = Konstanta
$\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien Regresi
$\beta_1 CSR_{it}$ = Pengungkapan Corporate Social Responsibility
$\beta_2 CR_{it}$ = Likuiditas
$\beta_3 CSR_{it} * ROE_{it}$ = Variabel interaksi 1
$\beta_4 CR_{it} * ROE_{it}$ = Variabel interaksi 2
e_{it} = Error

Hasil

Keputusan terbaik yang diperoleh peneliti setelah melakukan pengujian diantara ketiga model regresi data panel yaitu menggunakan fixed effect model. Pada pengujian fixed effect model dilakukan pengujian chow test dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 2
Uji Chow Test

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

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	31.967969	(17,69)	0.0000

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan diperolah nilai probability cross section Fsebesar 0,00000, proses pengolahan dilakukan dengan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Hasil yang diperoleh dalam pengujian hausman test menunjukkan bahwa nilai probabilitas sebesar 0,000 < alpha 0,05. Berdasarkan hasil pengujian Fixed test dapat disimpulkan bahwa penggunaan fixed effect model dalam pembentukan resgresi panel dapat diterima dan layak digunakan dalam pembentukan model terbaik.

Tabel 3
Hasil Pengujian Fixed Effect Model persamaan 1

Variable	coeffecient
Konstanta	1,812259
CSR	0,802850
CR	0,275356

Berdasarkan hasil menggunakan Fixed Effect Model (FEM), diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 1{,}812259 + 0{,}802850CSR_{it} + 0{,}275356CR_{it}}$$

Pada persamaan diatas dapat dilihat nilai konstanta bernilai positive sebesar 1,8122 nilai yang diperoleh tersebut mengisyaratkan bahwa jika diasumsikan tidak terjadi perubahan (peningkatan atau penurunan) variabel CSR dan likuiditas, maka nilai dari variabel nilai perusahaan mengalami peningkatan nilai perusahaan sebesar 1,8122.

Variabel CSR memiliki nilai koefesien regresi bertanda positif sebesar 0,8028. Nilai koefesien yang diperoleh menunjukkan bahwa ketika diasumsikan terjadi peningkatan CSR sebesar 1x akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,8028 dengan asumsi faktor lain selain CSR dianggap tetap sama atau konstan.

Variabel Likuiditas memiliki koefesien regresi bertanda positive sebesar 0,2753 nilai koefesien yang diperoleh menunjukkan bahwa ketika diasumsikan terjadi peningkatan likuiditas sebesar 1x akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,2753 dengan asumsi faktor lain selain likuiditas dianggap sama atau konstan.

Tabel 4
Hasil Uji Koefesien Regresi secara Parsial (Uji T) Persamaan 1

Variabel	T-Statistik	T-Tabel	Prob	Alpha	Kesimpulan
CSR	6,269364	1.98793	0.0000	0.05	H1 Diterima
CR	4,778583	1.98793	0.0000	0.05	H2 Diterima

Berdasarkan hasil uji parsial diatas dapat dilihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Variabel CSR diperoleh nilai t-statistic sebesar 6,2693 > t-table 1,9879 dan nilai probabilitas dengan tingkat kesalahan 0,05 sebesar 0,0000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positive dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode tahun 2020-2023.

Uji t terhadap variabel likuiditas diperoleh nilai t-statistic sebesar 4,7785 > t-tabel 1,9879 dan nilai probabilitas dengan tingkat kesalahan 0,05 sebesar 0,0000 < 0,05 maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel likuiditas berpengaruh positive dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode tahun 2020-2023.

Tabel 5
Uji Hipotesis Persamaan 2

Variabel	T-Statistik	T-Tabel	Prob	Alpha	Kesimpulan
CSR*ROE	-6,256339	1.98793	0.0000	0,05	H3 Diterima
CR*ROE	-5,225875	1.98793	0.0000	0,05	H4 Diterima

Berdasarkan hasil uji parsial diatas dapat dilihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Variabel CSR dengan dimoderasi variable profitabilitas terhadap nilai Perusahaan diperoleh nilai t-statistic sebesar -6,2563 > t-table 1,98793 dan nilai probabilitas dengan tingkat kesalahan 0,05 sebesar 0,0000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai Perusahaan dengan dimoderasi profitabilitas melemahkan hubungan CSR dan nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode tahun 2020-2023.

Uji t terhadap Variabel likuiditas dengan dimoderasi variabel profitabilitas terhadap nilai Perusahaan diperoleh nilai t-statistic sebesar -5,2258 > t-table 1,98793 dan nilai probabilitas dengan tingkat kesalahan 0,05 sebesar 0,0000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan dengan dimoderasi profitabilitas melemahkan hubungan likuiditas dan nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 periode tahun 2020-2023.

Tabel
Hasil Pengujian Koefesien Determinasi (R-Square)

Keterangan	koefesien
R-Square	0,9295

Adjust R-square	0,9090

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi (R-Square) pada tabel 4 diperoleh nilai adjust r-square sebesar 0,9090 yang mengisyaratkan bahwa variabel CSR dan Likuidtas memiliki kontribusi dalam mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 90,90% sedangkan sisanya yaitu 9,1% dijelaskan oleh variabel lain yang belum digunakan pada penelitian saat ini.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan yang diukur melalui indikator TobinsQ, bahwa pelaksanaan CSR memberikan sinyal positif kepada investor dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhatikan kepentingan sosial, lingkungan, dan tata kelola yang baik. Pelaksanaan CSR yang efektif meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan konsumen dan komunitas, serta menciptakan kepercayaan pasar, yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan nilai Perusahaan (Adiputra & Hermawan, 2020). Misalnya, perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial atau lingkungan akan cenderung menarik perhatian investor yang mempertimbangkan faktor keberlanjutan (sustainability) dalam keputusan investasinya. Dalam jangka panjang, CSR juga dapat menciptakan loyalitas pelanggan, efisiensi operasional, dan pengurangan risiko hukum atau reputasi.

Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Dzikir et al., 2020; Machmuddah et al., 2020; Noor et al., 2020; Panwar et al., 2023; Rasyid et al., 2022; Riski & Prasetiono, 2023) CSR bukan sekadar biaya atau kewajiban hukum, melainkan dapat berfungsi sebagai strategi bisnis jangka panjang yang memperkuat daya saing perusahaan. CSR juga mencerminkan kualitas manajemen yang peduli terhadap keberlanjutan, sehingga mampu meningkatkan nilai pasar perusahaan dan menarik lebih banyak investor institusional. Semakin baik pelaksanaan CSR dalam suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilai yang dapat diciptakan baik secara finansial maupun non-finansial.

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki kemampuan likuiditas yang baik, yaitu kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aset lancar, cenderung mendapatkan penilaian yang lebih tinggi dari pasar dan investor. Hal ini sejalan dengan teori keuangan yang menyatakan bahwa likuiditas merupakan indikator kesehatan finansial perusahaan dalam jangka pendek (Kasmir, 2016).

Perusahaan dengan likuiditas yang memadai dianggap memiliki resiko gagal bayar yang rendah, sehingga lebih dipercaya oleh kreditur dan investor (Reschiwati et al., 2020). (Yudha et al., 2021) Kepercayaan ini dapat tercermin dalam kenaikan harga saham dan nilai pasar perusahaan karena investor menilai perusahaan tersebut sebagai entitas yang stabil dan mampu bertahan menghadapi tekanan keuangan. Selain itu, likuiditas yang baik juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan peluang investasi secara cepat dan mengatasi tantangan keuangan tanpa harus menjual aset tetap atau mengambil pinjaman dengan bunga tinggi (Chia et al., 2020).

Hasil penelotian sesuai dengan yang dilakukan (Ganggi et al., 2023; Markonah et al., 2020; Putro & Risman, 2021; Tahu & Susilo, 2017; Tyarna & Bawono, 2024; Yudha et al., 2021; Yuswandani et al., 2023) bahwa likuiditas berperan penting dalam menjaga keberlangsungan operasional dan kepercayaan pasar, yang pada akhirnya berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, perlu diperhatikan bahwa likuiditas yang terlalu tinggi dapat menandakan pengelolaan aset yang kurang

optimal karena dana yang terlalu banyak disimpan dalam bentuk kas atau aset lancar tanpa diinvestasikan. Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga keseimbangan antara likuiditas dan penggunaan aset untuk menghasilkan nilai tambah yang maksimal.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan yang di Moderisasi oleh Profitabilitas

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun ketika dimoderasi oleh profitabilitas, pengaruh tersebut menunjukkan arah negatif. Artinya, pada perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan justru menjadi lebih lemah dibandingkan perusahaan dengan profitabilitas rendah. Hasil ini dapat dijelaskan melalui pendekatan teori sinyal (signaling theory) dan teori agensi (agency theory). (Kasmir, 2016) Ketika perusahaan sudah sangat profitabel, pasar cenderung menganggap bahwa pencapaian kinerja keuangan merupakan indikator utama dalam menilai perusahaan, sehingga kontribusi CSR terhadap peningkatan nilai perusahaan menjadi tidak terlalu signifikan. Investor mungkin menganggap bahwa CSR hanyalah pelengkap, bukan faktor utama yang memengaruhi keputusan investasi. Bahkan, dalam beberapa kasus, pengeluaran untuk kegiatan CSR bisa dianggap sebagai penggunaan dana yang tidak efisien, terutama bila tidak memberikan dampak langsung terhadap kinerja keuangan jangka pendek.

(Handayati et al., 2022; Panwar et al., 2023; Putro & Risman, 2021; Surya, 2018) Profitabilitas yang tinggi bisa menimbulkan overconfidence di pihak manajemen, yang membuat pelaksanaan CSR bersifat simbolik atau hanya untuk pencitraan. Hal ini justru dapat memicu persepsi negatif dari investor karena dianggap tidak berorientasi pada efisiensi. Dengan demikian, profitabilitas yang tinggi melemahkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, yang menyebabkan arah moderasi menjadi negatif. Secara praktis, hasil ini menyarankan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi perlu memastikan bahwa kegiatan CSR yang dilakukan benar-benar terintegrasi dalam strategi bisnis dan menciptakan nilai nyata, agar tetap berdampak positif terhadap nilai Perusahaan (Kristanti, 2022). CSR yang tidak dikelola secara strategis dalam konteks perusahaan yang sangat profitabel berisiko dianggap sebagai beban atau aktivitas yang tidak berdampak langsung terhadap penciptaan nilai (Panwar et al., 2023).

Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan yang di Moderisasi oleh Profitabilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun ketika dimoderasi oleh profitabilitas, pengaruh tersebut mengalami penurunan atau melemah, yang berarti arah moderasinya adalah negatif. Artinya, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka pengaruh positif likuiditas terhadap nilai perusahaan menjadi lebih lemah. (Kasmir, 2016) Hasil ini dapat dijelaskan melalui kerangka trade-off theory dan signaling theory, di mana investor cenderung lebih fokus pada profitabilitas sebagai indikator utama kinerja perusahaan. Dalam kondisi perusahaan sangat menguntungkan (profitabilitas tinggi), tingkat likuiditas yang tinggi tidak lagi dianggap sebagai faktor penting, karena perusahaan dinilai sudah cukup kuat secara keuangan. Dengan kata lain, pasar tidak terlalu memperhitungkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek jika profitabilitasnya sudah sangat tinggi.

Likuiditas yang tinggi pada perusahaan yang sangat profitabel bisa juga menimbulkan persepsi negatif, karena menunjukkan bahwa perusahaan mungkin menyimpan terlalu banyak aset lancar tanpa dimanfaatkan secara produktif (Reschiwati et al., 2020). Hal ini dapat dianggap sebagai bentuk inefisiensi dalam pengelolaan aset, terutama jika dana tersebut bisa dialokasikan untuk investasi atau ekspansi yang menghasilkan imbal hasil lebih tinggi. Oleh karena itu, arah moderasi negatif dari profitabilitas terhadap hubungan likuiditas dan nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi tidak terlalu bergantung pada tingkat likuiditas dalam menciptakan nilai, dan bahkan bisa kehilangan nilai jika dana likuid tidak dimanfaatkan secara optimal (Markonah et al., 2020; Putro &

Risman, 2021; Yudha et al., 2021). Sebaliknya, pada perusahaan yang kurang menguntungkan, likuiditas yang baik tetap menjadi sinyal positif bagi pasar bahwa perusahaan masih mampu bertahan dan memenuhi kewajiban, sehingga mendukung peningkatan nilai perusahaan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan peneliti menyimpulkan bahwa, 1) Corporate Social responsibility berpengaruh Positif terhadap nilai Perusahaaan 2) Likuiditas Berpengaruh positif dan signifikan terhadap biaya Nilai Perusahaan 3) Corporate Social Responsibility berpengaruh terhadap nilai Perusahaan dengan dimoderasi profitabilitas mempunyai arah negative. 4) Likuiditas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan dengan dimoderasi profitabilitas mempunyai arah negative

Saran bagi peneliti selanjutnya agar memperluas populasi sehingga sampel yang akan digunakan semakin banyak serta bisa mewakili semua bentuk Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan jika mengambil judul yang sama maka dihrapkan menambah variable untuk memperkuat hasil penelitian selanjutnya.

Referensi

Adi put ra, I. G., & Hermawan, A. (2020). The effect of corporat e soci al responsi bi l i ty, fi rm si ze, di vidend pol icy and l i qui di ty on fi rm val ue: Evi dence from manufact uri ng compani es in Indonesi a. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*.

Aul i a, A., & Avriyant i , S. (2024). Pengaruh Profi t abi l i t as t erhadap Nil ai Perusahaan Pada Perbankan Yang Teri ndeks di LQ45 Peri ode t ahun 2016-2023. *Jurnal Mahasiswa Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, *7*.

Chi a, Y. E., Lim, K. P., & Goh, K. L. (2020). Li qui di ty and fi rm val ue i n an emergi ng market : Nonl i neari ty, pol i t i cal connect i ons and corporat e ownershi p. *North American Journal of Economics and Finance*. ht t ps: / / doi.org/ 10.1016/j .naj ef.2020.101169

Danyswara, A. I., & Hart ono, S. (2020). Pengaruh Corporat e Soci al Responsi bi l i ty (Csr) Dan Li kuidi t as Terhadap Ni l ai Perusahaan Dengan. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula*, 416–433.

Devi t a, Y., & Kardi ana, N. (2017). Hubungan penget ahuan remaj a put ri t ent ang personal hygi ene dengan benar saat menst ruasi di MA Hasanah Pekanbaru. *STIKes Payung Negeri Pekanbaru*, *4*(2).

Dzi ki r, A. N., Syahnur, & Tenri waru. (2020). Pengaruh Corporat e Soci al Responsi bi li ty Terhadap Ni l ai Perusahaan Dengan Profi t abi l i t as Sebagai Vari abel Moderasi (Studi Empi ri rs Pada Perusahaan Pert ambangan Yang Terdaft ar Di Bursa Efek Indonesi a Peri ode 2016-2018). *AJAR*, *3*(2). ht t ps: / / doi .org/ 10.61938/ fm.v17i 2.336

Efendi , A., & Ri vandi , M. (2024). PENGARUH STRUKTUR MODAL, LIKUIDITAS, DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR TRANSPORTASI DAN LOGISTIK YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2022. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, *2*(5).

Ganggi , R. A., Made, A., Apri l i a, M. E., & Poernamawat i e, F. (2023). St rukt ur Modal , Li kui di t as, Dan Profi t abi l i t as Terhadap Ni l ai Perusahaan Barang Konsumen Primer Pada Peri ode 2020-2021. *JAIM: Jurnal Akuntansi Manado*, *4*(1), 98–108.

Handayat i , P., Sumarsono, H., & Narmadi tya, B. S. (2022). CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AND INDONESIAN FIRM VALUE: THE MODERATING EFFECT OF PROFITABILITY AND FIRM'S SIZE. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*. ht t ps: / / doi.org/ 10.15549/ j eecar.v9i 4.940

Isl am, S. S., & Umai mah. (2024). Pengaruh Li kui di t as, Sol vabi l i t as Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Fi nanci al Di stress Dengan Profi t abi l i t as Sebagai Vari abel Moderasi (St udi Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaft ar Di Bursa Efek Indonesi a Tahun 2018-2021). *Jurnal Ilamiah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *8*(1), 2305–2320.

Kasmi r. (2016). *Analissi Laporan Keuangan*. PT Raj agrafi ndo Persada.

Kri st ant i , I. N. (2022). Pengaruh Corporat e Soci al Responsi bil i ty Terhadap Ni l ai Perusahaan dengan Profi t abi l i t as sebagai Vari abel Moderasi . *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, *10*(3), 551–558. ht tps: / / doi .org/ 10.37641/ j iakes.v10i 3.1484

Kurni a, J., & Ri vandi , M. (2024). Pengaruh Profi t abi l i t as Dan Leverage Terhadap Ni lai Perusahaan Perbankan Yang Terdaft ar Di Bursa Efek Indonesi a Tahun 2019-2022. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, *2*(1), 213–223.

Machmuddah, Z., Sari , D. W., & Ut omo, S. D. (2020). Corporat e soci al responsi bi l i ty, profi t abi l i ty and fi rm val ue: Evidence from Indonesi a. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. ht t ps: // doi .org/ 10.13106/ JAFEB.2020.VOL7.NO9.631

Mahendra, Y. I., Maliah, M., & Mursal i n, M. (2023). Pengaruh St rukt ur Modal dan St rukt ur Aset Terhadap Ni l ai Perusahaan Pada Perusahaan Asuransi Yang Terdaft ar di Bursa Efek Indonesi a (BEI) Tahun 2016-2020. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *20*(3), 623–636. ht t ps: / /doi .org/ 10.31851/jmwe.v20i 3.13502

Markonah, M., Sal im, A., & Franci ska, J. (2020). EFFECT OF PROFITABILITY, LEVERAGE, AND LIQUIDITY TO THE FIRM VALUE. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*. ht t ps: / / doi.org/ 10.38035/ di j efa.v1i 1.225

Noor, S., Saeed, A., Bal och, M. S., & Awai s, M. (2020). CSR permanency, fami ly ownershi p, and fi rm val ue: Evi dence from emergi ng economi es. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. ht t ps: / /doi .org/ 10.1002/ csr.1953

Panwar, R., Pandey, V., Suddaby, R., & Vi dal , N. G. (2023). Di d Indi a's CSR Mandat e Enhance or Di mi ni sh Fi rm Val ue? *Business and Society*. ht t ps: / / doi .org/ 10.1177/ 00076503221085962

Pul ukadang, V. D., Monoarfa, M. A. S., Fransi ssca, M., & Dungga. (2024). Pengaruh Li kui di t as dan Leverage Terhadap Ni lai Perusahaan Dengan Profi t abi l i t as Sebagai Vari abel Moderasi (Perusahaan Subsekt or Logam dan Sejeni snya Peri ode 2019-2023). *Jurnal Ilmu Ekonomi Vol.*, *7*(4), 2087–2099. ht t ps: / / doi.org/ 10.52644/ joeb.v12i 4.292

Put ri , N. M., & Rivandi , M. (2023). St rukt ur Modal dan Li kui di t as Terhadap Profi t abi l i t as Pada Sekt or Perdagangan, Jasa dan Invest asi . *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, *14*(7). ht t ps: / / doi.org/ 10.59188/ coval ue.v14i 7.3937

Put ro, D. C., & Ri sman, A. (2021). THE EFFECT OF CAPITAL STRUCTURE AND LIQUIDITY ON FIRM VALUE MEDIATED BY PROFITABILITY. *The EUrASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*. ht t ps: / / doi.org/ 10.35678/ 2539-5645.2(27).2021.26-34

Rasyi d, C. A. M. P., Indri ani , E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporat e Soci al Responsi bi l i ty Dan Strukt ur Modal Terhadap Ni l ai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profi t abi l i t as Sebagai Vari abel Moderasi Pada Perusahaan Pert ambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, *7*(1), 135–156. ht t ps: / / doi.org/ 10.29303/ j aa.v7i 1.146

Reschi wat i , R., Syahdi na, A., & Handayani , S. (2020). Effect of l iqui di ty, profi t abi l i ty, and si ze of compani es on fi rm val ue. *Utopia y Praxis Latinoamericana*, *25*(Ext ra 6), 325–332. ht t ps: / /doi .org/ 10.5281/ zenodo.3987632

Ri ski , I. A., & Praset iono. (2023). Pengaruh Corporat e Soci al Responsi bi l i ty Terhadap Ni l ai Perusahaan dengan Profi t abi l i t as Sebagai Vari abel Moderasi (St udi Empi ri s Pada Perusahaan Manufakt ur yang Terdaft ar di BEI Peri ode Tahun 2017-2021). *Diponegoro Journal of Management*, *12*(4), 1–12. ht t p: / / ej ournal - s1.undi p.ac.i d/ i ndex.php/ dbr

Ri vandi , M. (2021). Pengaruh St rukt ur Kepemi li kan Terhadap Pengungkapan Corporat e Soci al Responsi bi li ty. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, *16*(1), 21. ht t ps: / / doi .org/10.25105/ j i pak.v16i 1.6439

Ri vandi , M., & Pet ra, B. A. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan Dan Minuman*. *2*(8), 2571–2580.

Ri vandi , M., & Put ra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profi t abi l i t as dan Komi t e Audi t Terhadap Pengungkapan Corporat e Soci al Responsi bi l i ty. *Owner*, *5*(2), 513–524. ht tps: / / doi .org/ 10.33395/ owner.v5i 2.468

Ri vandi , M., & Sept i ano, R. (2021). PENGARUH CAPITAL INTELLECTUAL DISCLOSURE DAN. *Jurnal AkuntansiTrisakti*, *08*(1), 123–136. ht t ps: / / doi.org/ ht tp: / / dx.doi .org/ 10.25105/ j at .v8i 1.7631

Sept i ana, A. (2019). Anal i si s Laporann Keuangan Konsep dan Deskri psi Laporan Keuangan. In *Duta Media Publishing*.

Sept i ana, G., Dewi , M. K., & Mei ri na, E. (2023). Pengaruh Dewan Komi saris Independen, Ukuran Perusahaan Dan Profi t abi l i t as Terhadap Pengungkapan Risi ko Perusahaan Food And Beverage Di BEI. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, *7*(1), 55–66. ht t ps: / / doi .org/ 10.31629/ j i afi .v7i 1.6101

Surya, L. P. (2018). Pengaruh Corporate Soci al Responsi bi li ty Terhadap Nil ai Perusahaan Dengan Profi t abi l i t as Sebagai Vari abel Moderat i ng. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, *7*(1), 1–18. www.hukumonl i ne.com

Tahu, G. P., & Susi l o, D. D. B. (2017). Effect of Li qui di ty, Leverage and profi t abi l i ty t o The Fi rm Val ue (Divi dend Pol i cy as Moderat i ng Vari abl e) in Manufact uri ng Company of Indonesi a St ock Exchange. *Research Journal of Finance and Accounting*.

Tyarna, A. G., & Bawono, A. D. B. (2024). Pengaruh Li kuidi t as, Solvabi l i t as & Akt ivi t as t erhadap Ni l ai Perusahaan dengan Profi t abi l i tas sebagai Vari abel Moderat i ng (St udi Empi ri s Pada Perusahaan Indust ri yang Terdaft ar di Bursa Efek Indonesi a Tahun 2019-2022). *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, *5*(8), 3919–3931. ht t ps: / / doi.org/ 10.47467/ elmal .v5i8.4104

Wi narno, W. W. (2017). *Analisis ekonomertika dan statistika dengan Eviews*. unit penerbi t .

Yudha, A. M., Sari , P. I. P., & Saput ra, D. (2021). t he Effect of Leverage, Li qui dity, and Corporat e Soci al Responsi bi l i ty on Company Val ue Wi th Provit abi l i ty As t he Moderat i ng Vari able. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *9*(2), 113–128.

Yuswandani , A. E., Tubast uvi , N., Darmawan, A., & Rahmawat i , I. Y. (2023). The Effect Of Capi t al St ruct ure, Profi t abi l i ty and Li qui di ty on Fi rm Val ue Wi th Di vi dend Pol i cy As A Moderat i ng Vari able. *SENTRALISASI*. ht t ps: / / doi.org/ 10.33506/ sl .v12i 2.2156