

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman

Laila Putri Setia Arti¹ Anisa Sains Kharisma² Dumadi³

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi,
Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia^{1,2,3}

Email: lailaputrisa07@gmail.com¹ anisasains08@gmail.com² dumadi_adi@yahoo.co.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, likuiditas dan pengungkapan CSR yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Metode yang dipergunakan yakni penelitian kuantitatif, dengan data sekunder berbentuk laporan keuangan tahunan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2021. Populasi penelitian yakni sebanyak 33 perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, didapatkan sampel sebanyak 16 perusahaan. Penelitian ini menggunakan alat bantu menganalisis data dengan program IBM SPSS versi 25. Hasil dari analisis yaitu profitabilitas (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas (CR) dan pengungkapan CSR berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. profitabilitas, likuiditas dan pengungkapan CSR secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Likuiditas, Nilai perusahaan, Pengungkapan CSR, dan Profitabilitas



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Terdapat banyak perusahaan dengan berbagai macam sektor pada era modern ini, yang secara ketat bersaing. Tidak lain tujuan tiap perusahaan itu yakni memperoleh laba, dan harapan dari perusahaan itu tiap waktu laba yang dihasilkan terus meningkat. Sehingga diperlukan jaminan bahwasanya perusahaan akan terus berlanjut, kecerdasan finansial dalam bentuk keuntungan saat ini tidak bisa diandalkan dan tidak cukup untuk menopang perusahaan. Namun, perusahaan wajib menampilkan dan memberi informasi lain yang diperlukan untuk pengambilan keputusan oleh pemangku kepentingan. Menurut penelitian Murniati *et al.* (2018) bahwasanya ketatnya persaingan di pasar domestik dan internasional mengharuskan perusahaan agar selalu menjaga nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah Jika kinerja perusahaan memuaskan, akibatnya bisa dikatakan bahwasanya perusahaan itu punya nilai yang sangat baik. Bila harga saham satu perusahaan tinggi, akibatnya perusahaan itu baik-baik saja, sebab tujuan utamanya yakni untuk menaikkan kesejahteraan keuangan pemilik ataupun pemegang sahamnya, yang pada gilirannya menaikkan nilai perusahaan (Nila *et al*, 2018).

Kemanjuran manajemen, yang diukur dengan profitabilitas setelah biaya, tercermin dalam rasio profitabilitas (Rahayu, 2021). Ketika rasio naik, itu berarti manajemen melaksanakan pekerjaan yang baik dalam menyeimbangkan kebutuhan keuangan operasional dan laba bersih (Liniarti & Nasution, 2022). Untuk mendapatkan investor untuk mengambil bagian dalam meningkatnya permintaan saham, perusahaan wajib memperlihatkan profitabilitas (Muchtar, 2021). Dalam analisis ini, *Return on Assets* (ROA) berfungsi sebagai rasio profitabilitas. Satu dari cara guna mengevaluasi profitabilitas organisasi yakni dengan menghitung Pengembalian Aset (ROA) (Muchtar, 2021). *Return on Assets* (ROA) mengukur berapa banyak uang yang dihasilkan setelah semua biaya dikurangi. Ada banyak alasan mengapa *Return on Assets* (ROA) dipilih sebagai metrik untuk dianalisis dalam makalah ini.

Salah satunya yakni ROA memberi indikator yang bisa diandalkan tentang seberapa baik bisnis mampu memanfaatkan peluangnya (Febriana & Rismanty, 2021). Beureukat (2018) Dalam penelitiannya, Distyowati dan Purwohandoko (2019) menemukan bahwasanya profitabilitas menaikkan nilai satu perusahaan. Studi Umam dan Hartono (2019), sebaliknya, memperlihatkan bahwasanya profitabilitas punya dampak negatif dan cukup besar pada nilai perusahaan.

Menurut Tumanan & Ratnawati (2021) Tingkat likuiditas yang tinggi memperlihatkan kemampuan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan investor baru, yang pada gilirannya akan menaikkan nilai perusahaan melalui belanja modal mereka. Menurut Akbar & Fahmi (2020) Perusahaan sangat khawatir tentang likuiditas mereka sebab sangat penting untuk kesuksesan mereka. Dijelaskan bagaimana faktor likuiditas memengaruhi *rasio lancar* (CR) dan *rasio cepat* (QR), dan bagaimana rasio ini meringkas kapasitas perusahaan guna memenuhi komitmen jangka pendek, keduanya berkontribusi terhadap nilai perusahaan, bila semakin besar persentase current ratio (CR) serta quick ratio (QR) akibatnya perusahaan punya tingkat likuidasi baik (M. Sari & Diana, 2020). Sebagai konsep inti, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) membuat bisnis bertanggung jawab lebih dari sekedar keuntungan mereka, menuntut agar mereka mengatasi masalah sosial dan lingkungan saat mereka tumbuh (Sapari, 2023). Ketika sebuah perusahaan berusaha menaikkan nilainya dengan rasio keuangan, akibatnya perusahaan akan menaikkan dengan memaksimalkan pendapatan ataupun produksi. Hal ini akan berdampak negatif pada lingkungan serta menyebabkan tingginya tingkat ketimpangan sosial. Perusahaan diharapkan untuk fokus tak hanya kegiatan ekonomi, namun aspek lingkungan serta sosial dari perusahaan (Indriyani & Yuliandhari, 2020). Nilai bisnis tergantung pada lingkungannya. Mempertimbangkan lingkungan setempat, terutama bisa mempengaruhi operasi perusahaan (Candra & Cipta, 2022).

Masyarakat saat ini bertambah keberaniannya dalam mengutarakan tuntutan kepada perusahaan, sebab kepentingan publik dalam topik dampak perusahaan terhadap lingkungan setempat. perusahaan memanfaatkan sumber daya yang sudah ada sebelumnya sebagai pendorong operasi mereka, karenanya penting bagi masyarakat guna mengetahui bagaimana perusahaan mereka dukung berdampak pada lingkungan dan masyarakat. Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada kemampuannya untuk memperlihatkan tugasnya terhadap lingkungan, baik eksternal maupun internal. Secara tidak langsung, persepsi masyarakat terhadap korporasi akan meningkat Bila pemimpinnya mengutamakan kepedulian terhadap lingkungan. Persepsi publik yang positif terhadap satu perusahaan bisa menaikkan nilainya (Candra & Cipta, 2022). Peningkatan nilai perusahaan dan peningkatan kinerja perusahaan termasuk dua manfaat CSR yang dilaksanakan secara berkelanjutan. Dengan adanya CSR, sebuah bisnis bisa menaikkan reputasi dan keuntungannya untuk jangka panjang (Humairoh, 2018). Perusahaan wajib mencegah terjadinya efek negatif, sebab hal ini bisa menimbulkan persepsi yang buruk terhadap perusahaan oleh investor yang berujung pada penurunan nilai perusahaan.

Menurut latar belakang diatas bias diambil kesimpulan bahwasanya pengkajian ini berusaha memberikan bukti apakah ada “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun (2017-2021)”. Berlandaskan penjelasan latar belakang akibatnya didapat rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana pengaruh profitabilitas, Likuiditas dan Pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan (sub sektor makanan dan minuman) yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021? dan Berlandaskan latar belakang dan rumusan masalah akibatnya tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut: Untuk

mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (sub sektor makanan dan minuman) yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

Kajian Literatur

Teori Stakeholder

Stakeholder didefinisikan sebagai *any group or individual who can affect or is affected by the achievement of the organization's objectives*. Freeman (1984). Artinya, siapa pun yang punya mempengaruhi dalam hasil serangkaian tujuan tertentu (Said, 2018). Menurut Teori *stakeholder*, tujuan utama bisnis bukanlah untuk memaksimalkan keuntungannya sendiri, namun guna memaksimalkan keuntungan dari banyak pemangku kepentingannya (Budiasni & Darma, 2020). Teori *stakeholder* diterapkan pada pertanyaan tentang siapa yang wajib diwaspadai oleh perusahaan. Dengan Teori *stakeholder*, Anda seharusnya membantu orang, sebab *stakeholder* mendukung keberlangsungan perusahaan. Bila perusahaan tidak memperhatikan pemangku kepentingan, akibatnya pemangku kepentingan itu bisa menarik sumber daya dikelola perusahaan, serta hal ini berbahaya bagi kelangsungan pembangunan perusahaan (Nurfauziah & Utami, 2021). Oleh sebab itu, para *stakeholder* wajib dikelola dengan baik agar perusahaan mendapat dukungan serta tujuan perusahaan bisa tercapai (N. M. D. R. Sari & Dewi, 2019).

Nilai Perusahaan

Marjohan (2022) nilai perusahaan (EV), dikenal sebagai nilai perusahaan, didefinisikan sebagai indikasi pasar untuk mengevaluasi bisnis secara keseluruhan dan menekankan pentingnya bagi investor. Harga saham satu perusahaan mencerminkan konsensus pasar tentang nilai perusahaan (Sudarno, 2022). Semakin besar harga saham, semakin banyak investor percaya pada nilai perusahaan. Ketika nilai perusahaan naik, begitu pula kekayaan pemegang sahamnya (Ningrum, 2022). Perusahaan bernilai lebih tinggi ketika pemegang saham mereka melakukannya dengan baik, sebab penilaian pasar didasarkan pada data harga saham, yang pada gilirannya mencerminkan kinerja aktual perusahaan (Chasanah, 2018).

Profitabilitas

Rasio profitabilitas menilai efisiensi bisnis menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas yakni metrik yang dipakai untuk mengukur kesuksesan bisnis. Efisiensi dan profitabilitas lembaga keuangan ataupun korporasi bisa dievaluasi dengan memakai rasio ini (Thian, 2022). Munawir (2010) dalam Ratnasari & Budiyo (2016) menjelaskan bahwasanya profitabilitas yakni kemampuan satu usaha guna menghasilkan laba dari total aset, pendapatan, serta modal sendiri. Oleh sebab itu, analisis profitabilitas sangat penting bagi investor jangka panjang, sebab memungkinkan pemegang saham untuk menentukan jumlah dividen yang akan dibayarkan perusahaan dari keuntungannya. Menurut Sunarto dan Budi (2009) dalam Putri & Mulyani, (2019) profit ataupun laba satu perusahaan diperlukan sebab berbagai alasan, antara lain kelangsungan kegiatan operasional perusahaan, dan laba juga bisa menentukan ketidakmampuan satu perusahaan untuk menghasilkan laba, yang akan mengakibatkan kebangkrutan perusahaan. Semakin besar tingkat profitabilitas berkelanjutan satu perusahaan, semakin besar pengaruhnya terhadap kinerja keuangan perusahaan perbankan itu dan semakin besar jaminan kelangsungan hidupnya sendiri Sari *et al.* (2020).

Likuiditas

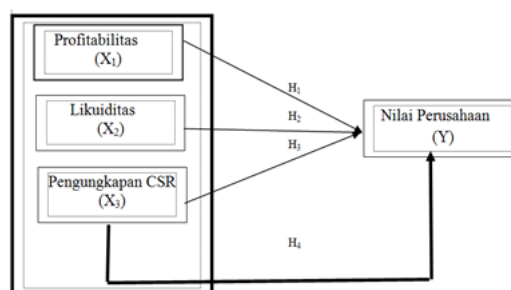
Likuiditas yakni indikator mengukur kemampuan perusahaan guna memenuhi kewajiban keuangan jangka pendeknya aset lancar saat jatuh tempo (Darmawan, 2020). Arum *et al.* (2022) mengungkapkan, Rasio likuiditas menggambarkan hubungan kas dengan aktiva lancar

lainnya serta kewajiban lancar. Menurut Darmawan (2020) Masalah likuiditas berkaitan dengan kemampuan perusahaan guna memenuhi kewajiban keuangannya akan segera terjadi. Kuantitas alat pembayaran (instrumen likuid) dimiliki satu perusahaan pada satu waktu tertentu termasuk daya bayar perusahaan itu Astuti et al. (2021). Menurut Kariyoto (2017) dalam Muslih (2019) Perusahaan dengan kemampuan membayar mungkin tidak bisa memenuhi semua kewajiban keuangannya yang akan segera terjadi, dengan kata lain perusahaan itu belum tentu punya kemampuan membayar. satu perusahaan dikatakan punya kemampuan membayar hanya Bila punya likuiditas yang cukup guna memenuhi semua kewajiban keuangan yang akan segera terjadi (Susanti, 2020). Kesanggupan membayar bisa ditentukan dengan membandingkan kemampuan membayar di satu pihak serta kewajiban finansial wajib segera dipenuhi di pihak lain.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate social responsibility (CSR) menurut Said (2018) dalam Setiyowati & Mardiana (2022) bahwasanya perusahaan berupaya untuk menaikkan citra publiknya dengan melaksanakan program kesejahteraan eksternal dan internal. Untuk memperlihatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan, perusahaan akan melaksanakan program eksternal melalui pembentukan kemitraan yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Meski secara internal mampu memproduksi dengan baik, namun memaksimalkan keuntungan dan kesejahteraan karyawan menjadi prioritas. Menurut Wati (2019) Istilah "*corporate social responsibility*" (CSR) mengacu pada janji berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis, berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, serta menaikkan kehidupan pekerjanya, keluarganya, komunitas sekitar, dan masyarakat pada umumnya. Dengan fokus pada kesukarelaan dan kolaborasi dalam semua interaksi pemangku kepentingan. Pengungkapan CSR menurut Mulyani *et al.* (2019) yakni pelaksanaan korporasi melaporkan kegiatan CSR di dalam laporan tahunannya. Menurut Sari *et al.* (2022) Komunikasi implikasi sosial serta lingkungan dari tindakan ekonomi organisasi kepada pemangku kepentingan serta masyarakat umum dikenal sebagai pengungkapan CSR. Berlandaskan penjelasan itu sebagai kesimpulan bahwasanya pengungkapan CSR yakni kegiatan korporasi pada masyarakat kegiatannya wajib dilaporkan dalam laporan tahunan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021

Sebagai indikator kinerja serta alat opini publik, nilai intrinsik perusahaan meningkat seiring pertumbuhan keuntungannya. Investor membutuhkan data kinerja dan nilai. Perusahaan menghargai harga saham mereka (Ridha, 2019). Tujuan utama perusahaan yakni

guna menaikkan kekayaan pemegang sahamnya, oleh sebab itu nilai perusahaan sangat perlu dimaksimalkan. Kapitalisasi pasar yang tinggi memperlihatkan bahwasanya investor yakin akan kesuksesan perusahaan saat ini dan di masa depan (Paat *et al.*, 2021). Penelitian Paat *et al.* (2021) menyatakan secara simultan profitabilitas yang diprosikan menjadi ROA secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan, dimana ROA secara positif serta signifikan memengaruhi nilai perusahaan itu. Sama halnya dengan temuan Yanti & Darmayanti (2019) mengungkapkan profitabilitas secara positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan di perusahaan makanan dan minuman di BEI. Elsa & Nailal (2022) juga mengungkapkan bahwasanya profitabilitas berdampak negatif signifikan pada nilai perusahaan. Profit ataupun keuntungan termasuk faktor terpenting bagi investor. Laba tinggi menarik investor guna menanamkan modalnya pada perusahaan itu, berharap return didapat juga tinggi. Berbagai tindakan manajemen berusaha menaikkan nilai perusahaan dengan menaikkan kekayaan pemilik serta pemegang sahamnya, sebagaimana tercermin dalam harga saham. Oleh sebab itu, investor tertarik guna menganalisis nilai perusahaan dalam keadaan seperti ini, sebab analisis semacam itu memberi investor informasi berharga untuk mengevaluasi prospek keuntungan perusahaan di masa depan (Wardhani *et al.*, 2021). Sesuai penjelasan tersebut, hipotesis penelitian ini yakni: H1: Profitabilitas secara positif memengaruhi nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021

Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya yakni likuiditasnya. Semakin besar likuiditas satu perusahaan, semakin besar kemampuannya untuk memenuhi kewajibannya; akibatnya, perputaran kas yang tinggi dalam perusahaan termasuk indikasi kesehatan perusahaan. Alat ukur yang dipakai untuk rasio likuiditas dipercaya paling lancar yakni Current Ratio (CR) (Wahyuni & Hafiz, 2018). Hasil yang tinggi dari perhitungan CR bisa memperlihatkan kondisi keuangan perusahaan yang baik, sebab perusahaan mempunyai aktiva lancar yang lebih banyak dibanding kewajibannya. Sehingga tingkat resiko kewajiban lancar yang tidak terbayar menjadi berkurang sebab punya aktiva lancar yang banyak yang bisa dipakai saat dibutuhkan (Sulistiana & Pranjoto, 2022). Sulistiana & Pranjoto (2022) menyatakan "likuiditas secara parsial berdampak positif dan signifikan pada nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman". Rahmansyah (2018) menyatakan "likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan". Yanti & Darmayanti (2019) dalam penelitiannya menjelaskan bahwasanya likuiditas secara positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan di perusahaan makanan serta minuman. Likuiditas pada dasarnya sama dengan nilai komersial. Perusahaan "cair" dapat memenuhi kewajiban finansialnya, oleh karena itu investor mempercayai mereka (Maghfiroh & Fidiana, 2019). Jika sebuah perusahaan memiliki terlalu banyak uang dan menginvestasikannya secara tidak efisien, investor mungkin tidak menyukainya. Bila kewajiban lancar perusahaan lebih besar daripada asetnya, investor mungkin menganggapnya tak likuid serta tak bisa memenuhi kewajibannya. Berlandaskan penjelasan itu akibatnya hipotesis studi ini ialah: H2: Likuiditas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2017-2021.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021

Penelitian Fatmala (2020) mengungkapkan CSR secara positif memengaruhi nilai perusahaan, dengan demikian, dampak pengungkapan CSR pada nilai perusahaan meningkat serta laba perusahaan meningkat. Penelitian Muhlis & Gultom (2021) juga mengungkapkan

bahwasanya “CSR memengaruhi nilai perusahaan”. Nurhayati *et al.* (2021) dalam studinya juga menjelaskan bahwasanya “CSR secara positif memengaruhi nilai perusahaan”. Pengungkapan CSR hanya termasuk laporan sukarela oleh korporasi (Yovana & Kadir, 2020), namun kini pemerintah sudah meratifikasi UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), mengamanatkan dunia usaha memperhatikan tanggung jawab sosialnya. CSR yakni pendekatan manajemen bisnis yang bertujuan untuk memberi manfaat bagi masyarakat dan perusahaan itu sendiri dengan menumbuhkan persepsi publik yang menguntungkan tentang bisnis tersebut. CSR juga bisa dipakai untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan yang termasuk akibat langsung dari kegiatan bisnis (Novia & Halmawati, 2022). Berlandaskan penjelasan itu akibatnya hipotesis nya adalah: H3: Pengungkapan CSR secara negatif memengaruhi nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman tercatat di BEI tahun 2017-2021.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021

Perusahaan dengan profitabilitas yang kuat dan tingkat pengungkapan CSR tinggi juga menghasilkan nilai perusahaan kuat. Investor tidak hanya mengandalkan data keuangan saat membuat pilihan investasi (Mentari & Idayati, 2021). Untuk keputusan investasi, pemegang saham memerlukan transparansi sosial dari perusahaan. Harga saham perusahaan menguntungkan serta transparan tumbuh. Investor dapat diyakinkan pengungkapan CSR. Semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan, semakin banyak informasi sosial yang diungkapkannya (Siregar & Tampubolon, 2019). Keuntungan belum tentu tumbuh dengan harga saham. Perusahaan peduli lingkungan lebih cenderung menekankan kesuksesan finansial, bisa menaikkan nilai investor. Reputasi yakni kunci guna menarik investor serta menumbuhkan nilai perusahaan (Chumaidah & Priyadi, 2018). Perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi seringkali bertujuan guna menaikkan upaya CSR mereka guna memperlihatkan kepada investor bahwasanya mereka tak hanya fokus pada jangka pendek (pendapatan), namun pada jangka panjang (penciptaan nilai bagi perusahaan). Perusahaan punya likuiditas tinggi biasanya memperlihatkan bahwasanya mereka lebih baik daripada perusahaan lain lewat sebuah sinyal (Aji & Atun, 2019). Sinyal ini ditunjukkan memberi rincian tambahan tentang kontribusi mereka kepada masyarakat dan lingkungan (Z. B. Putri & Budiyanto, 2018). Satu dari cara korporasi membangun kepercayaan dan mempertahankan citra baiknya yakni dengan mempublikasikan informasi tentang tindakannya peduli pada tanggung jawab sosial dan lingkungan (Hamzah, 2019). Berlandaskan penjelasan itu akibatnya hipotesis dalam studi ini yakni: H4: Ada pengaruh profitabilitas, likuiditas serta pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman terdaftar di BEI tahun 2017-2021

METODE PENELITIAN

Objek dan Waktu Penelitian

Objek penelitian merupakan tempat/sasaran dalam penelitian yang digunakan untuk mendapatkan suatu data yang obyektif, valid, reliabel, dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Objek dalam penelitian ini adalah subsektor perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang memiliki laporan keuangan tahunan dari tahun 2017-2021 dengan data yang didapat dari *website* resmi www.idx.co.id. BEI tahun 2017-2021.

Variabel Dependen

- a. Nilai perusahaan (Y). Penilaian perusahaan dilakukan pengukuran menggunakan PBV, harga pasar per lembar persahaman yang dimiliki perusahaan melalui penilaian buku per

persahaman yang dipunyai perusahaan serta Modal dengan total saham yang dikeluarkan perusahaan.

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku perlembar Saham}}$$

Variabel Independen

- a. Profitabilitas(X1). Profitabilitas yakni rasio dipakai guna menilai kapasitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Menurut Hery (2018), rumus ROA sebagai berikut:

$$\text{Return On Assets (ROA)} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Aset}}$$

- b. Likuiditas (X2). Rasio likuiditas mengukur kemampuan perusahaan guna memenuhi kewajiban jangka pendeknya aset lancarnya. Menurut Hery (2018), rumus current ratio, yakni:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}} \times 100\%$$

- c. Pengungkapan CSR. Kinerja CSR perusahaan bisa diukur dengan memakai indikator Sustainability Reporting Guidelines (SRG), diterbitkan Global Reporting Initiative (GRI). Pedoman akan dipakai dalam studi ini yakni Global Reporting Initiative Generation 4 (GRI G4) yang dikeluarkan GRI pada Mei 2013 (Rezaee *et al.*, 2019).

$$CSRIj = \frac{\sum Xij}{Nij}$$

Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Investigasi ini memakai data sekunder dikumpulkan dari perusahaan manufaktur terdaftar di BEI antara tahun 2017 -2021. Penelitian ini memanfaatkan teknik pengambilan data purposive sampling menurut Sugiyono (2018) termasuk teknik pengambilan sampel sumber data melalui beberapa pertimbangan guna mencapai tujuan penelitiannya keuangan perusahaan, dipublikasikan dan berhubungan dengan variabel yang diteliti.

Populasi dan Sampel

Populasi yakni sekelompok beberapa elemen dengan karakteristik tertentu, membantu penelitian dalam membuat satu simpulan sebanyak 33 perusahaan dan yang dapat didapatkan sejumlah 16 perusahaan yang dipakai menjadi pengambilan sampel dalam periode 2017-2021 Teknik mengambil persampelan yaitu melalui pemakaian purposive sampling melalui karakteristik yang diputuskan pengkaji yang dijadikan suatu perhitungan. Diantara metode penganalisisan pendataan yang dipakai yaitu meliputi pengujian pengasumsian klasik, penganalisisan regresi kelinieran berganda, pengujian hipotesis, serta pengujian kekofisienan determinasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	80	-.12	.22	.0650	.07306
Likuiditas	80	.58	15.50	2.8182	2.58892
CSR	80	.18	.35	.2309	.04879
Nilai Perusahaan	80	.33	6.86	2.3239	1.53170
Valid N (Listwise)	80				

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Menurut perolehan proses uji tersebut Profitabilitas (X_1) punya nilai minimum sejumlah -0,12, maksimum senilai 0,22, rata-rata senilai 0,0650 serta standar deviasi senilai 0,07306. Likuiditas (X_2) punya nilai minimum sejumlah 0,58, maksimum senilai 15,50, rata-rata senilai 2,8182 serta standar deviasi senilai 2,58892. Pengungkapan CSR (X_3) punya nilai minimum sejumlah 0,18, maksimum senilai 0,35, *mean* senilai 0,2309 serta standar deviasi senilai 0,04879. Nilai Perusahaan (Y) punya nilai minimum sejumlah 0,33, maksimum senilai 6,86, rata-rata senilai 2,3239 serta standar deviasi senilai 1,53170.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
		80
Normal Parameters ^{a,b}	n	.000000000
	Deviation	1.41892405
Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.076
st Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
st distribution is Normal		
Iculated from data		
Efors Significance Correction		
s is a lower bound of the true significance		

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Menurut perolehan kenormalitasan pada tabel 2 Berdasarkan hasil dari uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test*, dapat dilihat angka *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 serta lebih besar dari 0,05. Oleh sebab itu, dikatakan indikasi data berdistribusi normal dan disertai normalitas model regresi terpenuhi.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Profitabilitas	.689	1.451
Likuiditas	.855	1.169
CSR	.625	1.601

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Perolehan melalui tabel tersebut Variabel Profitabilitas mempunyai angka *Tolerance* 0,689 > 0,10 serta angka VIF sejumlah 1,451 < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Variabel Likuiditas mempunyai angka *Tolerance* 0,855 > 0,10 serta angka VIF sejumlah 1,169 < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Variabel CSR mempunyai angka *Tolerance* 0,625 > 0,10 serta angka VIF sejumlah 1,601 < 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	1.355	.505		2.682	.009
	Profitabilitas	1.781	1.566	.154	1.137	.259
	Likuiditas	-.060	.040	-.182	-1.504	.137
	CSR	-.741	2.463	-.043	-.301	.764
a. Dependent Variable: Abs_Resid1						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil gambar tersebut memperlihatkan tanpa ada variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada angka signifikansi $> 0,05$. Hal ini dapat dijelaskan Variabel Profitabilitas (ROA) punya angka signifikansi senilai $0,259 > 0,05$ Jadi tidak ada heteroskedastisitas. Variabel likuiditas (CR) punya angka signifikansi senilai $0,137 > 0,05$ jadi tidak ada heteroskedastisitas. Variabel CSR mempunyai angka signifikansi senilai $0,764 > 0,05$ sehingga tidak ada heteroskedastisitas.

Uji Autokolerasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.377 ^a	.142	.108	1.44666	.832
a. Predictors: (Constant), CSR, Likuiditas, Profitabilitas					
b. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan					

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Berdasarkan hasil gambar tersebut menunjukkan bahwa angka *Durbin-Watson* (DW) senilai 1,832. Maka dari itu, dikatakan tidak terdapat autokorelasi bahwa dalam model regresi penelitian, karena nilai 1,832 terletak di antara -2 dan +2 yaitu $-2 < 1,832 < +2$.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.150	.866		2.483	0.15
	Profitabilitas	8.249	2.683	.393	3.074	.003
	Likuiditas	.032	.068	.055	.475	.636
	CSR	-1.963	4.221	-.063	-.465	.643
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

$$Y = 2,150 + 8,249 + 0,032 - 1,963$$

Nilai konstanta yakni 2,150, dalam hal ini nilai perusahaan 2,150 jika setiap variabel dianggap konstan pada nol. Koefisien regresi Profitabilitas (X1) senilai 8,249 artinya tiap kenaikan Profitabilitas pada periode tertentu akan menaikkan Nilai Perusahaan 8,249. Koefisien Likuiditas (X2) sejumlah 0,032, artinya tiap kenaikan Likuiditas pada periode tertentu menaikkan Nilai Perusahaan 0,032. Koefisien regresi CSR Disclosure (X3) senilai -1,963 memaparkan bahwasanya kenaikan perputaran persediaan satu periode akan menurunkan nilai perusahaan 1,963.

Uji-t

Tabel 7. Uji t

Model	Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	2.150	.866		2.483	0.15
	Profitabilitas	8.249	2.683	.393	3.074	.003
	Likuiditas	.032	.068	.055	.475	.636
	CSR	-1.963	4.221	-.063	-.465	.643
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ditentukan oleh nilai probabilitas 0,003 yang $< 0,05$, sesuai Tabel 4.7. Hal ini memaparkan bahwasanya profitabilitas secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan, sehingga H1 bisa diterima. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan Sesuai tabel 4.7 pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan punya probabilitas 0,636. Oleh sebab itu, memaparkan bahwasanya likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan, dan H2 bisa ditolak. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan Berlandaskan tabel 4.7 pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan punya probabilitas 0,643. Dengan demikian, hal ini memaparkan pengungkapan CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan, dan H3 bisa ditolak.

Uji-f

Tabel 8. Uji Simultan (Uji F)

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.288	3	8.763	4.187	.008 ^b
	Residual	159.054	76	2.093		
	Total	185.342	79			
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						
b. Predictors: (Constant), CSR, Likuiditas, Profitabilitas						

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Menurut perolehan tersebut didapatkan angka Fhitung sejumlah 4.187 Hingga didapatkan angka Fhitung $> F_{tabel}$ ataupun $4.187 > 2.72$ melalui angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasanya profitabilitas (ROA), Likuiditas CR dan CSR secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan Demikian, H₄ diterima.

Kofesien Determinasi

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.377 ^a	.142	.108	1.44666	.832
a. Predictors: (Constant), CSR, Likuiditas, Profitabilitas					
b. Predictors: (Constant), Nilai Perusahaan					

Sumber: Data Olahan SPSS, 2023

Tabel 9 memberi koefisien determinan R² senilai 0,142 ataupun 14,2%. Disimpulkan bahwasanya pengaruh *Profitabilitas*, *Likuiditas*, *Pengungkapan CSR* terhadap *Nilai Perusahaan* senilai 14,2 % sisanya oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama penelitian ini menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ditentukan oleh nilai

probabilitas 0,003 yang $< 0,05$, sesuai Tabel 4.7. Hal ini memaparkan bahwasanya profitabilitas secara signifikan memengaruhi nilai perusahaan, sehingga H1 bisa diterima. Konsisten dengan temuan studi ian Paat *et al.* (2021) menyatakan secara simultan profitabilitas yang diproksikan menjadi ROA memengaruhi nilai perusahaan, dimana ROA secara positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan tersebut. Menurut teori *stakeholder*, ada efek profitabilitas di mana rasio ROA yang lebih tinggi memaparkan penggunaan aset perusahaan yang lebih efisien dalam menghasilkan laba bersih, yang mengarah pada penilaian posisi perusahaan yang lebih baik oleh stakeholder. Karena hubungan profitabilitas dengan teori stakeholder perusahaan dengan profitabilitas tinggi, akibatnya manajemen akan memperlihatkan kesuksesan kinerjanya. Kepuasan pemangku kepentingan perusahaan (pemegang saham) meningkat secara proporsional dengan profitabilitas perusahaan.

Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua penelitian ini menguji pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan. Berlandaskan tabel 4.7. pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan punya probabilitas 0,636 ataupun > 0.05 . Oleh sebab itu, memaparkan bahwasanya likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan, dan H2 ditolak. Selaras dengan temuan studi Rahmansyah (2018) menyatakan likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan. Yanti & Darmayanti (2019) dalam studinya menjelaskan bahwasanya likuiditas secara positif dan signifikan memengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman. Menurut teori *stakeholder*, tidak/adanya pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan; namun, rasio CR yang rendah umumnya dianggap memaparkan masalah likuiditas, dan rasio CR yang terlalu tinggi juga tidak diinginkan sebab memaparkan sejumlah besar dana yang tidak terpakai, yang bisa mengurangi kemampuan perusahaan guna memperoleh laba. bahwasanya baik likuiditas tinggi maupun rendah perusahaan tidak berpengaruh pada kewajiban keuangan jangka pendeknya. Sebab itu, tinggi ataupun rendahnya nilai likuiditas satu perusahaan tidak akan memengaruhi persepsi investor.

Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga penelitian ini menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Berlandaskan tabel 4.7. pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan punya probabilitas 0,643. Dengan demikian, hal ini memaparkan pengungkapan CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan, serta H3 bisa ditolak. Sesuai studi yang dilaksanakan Hermawan, A., & Putrp Putri, E.Z.A.(2022) yang mengungkapkan bahwasanya pengungkapan CSR secara signifikan tidak memengaruhi nilai perusahaan yang Artinya bahwasanya bahwasanya semakin tinggi ataupun rendahnya pengungkapan CSR perusahaan tidak memberi dampak nilai perusahaan. Adanya tidak berpengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan yang mana menurut teori *stakeholder*. Hal ini disebabkan minimnya pengungkapan oleh perusahaan. Karena suatu bisnis pada akhirnya mungkin berhasil atau gagal berdasarkan kinerja keuangannya, investor tidak menganggap CSR sebagai faktor dalam pengambilan keputusan. Ketika memutuskan apakah akan memasukkan uang ke dalam perusahaan atau tidak, calon investor sangat peduli dengan profitabilitasnya. Akibatnya, perusahaan harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk pengungkapan CSR.

Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 4 dalam studi ini yakni guna menguji pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan. Sesuai tabel 4.8 menerangkan bahwasanya pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan didapat nilai Sig. 0,008 $< 0,050$. Sehingga secara keseluruhan Profitabilitas, Likuiditas, Pengungkapan CSR

memengaruhi Nilai Perusahaan dan bisa disimpulkan H₄ diterima, yang Artinya bahwasanya bahwasanya semakin tinggi profitabilitas, likuiditas, pengungkapan CSR perusahaan secara keseluruhan memberi dampak nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Secara parsial variabel Profitabilitas (ROA) punya pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2017-2021, Secara parsial variabel Likuiditas (CR) punya pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2017-2021, Secara parsial variabel pengungkapan (CSR) punya pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2017-2021, dan Secara simultan variabel ROA, CR dan Pengungkapan CSR punya pengaruh terhadap Nilai perusahaan pada sub sektor makanan dan minuman tahun 2017-2021.

Dari temuan penelitian, penulis akan memberi saran guna mengatasi serta mengurangi kelemahan yang ada, yakni: Diharapkan penelitian selanjutnya akan memperluas variabel penelitian dengan memasukkan variabel tambahan, misalnya untuk variabel independen bisa memakai variabel Total Aset Turnover (TATO), Earning per Share (EPS), Debt Aset Ratio (DAR). Untuk variabel dependen bisa memakai variabel Divident Payout Ratio (DPR), Return Saham, Harga Saham, Price to Book Value (PBV), Leverage. Diharapkan bahwa ini akan memungkinkan para peneliti untuk meningkatkan jumlah perusahaan yang digunakan sebagai sampel dan memperpanjang durasi studi mereka untuk mendapatkan data yang lebih kuat di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F., & Fahmi, I. (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*, 5(1), 62–81.
- Budiasni, N. W. N., & Darma, G. S. (2020). *Corporate Social Responsibility dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal di Bali: Kajian dan Penelitian Lembaga Perkreditan Desa*. Nilacakra Publisihng House.
- Candra, A. G., & Cipta, W. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13(1), 71–81. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JAP/article/view/32529>
- Chasanah, A. N. (2018). Pengaruh Rasio Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2017. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 39–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i1.2287>
- Febriana, H., & Rismanty, V. A. (2021). *Dasar-Dasar Analisis Laporan Keuangan*. Media Sains Indonesia.
- Febrina, R., Firmialy, Sita D., & Amalo, Fitriningsih. (2022). *Dasar-Dasar Pengelolaan Keuangan*. Media Sains Indonesia.
- Humairoh, F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013--2015. *Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 15(2), 162–188. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.25170/balance.v15i2.81>
- Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan

- Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 1559–1568. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.33197/jabe.vol6.iss1.2020.466>
- Liniarti, S., & Nasution, R. S. A. (2022). *Kajian Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Guepedia.
- Marjohan, M. (2022). *Manajemen Keuangan: Mengatur Keuangan Bidang Industri, Kepemimpinan dan Kewirausahaan*. Jakad Media Publishing.
- Muchtar, E. H. (2021). *CORPORATE GOVERNANCE: Konsep dan Implementasinya Pada Emiten Saham Syariah*. Penerbit Adab.
- Murniati, L., Rapini, T., & Sumarsono, H. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (Csr) Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 26–36.
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan: Konsep dan Aplikasi*. Penerbit Adab.
- Nurfauziah, F. L., & Utami, C. K. (2021). Pengaruh Pengungkapan Csr Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Sub Sektor Tekstil Dan Garmen. *Jurnal Akuntansi*, 15(1), 42–70.
- Rahayu. (2021). *Kinerja Keuangan Perusahaan*. Program Pascasarjana Universitas Prof. Moestopo.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*.
- Sapari. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(3), 1–26. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5142>
- Sari, M., & Diana, H. (2020). Analisis Rasio Keuangan Untuk Memprediksi Kondisi Financial Distress Perusahaan Pulp dan Kertas Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2017 Dengan Model Altman Z-Score. *Research in Accounting Journal (RAJ)*, 1(1), 32–48. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/raj/article/view/32>
- Sari, N. M. D. R., & Dewi, I. G. A. A. O. (2019). Pengaruh Carbon Credit, Firm Size, Dan Good Corporate Governance terhadap Kinerja Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.38043/jiab.v4i1.2144>
- Sari, N. M. R. M., Susila, G. P. A. J., & Telagawathi, N. L. W. S. (2020). Pengaruh Likuiditas dan Solvabilitas Terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batubara yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 11(2), 256–262. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.23887/jap.v11i2.29248>
- Sari, R., Marnisah, L., & Wijaya, H. (2022). *Statistik Ekonomi*. Media Sains Indonesia.
- Sudarno. (2022). *Teori Penelitian Keuangan*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Tumanan, N., & Ratnawati, D. (2021). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage Terhadap Nilai Perusahaan, CSR Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 123–136. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.380>