

**DAMPAK LIKUIDITAS, TANGGUNGJAWAB SOSIAL, *LEVERAGE*,  
PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI  
PERUSAHAAN**

**Sofia Prima Dewi**  
Universitas Tarumanagara  
sofiad@fe.untar.ac.id

***ABSTRACT***

*This research aims to determine the role of liquidity, social responsibility, leverage, profitability and company size on company value in the non-primary goods consumption sector listed on the Indonesia Stock Exchange for 3 years. The sample was selected using a purposive sampling method and 51 valid data were selected. Data processing was carried out using multiple regression analysis using the Eviews 12 program. It turned out that the research gave results that only profitability had a positive impact on company value. This proves that a company's ability to generate profits in a period is a positive signal for investors in predicting the value of a company. The research results also show that liquidity has no impact on company value in a negative direction, social responsibility has no impact on company value in a negative direction, and company size has no impact on company value in a negative direction. On the other hand, leverage has no impact on company value in a positive direction.*

***Keywords:*** *Corporate Value, Profitability, Social Responsibility, Leverage.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran likuiditas, tanggungjawab sosial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor konsumsi barang non primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 3 tahun. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan terpilih 51 data yang valid. Pengolahan data dilakukan dengan analisis regresi berganda melalui program Eviews 12. Ternyata penelitian memberikan hasil hanya profitabilitas yang memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam suatu periode merupakan signal yang positif bagi investor dalam melakukan prediksi nilai suatu perusahaan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa likuiditas tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif, tanggungjawab sosial tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif, dan ukuran perusahaan tidak memiliki dampak terhadap nilai perusahaan dengan arah negatif. Sebaliknya *leverage* tidak memiliki dampak

terhadap nilai perusahaan dengan arah positif.

**Kata kunci:** Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Tanggungjawab Sosial, *Leverage*.

## **PENDAHULUAN**

Dalam menjalankan kegiatan usaha, setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memperoleh keuntungan atau laba. Laba perusahaan menjadi salah satu ukuran kinerja dan tentunya menjadi pertimbangan bagi para investor dalam pengambilan keputusan investasi serta bagi para kreditur dalam memberikan tambahan dana buat perusahaan. Informasi laba menjadi sangat penting bagi pemakai laporan keuangan, namun seringkali laba perusahaan tidak menunjukkan informasi yang sebenarnya tentang kinerja manajemen. Hal ini tentu saja dapat menyesatkan para pemakai laporan keuangan. Untuk memperoleh kepercayaan dari para pemakai laporan keuangan, ukuran yang bisa dipakai oleh perusahaan antara lain adalah nilai perusahaan. Bagi perusahaan yang berkecimpung di dunia pasar modal, tentunya kepercayaan ini sangat penting. Melalui pasar modal, perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan perusahaan berdiri adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan agar dapat memaksimalkan laba guna memaksimalkan kesejahteraan para pemangku kepentingan. Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggungjawab terhadap para pemangku kepentingan internal saja, namun juga sudah mulai bergeser ke ranah sosial kemasyarakatan yang selanjutnya disebut dengan tanggungjawab sosial. Tanggungjawab sosial adalah kewajiban perusahaan karena wajib diungkapkan pada laporan perusahaan sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggungjawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Apabila perusahaan menerapkan tanggungjawab sosial diharapkan tindakan tidak etis dapat dikurangi karena adanya laporan yang transparan. Apalagi jika ukuran perusahaan semakin besar, tentunya perusahaan akan menjadi sorotan publik. Dengan laporan keuangan yang transparan diharapkan ada peningkatan kepercayaan dari para pemakai laporan keuangan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Selain tanggungjawab sosial dan ukuran perusahaan, masih banyak faktor-faktor lain yang diduga memiliki dampak terhadap nilai perusahaan, diantaranya rasio

keuangan seperti likuiditas, *leverage*, maupun profitabilitas. Penelitian ini dilakukan dengan mereplikasi penelitian Radja dan Artini (2020). Adapun penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian Radja dan Artini (2020), diantaranya: (1) Terdapat dua variabel baru yaitu likuiditas dan tanggungjawab sosial, (2) Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan sektor barang konsumen non primer, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan sampel perusahaan sektor barang konsumsi, (3) Periode penelitian ini adalah 2020-2022, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan periode 2017-2019. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti termotivasi untuk melakukan kembali penelitian mengenai peran likuiditas, tanggungjawab sosial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

## **TELAAH LITERATUR**

### **Teori Agensi**

Pada dasarnya, menurut Jensen dan Meckling (1976) teori agensi menjelaskan mengenai dua pihak yang memiliki motivasi yang berbeda. Satu sisi ialah prinsipal yaitu pihak yang memberi kontrak atau pemegang saham, dan di sisi lain ialah agen yaitu pihak yang menerima kontrak dan mengelola dana yang dipercayakan oleh prinsipal. Kedua pihak ini memiliki motivasi yang berbeda. Pihak prinsipal berharap kelangsungan hidup perusahaan dapat terus terjaga dan *return* atas investasi yang sudah dilakukan bisa sebesar mungkin. Pihak agen dalam hal ini manajemen perusahaan juga memiliki agenda tersendiri yaitu mendapatkan kompensasi berupa bonus yang besar atas kinerja yang sudah dilakukan, termasuk di dalamnya melakukan tindakan tidak etis demi memperoleh laba yang besar. Dengan adanya motivasi yang berbeda ini, tentu akan muncul yang namanya konflik kepentingan. Guna meminimalisasi masalah keagenan ini, perusahaan mengeluarkan biaya keagenan demi memenuhi kesejahteraan para pemangku kepentingan.

### **Teori Signal**

Brigham dan Houston (2019) mendefinisikan teori signal sebagai sebuah tindakan

yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan signal kepada para investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Setelah investor menerima informasi yang diberikan oleh pihak manajemen dalam bentuk laporan keuangan, maka investor akan melakukan interpretasi dan menganalisis laporan tersebut, lalu akan memutuskan apakah itu akan menjadi kabar baik atau buruk.

### **Nilai Perusahaan**

Radja dan Artini (2020) menjelaskan nilai perusahaan ialah kondisi tertentu yang sudah dicapai oleh perusahaan sebagai cerminan dari kepercayaan publik, sesudah beberapa tahun melakukan kegiatan operasional. Sembiring dan Trisnawati (2019) menjelaskan nilai perusahaan ialah pencapaian dari perusahaan sebagai dampak dari kepercayaan masyarakat sesudah perusahaan tersebut melalui proses waktu yang cukup lama, yaitu mulai dari perusahaan tersebut berdiri sampai saat ini. Apriyani dan Sutjahyani (2018) menjelaskan nilai perusahaan ialah penilaian pasar bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan berdasarkan peningkatan harga sahamnya.

### **Likuiditas**

Titman *et al.* (2021) berpendapat likuiditas itu ialah kemampuan finansial dari perusahaan dalam membayar tagihannya secara tepat waktu. Menurut Sandi dan Andayani (2019) likuiditas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Menurut Safitri *et al.* (2018) likuiditas adalah kemampuan perusahaan untuk menjual aset guna mendapatkan kas pada waktu yang singkat.

### **Tanggungjawab Sosial**

Widiawati dan Linawati (2022) berpendapat tanggungjawab sosial ialah suatu aksi yang dilakukan oleh perusahaan yang berangkat dari pertimbangan etis, dan aksi ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi, kualitas hidup para karyawan beserta keluarganya, serta kualitas hidup masyarakat di sekitarnya

maupun masyarakat luas. Yudha *et al.* (2021) menjelaskan tanggungjawab sosial merupakan komitmen dan kontribusi yang dilakukan oleh perusahaan di dalam upaya melakukan pengembangan ekonomi yang terus menerus dengan tetap memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan yang muncul dari aktivitas perusahaan di bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sandi dan Andayani (2019) menjelaskan tanggungjawab sosial merupakan suatu bentuk tanggungjawab dalam menjaga serta melestarikan lingkungan sekitar yang terkena dampak dari kegiatan perusahaan, sehingga perusahaan wajib bertanggungjawab atas aktivitasnya.

### ***Leverage***

Menurut Yudha *et al.* (2021) *leverage* yaitu kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban keuangan, baik kewajiban jangka pendek ataupun jangka panjang, dan *leverage* bisa mengukur sampai sejauhmana perusahaan bisa dibiayai oleh hutang. Radja dan Artini (2020) berpendapat *leverage* yaitu sejauhmana perusahaan menggunakan pembiayaan utang. Menurut Atmaja dan Astika (2018) *leverage* yaitu pengukuran besarnya aset yang dibiayai dengan hutang.

### **Profitabilitas**

Widiawati dan Linawati (2022) menyebutkan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen perusahaan. Meivinia (2018) menyebutkan profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset, maupun modal sendiri. Safitri *et al.* (2018) menyebutkan profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu.

### **Ukuran Perusahaan**

Menurut Radja dan Artini (2020) ukuran perusahaan ialah pengelompokkan beberapa kelompok perusahaan menjadi perusahaan besar, menengah, atau kecil. Menurut Tan dan Hadi (2020) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya satu perusahaan. Menurut Tassia dan Fidiana (2020) ukuran perusahaan dapat

dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Menurut Sandi dan Andayani (2019) ukuran perusahaan ialah skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Menurut Wufron (2017) ukuran perusahaan ialah skala pengukuran dimana total aset mencerminkan besar kecilnya satu perusahaan.

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian Sandi dan Andayani (2019), serta Yudha *et al.* (2021) menyatakan bahwa likuiditas berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Sukmawardini dan Ardianari (2018), Nuswandari *et al.* (2018), Damayanti dan Sucipto (2022), dan Imaama *et al.* (2022) menyatakan bahwa likuiditas berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Meivinia (2018), serta Husna dan Satria (2019) menyatakan bahwa likuiditas tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Sari dan Sedana (2019), serta Afinindy *et al.* (2021) menyatakan bahwa likuiditas tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil Nuswandari *et al.* (2018), Chabachib *et al.* (2019), Sandi dan Andayani (2019), Lukman *et al.* (2021), dan Yudha *et al.* (2021) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Apriyani dan Sutjahyani (2018), serta Widiawati dan Linawati (2022) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Wahyuni (2018) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Atmaja dan Astika (2018) menyatakan bahwa tanggungjawab sosial tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Atmaja dan Astika (2018), Karina dan Evendi (2019), Radja dan Artini (2020), dan Yudha *et al.* (2021) menyatakan bahwa *leverage* berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Lukman *et al.* (2021) menyatakan bahwa *leverage* berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Husna dan Satria (2019), serta Butar *et al.* (2021) menyatakan bahwa *leverage* tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Tassia dan Fidiana (2020) menyatakan bahwa *leverage* tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil

penelitian Atmaja dan Astika (2018), Chabachib *et al.* (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Sari dan Sedana (2019), Jaya (2020), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), Afinindy *et al.* (2021), Butar *et al.* (2021), Damayanti dan Sucipto (2022), serta Widiawati dan Linawati (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Meivinia (2018) menyatakan bahwa profitabilitas berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Nuswandari *et al.* (2018), Wahyuni (2018), serta Yudha *et al.* (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Sukmawardini dan Ardianari (2018), serta Amin (2021) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Chabachib *et al.* (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), serta Lukman *et al.* (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Susanti dan Restiana (2018) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Jaya (2020), serta Afinindy *et al.* (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian Karina dan Evendi (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan sektor barang konsumen non primer yang terdaftar selama tahun 2020-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan tidak mengalami ekuitas negatif dan perusahaan mengungkapkan tanggungjawab sosial selama periode penelitian. Sampel pada penelitian ini berjumlah 17 perusahaan sektor barang konsumsen non primer dengan total 51 data.

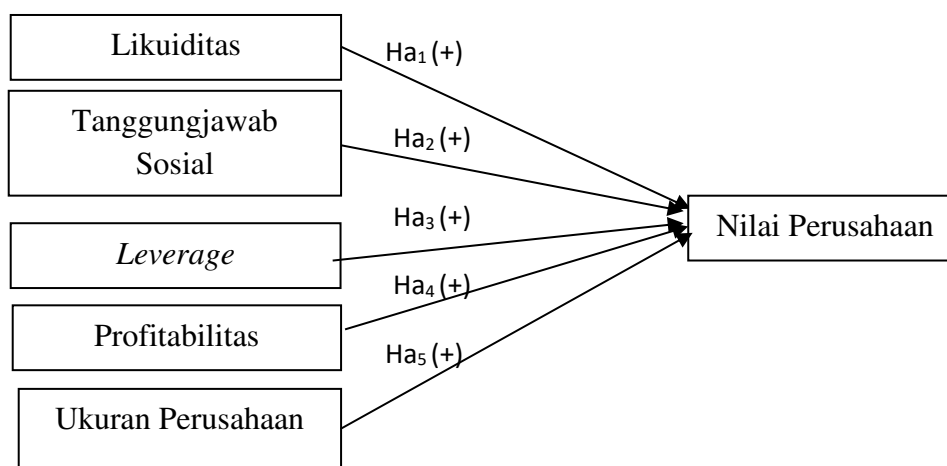
### **Operasionalisasi Variabel**

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang menggunakan proksi *Price to Book Value* (PBV), yaitu dengan cara membagi harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu likuiditas, tanggungjawab sosial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Likuiditas menggunakan proksi *Current Ratio* (CR), yaitu dengan cara membagi aset lancar dengan kewajiban lancar. Tanggungjawab sosial menggunakan proksi CSR, yaitu dengan cara membagi jumlah item informasi sosial yang diungkapkan oleh perusahaan dengan jumlah item informasi sosial yang wajib diungkapkan oleh perusahaan sesuai dengan *index Global Reporting Initiative G4*. Jumlah item tersebut sebanyak 91 item, dan akan diberi skor 1 untuk setiap item yang diungkapkan dan diberi skor 0 untuk item yang tidak diungkapkan. *Leverage* menggunakan proksi *Debt to Asset Ratio* (DAR), yaitu dengan cara membagi total hutang dengan total aset. Profitabilitas menggunakan proksi *Return on Asset* (ROA), yaitu dengan cara membagi laba bersih dengan total aset. Ukuran perusahaan menggunakan proksi UP, yaitu logaritma natural dari total aset. Berikut disajikan ringkasan operasionalisasi variabel (yang terlihat di Tabel 1).

Tabel 1 Ringkasan Operasionalisasi Variabel

Variabel	Ukuran	Skala	Sumber
Nilai Perusahaan	$PBV = \frac{\text{Harga Saham per Lembar}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$	Rasio	Radja dan Artini (2020)
Likuiditas	$CR = \frac{\text{Current Asset}}{\text{Currents Liabilities}}$	Rasio	Radja dan Artini (2020)
Tanggungjawab Sosial	$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$	Rasio	Sandi dan Andayani (2019)
<i>Leverage</i>	$DAR = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$	Rasio	Radja dan Artini (2020)
Profitabilitas	$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$	Rasio	Radja dan Artini (2020)
Ukuran Perusahaan	$UP = \text{Ln}(\text{Total Asset})$	Rasio	Radja dan Artini (2020)

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Berikut disajikan statistik deskriptif untuk setiap variabel (yang terlihat di Tabel 2).

Tabel 2 Statistik Deskriptif

	<i>Mean</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Standard Deviation</i>
PBV	0,752989	0,147651	1,597784	0,428447
CR	1,168492	0,295922	2,596284	0,536148
CSR	0,153846	0,025641	0,358974	0,089927
DAR	0,530548	0,142499	0,820867	0,184654
ROA	-0,012561	-0,122058	0,098302	0,046556
UP	28,50239	26,74645	31,56331	1,256560

### *Adjusted R<sup>2</sup>*

Berikut disajikan hasil uji *Adjusted R<sup>2</sup>* (yang terlihat di Tabel 3).

Tabel 3 Hasil Uji *Adjusted R<sup>2</sup>*

	Nilai
<i>Adjusted R<sup>2</sup></i>	0,823305

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,823305. Artinya peran likuiditas, tanggungjawab sosial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dalam mendeskripsikan nilai suatu perusahaan sebanyak 82,3305%. Sisanya sebanyak 17,6695% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ada di model penelitian.

### **Hasil Pengujian Hipotesis**

Berikut disajikan hasil pengujian hipotesis (yang terlihat di Tabel 4).

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis

	Koefisien	<i>p-value</i>	Keterangan
CR →PBV	-0,032144	0,7030	Ha1 tidak diterima
CSR →PBV	-1,354715	0,0505	Ha2 tidak diterima
DAR →PBV	1,905878	0,0526	Ha3 tidak diterima
ROA →PBV	3,029990	0,0197	Ha4 diterima
UP → PBV	-0,648339	0,1371	Ha5 tidak diterima

1) Likuiditas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien regresi likuiditas (CR) terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah negatif sebesar 0,032144. Adapun *p-value* senilai 0,7030 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 5%. Artinya likuiditas tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif dan hipotesis kesatu tidak dapat diterima. Arah negatif menunjukkan bahwa likuiditas yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi artinya perusahaan memiliki dana internal yang cukup untuk melunasi kewajiban jangka pendeknya, sehingga perusahaan akan memprioritaskan penggunaan dana internal terlebih dahulu sebelum menggunakan hutang dan menerbitkan saham baru. Kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya merupakan signal yang positif bagi para investor. Ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa perusahaan dengan likuiditas yang tinggi memberikan signal negatif buat para investor. Hal ini disebabkan investor menganggap banyak aset yang menganggur dan tidak adanya perputaran aset dalam menjalankan operasional perusahaan guna menghasilkan laba. Dengan menurunnya laba, tentu akan membuat para investor menarik diri karena menganggap kinerja perusahaan tidak baik, yang pada

akhirnya akan menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa tinggi rendahnya likuiditas tidak akan memengaruhi nilai perusahaan. Likuiditas tinggi belum tentu menurunkan nilai suatu perusahaan, demikian pula likuiditas rendah belum tentu menaikkan nilai suatu perusahaan, karena likuiditas hanyalah menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendek. Investor lebih melihat informasi lain pada laporan keuangan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Sari dan Sedana (2019), serta Afinindy *et al.* (2021) yang menyebutkan bahwa likuiditas tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif.

2) Tanggungjawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien regresi tanggungjawab sosial (CSR) terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah negatif sebesar 1,354715. Adapun *p-value* senilai 0,0505 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 5%. Artinya tanggungjawab sosial tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif dan hipotesis kedua tidak dapat diterima. Arah negatif menunjukkan bahwa tanggungjawab sosial yang tinggi akan menurunkan nilai perusahaan. Seharusnya semakin banyak pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan perusahaan, nilai perusahaan dapat meningkat. Hal ini dikarenakan perusahaan yang menerapkan tanggungjawab sosial akan meminimalkan tindakan tidak etis dan tentunya ini akan meningkatkan kepercayaan para investor terhadap perusahaan dan membuat nilai perusahaan meningkat. Ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa tanggungjawab sosial yang tinggi malah menurunkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pengungkapan tanggungjawab sosial membutuhkan biaya yang tidak sedikit, dan biaya ini akan mengurangi porsi laba bagi para investor. Dengan berkurangnya laba, tentunya investor akan merasa kecewa dan membuat nilai perusahaan mengalami penurunan. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa tinggi rendahnya pengungkapan tanggungjawab sosial tidak akan memengaruhi nilai perusahaan. Pengungkapan tanggungjawab sosial di Indonesia dianggap masih seputar hal-hal yang baik saja, belum menampilkan kebobrokan dan aib suatu perusahaan. Investor cenderung lebih mementingkan keuntungan jangka

pendek, seperti *capital gain* dan dividen dibandingkan hanya pengungkapan tanggungjawab sosial yang kualitasnya masih diragukan. Selain itu, tanggungjawab sosial juga merupakan strategi jangka panjang perusahaan yang manfaatnya baru bisa dirasakan oleh perusahaan dalam jangka panjang, bukan dalam jangka pendek. Hasil penelitian ini konsisten dengan Atmaja dan Astika (2018) yang menyatakan bahwa tanggungjawab sosial tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif.

3) *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien regresi *leverage* (DAR) terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah positif sebesar 1,905878. Adapun *p-value* senilai 0,0526 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 5%. Hal ini berarti *leverage* tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Dengan demikian, hipotesis ketiga tidak dapat diterima. Arah positif menunjukkan bahwa *leverage* yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangat penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan. Apabila perusahaan bisa memanfaatkan dana yang diperoleh dari hutang secara maksimal guna meningkatkan laba perusahaan, maka hal ini akan menarik para investor dan tentunya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian membuktikan bahwa tinggi rendahnya *leverage* tidak akan memengaruhi nilai perusahaan. Investor tidak mempertimbangkan *leverage* dalam menentukan nilai perusahaan, karena *leverage* tinggi belum tentu menaikkan nilai perusahaan, demikian pula *leverage* rendah belum tentu menurunkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Husna dan Satria (2019), serta Butar *et al.* (2021) yang menyebutkan *leverage* tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah positif.

4) Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien regresi profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah positif sebesar 3,029990. Adapun *p-value* senilai 0,0197 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 5%. Artinya profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan dengan arah positif dan hipotesis keempat dapat diterima. Arah positif

menunjukkan bahwa profitabilitas yang tinggi akan menaikkan nilai perusahaan. Sesuai dengan teori signal, kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam suatu periode merupakan signal yang positif bagi investor dalam melakukan prediksi nilai suatu perusahaan. Jika profitabilitas suatu perusahaan semakin tinggi, tentunya dividen yang akan diberikan pada para investor semakin tinggi. Apabila dividen yang dibagikan semakin besar tentunya akan membuat para investor melakukan investasi yang lebih banyak ke perusahaan, yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Atmaja dan Astika (2018), Chabib *et al.* (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Sari dan Sedana (2019), Jaya (2020), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), Afinindy *et al.* (2021), Butar *et al.* (2021), Damayanti dan Sucipto (2022), serta Widiawati dan Linawati (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berdampak positif pada nilai perusahaan.

5) Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Koefisien regresi ukuran perusahaan (UP) terhadap nilai perusahaan (PBV) adalah negatif sebesar 0,648339. Adapun *p-value* senilai 0,1371 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 5%. Artinya ukuran perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif dan hipotesis kelima tidak dapat diterima. Seharusnya perusahaan dengan aset yang besar cenderung akan lebih mudah masuk ke dalam pasar modal sehingga lebih cepat dalam melakukan pengembangan usaha. Perusahaan yang besar juga akan menarik para investor untuk menanamkan sahamnya, sehingga prospek perusahaan di masa yang akan datang lebih terjamin dan nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian menunjukkan arah negatif, yang artinya apabila ukuran perusahaan semakin besar justru akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan semakin besar ukuran perusahaan biasanya menyebabkan efisiensi pengawasan dalam kegiatan operasional berkurang dan dapat mengurangi nilai perusahaan. Hasil penelitian juga membuktikan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak akan memengaruhi nilai suatu perusahaan. Investor tidak mempertimbangkan ukuran perusahaan dalam menentukan nilai perusahaan, karena ukuran perusahaan yang besar belum tentu menurunkan nilai

perusahaan, demikian pula ukuran perusahaan yang kecil belum tentu menaikkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Karina dan Evendi (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris mengenai peran likuiditas, tanggungjawab sosial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Likuiditas tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Sari dan Sedana (2019), serta Afinindy *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif, namun tidak konsisten dengan penelitian Nuswandari *et al.* (2018), Sukmawardini dan Ardianari (2018), Damayanti dan Sucipto (2022), serta Imaama *et al.* (2022) yang menyebutkan bahwa likuiditas berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Sandi dan Andayani (2019), serta Yudha *et al.* (2021) yang menyebutkan bahwa likuiditas berdampak pada nilai perusahaan dengan arah positif. Hasil penelitian ini juga tidak konsisten dengan Meivinia (2018), serta Husna dan Satria (2019) yang menyatakan bahwa likuiditas tidak berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Atmaja dan Astika (2018) yang menyebutkan bahwa tanggungjawab sosial tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan, namun tidak konsisten dengan penelitian Apriyani dan Sutjahyani (2018), serta Widiawati dan Linawati (2022) yang menyebutkan bahwa tanggungjawab sosial berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Nuswandari *et al.* (2018), Chabib *et al.* (2019), Sandi dan Andayani (2019), Lukman *et al.* (2021), serta Yudha *et al.* (2021) yang menyebutkan bahwa tanggungjawab sosial berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga tidak konsisten dengan Wahyuni (2018) yang menyatakan bahwa tanggungjawab sosial tidak berdampak positif terhadap nilai

perusahaan. *Leverage* tidak berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Husna dan Satria (2019), serta Butar *et al.* (2021) yang menyatakan *leverage* tidak berdampak positif pada nilai perusahaan, namun tidak konsisten dengan penelitian Atmaja dan Astika (2018), Karina dan Evendi (2019), Radja dan Artini (2020), serta Yudha *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Lukman *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga tidak konsisten dengan Tassia dan Fidiana (2020) yang menyatakan *leverage* tidak berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Atmaja dan Astika (2018), Chabib *et al.* (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Sari dan Sedana (2019), Jaya (2020), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), Afinindy *et al.* (2021), Butar *et al.* (2021), Damayanti dan Sucipto (2022), serta Widiawati dan Linawati (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berdampak pada nilai perusahaan dengan arah positif, tetapi tidak konsisten dengan penelitian Nuswandari *et al.* (2018), Wahyuni (2018), serta Yudha *et al.* (2021) yang menyebutkan bahwa profitabilitas tidak berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Meivinia (2018) yang menyebutkan bahwa profitabilitas berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga tidak konsisten dengan Sukmawardini dan Ardianari (2018), serta Amin (2021) yang menyebutkan bahwa profitabilitas tidak berdampak negatif pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berdampak negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan Karina dan Evendi (2019) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif, tetapi tidak konsisten dengan penelitian Susanti dan Restiana (2018) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berdampak pada nilai perusahaan dengan arah negatif. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan Chabib *et al.* (2019), Husna dan Satria (2019), Sandi dan Andayani (2019), Radja dan Artini (2020), Tassia dan Fidiana (2020), serta Lukman *et al.* (2021) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berdampak positif pada nilai perusahaan. Hasil penelitian

ini juga tidak konsisten dengan Jaya (2020) dan Afinindy *et al.* (2021) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini hanya menggunakan variabel likuiditas, tanggungjawab sosial, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan untuk menentukan nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya perlu menambah variabel lain seperti *sustainability report* yang diduga dapat memengaruhi nilai perusahaan. Adanya *sustainability report* memungkinkan perusahaan memperkirakan dampak operasi perusahaan terhadap lingkungan, masyarakat/sosial, dan ekonomi. Selain itu *sustainability report* adalah bukti bentuk pertanggungjawaban perusahaan terhadap para *stakeholder*, dimana dengan adanya pertanggungjawaban ini diharapkan dapat meningkatkan kredibilitas dan nilai perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Afinindy, I., Salim, U., & Ratnawati, K. (2021). The effect of profitability, firm size, liquidity, sales growth on firm value mediated capital structure. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 15-22.
- Apriyani, Y. F., & Sutjahyani, D. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 3(1), 69-78.
- Atmaja, I. G. Y. D., & Astika, I. B. P. (2018). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan modal kerja pada nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(1), 1-29.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Boston: Cengage Learning.
- Butar, T. R., Fachrudin, K. A., & Silalahi, A. S. (2021). Firm value improvement strategy, corporate social responsibility, and institutional ownership. *International Journal of Research and Review*, 8(2), 264-269.
- Chabachib, M., Fitriana, T. U., Hersugondo, Pamungkas, I. D., & Udin. (2019). Firm value improvement strategy, corporate social responsibility, and institutional ownership. *International Journal of Financial Research*, 10(4), 152-163.
- Damayanti, R., & Sucipto, A. (2022). The effect of profitability, liquidity, and leverage on firm value with dividend policy as intervening variable. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 6(2), 863-876.
- Husna, A., & Satria, I. (2019). Effects of return on asset, debt to asset ratio, current ratio, firm size, and dividend payout ratio on firm value. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(5), 50-54.
- Imaama, N. R., Asyik, N. F., & Suryono, B. (2022). Effect of financial performance on company value with corporate social responsibility as moderating variable.

- Best Journal of Administration and Management*, 1(1), 40-52.
- Jaya, S. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan (firm size) dan profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan (firm value) pada perusahaan sub sektor property dan real estate di bursa efek indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 16, 38-44.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: managerial behavior, agency cost and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Karina, L. D. P., & Evendi, D. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1-24.
- Lukman, L., Widiarto, T., & Astuty, P. (2021). Pengaruh corporate social responsibility, size dan struktur modal terhadap nilai perusahaan PT. Bank Negara Indonesia (persero) Tbk. *Sosio E-Kons*, 13(1), 48-58.
- Meivinia, L. (2018). Pengaruh likuiditas, profitabilitas, struktur modal, dan suku bunga terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 380-393.
- Nuswandari, C., Sunarto, & Jannah, A. (2018). Corporate social responsibility moderated the effect of liquidity and profitability on the firm value. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 86, 87-90.
- Radja, F. L., & Artini, Luh, Gede, Sri. (2020). The effect of firm size, profitability, and leverage on firm value. *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(11), 18-24.
- Sandi, Z. E., & Andayani. (2019). Kinerja keuangan, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan: dimoderasi corporate social responsibility. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(3), 1-23.
- Sari, I. A. G. D. M., & Sedana, I. B. P. (2020). Profitability and liquidity on firm value and capital structure as intervening variable. *International Research Journal of Management, It and Social Sciences*, 7(1), 116-127.
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 21(1a-2), 173-184.
- Susanti, N., & Restiana, N. G. (2018). What's the best factor to determining firm value? *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 22(2), 301-309.
- Tan, M., & Hadi, S. (2020). Effect of CR, DER, TATO, AND FIRM SIZE on profitability in pharmaceutical companies listed on IDX. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan, dan Bisnis*, 5(1), 58-69.
- Tassia, R. A., & Fidiana. (2020). Pengaruh leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 8(5), 1-20.
- Widiawati, H. S., & Linawati. (2022). Analisis pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi*, 7(1), 11-21.
- Wufron. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan sert implikasinya terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(3), 22-33.

Yudha, A. M., Sari, P. I. P., & Saputra, D. (2021). The effect of leverage, liquidity, and corporate social responsibility on company value with provitability as the moderating variable. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 113-128.