

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN
KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN
UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA
PERUSAHAAN CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-2023**



Oleh :

NOVITA DEWI LAGIM
NPM : 2162201009

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI AKUNTANSI
UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHKAM SAMARINDA
2025**



**UNIVERSITAS
WIDYA GAMA MAHKAM SAMARINDA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**BERITA ACARA
UJIAN SKRIPSI (KOMPREHENSIF)**

Panitia Ujian Skripsi (Komprehensif) Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Program Studi Akuntansi; telah melaksanakan Ujian Skripsi (Komprehensif) pada hari ini tanggal 11 April 2025 bertempat di Kampus Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

- Mengingat : 1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi.
4. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peringkat dan Hasil Akreditasi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 146/SK/BAN-PT/AK-ISK/PT/I/V/2022, Terakreditasi Baik Sekali
5. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peringkat dan Hasil Akreditasi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 7742/SK/BAN-PT/AK.KP/S/X/2022, Terakreditasi Baik.
6. Surat Keputusan Yayasan Pembina Pendidikan Mahakam Samarinda No.22.a/SK/YPPM/VII/2017 tentang Pengesahan Status Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
7. Surat Keputusan Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor. 424.237/48/UWGM-AK/X/2012 Tentang Pedoman Penunjukkan Dosen Pembimbing dan Pengaji Skripsi peserta didik.

- Memperhatikan : 1. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi tentang Penunjukkan Dosen Pembimbing Mahasiswa dalam Penelitian dan Penyelesaian Skripsi;
2. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi tentang Penunjukkan Tim Pengaji Ujian Skripsi (Komprehensif) Mahasiswa;
3. Hasil Rekapitulasi Nilai Ujian Skripsi (Komprehensif) mahasiswa yang bersangkutan;

No.	Nama Pengaji	Tanda Tangan	Keterangan
1.	Dr.M.Astri Yulidar Abbas,SE.,MM	1..... 	Ketua
2.	Siti Rohmah, SE.,M.Ak	2..... 	Anggota
3.	Nadiya Yunan,SE.,M.Ak	3..... 	Anggota

MEMUTUSKAN

Nama Mahasiswa : NOVITA DEWI LAGIM
NPM : 21.111007.62201.009
Judul Skripsi : Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023

Nilai Angka/Huruf : 82,03/A

Catatan :

1. **LULUS / TIDAK-LULUS**
2. **REVISI / TIDAK-REVISI**

Mengetahui

Pembimbing I

Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE, MM

Pembimbing II

Siti Rohmah, SE, M.Ak

Telp : (0541)4121117
Fax : (0541)736572
Email : uwigama@uwgm.ac.id
Website : uwgm.ac.id

Kampus unggul, widywakewirausahaan, gemilang, dan mulia. Kampus Biru UWGM
Rektorat - Gedung B
Jl. K.H. Wahid Hasyim, No 28 Rt.01
Samarinda 75119

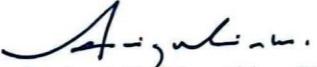
HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN *CONSUMER NON-CYCLICALS* YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-2023.

Diajukan oleh : Novita Dewi Lagim
NPM : 2162201009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan/Prog : Akuntansi
Studi :
Konsentrasi : Akuntansi Keuangan

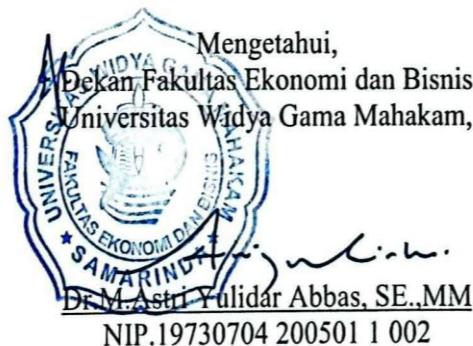
Menyetujui,

Pembimbing I,


Dr. M. Astri Yulidar Abbas,SE.,MM
NIDN.0004077303

Pembimbing II,


Siti Rohmah,SE..M.Ak
NIDN.1104058402



Lulus Ujian Komprehensif Tanggal : 11 April 2025

HALAMAN PENGUJI

SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS

PADA :

Hari : Jumat

Tanggal : 11 April 2025

Dosen Penguji,

1. Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE.,M.M 1. 

2. Siti Rohmah, SE.,M.Ak 2. 

3. Nadiya Yunan, SE.,M.Ak 3. 

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa :

Nama : Novita Dewi Lagim

NPM : 2162201009

Telah melakukan revisi skripsi yang berjudul :

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN CONSUMER NON-CYCLICALS YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2021-2023.

Sebagaimana telah disarankan oleh dosen penguji sebagai berikut :

No	Dosen Penguji	Bagian Yang Direvisi	Tanda Tangan
1.	Dr.M. Astri Yulidar Abbas, SE.,M.M	-	
2.	Siti Rohmah, SE.,M.Ak	-	
3.	Nadiya Yunan, SE.,M.Ak	1. Pernyataan penelitian dipertegas di dalam pembahasan	 15/4/2023

RIWAYAT HIDUP



Novita Dewi Lagim, lahir di Mahak Baru tanggal 02 November 2003, anak ketujuh dari tujuh bersaudara dari Bapak Lagim Alung dan Ibu Awing Anye. Menempuh pendidikan Sekolah Dasar pada tahun 2009 s.d 2015 di SD Negeri 001 Sungai Boh, melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 1 Sungai Boh pada tahun 2015 s.d 2018, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas pada tahun 2018 s.d 2021 di SMA Negeri 6 Malinau. Pada tahun 2021, terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Akuntansi. Aktif dalam kegiatan organisasi sebagai anggota Teater Kaca Mata pada tahun 2021 s.d 2022, menjadi anggota KSPM pada tahun 2022 s.d 2024, dan selama menjadi anggota KSPM memperoleh prestasi sebagai peringkat 1 (satu) dalam perlombaan stocklab di Universitas Muhammadiyah. Pada 01 agustus 2024 mengikuti kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Samarinda kelurahan Sempaja Timur.

Samarinda, 15 April 2025

Novita Dewi Lagim

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat-nya, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023.”

Penyelesaian tugas akhir ini menjadi tantangan yang penuh perjuangan, terutama dalam menghadapi keterbatasan waktu dan kondisi. Namun, berkat usaha, kesabaran, dan doa-doa dari orang tercinta, penulis dapat menyelesaikan tugas ini. Dengan penuh rasa syukur, penulis persembahkan tugas akhir ini kepada kedua orang tua tercinta, yaitu Bapak Lagim Alung dan Ibu Awing Anye, yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang. Terimakasih atas kesabaran dan ucapan penyemangat yang selalu diberikan, terutama disaat penulis mengalami kesulitan dalam menulis tugas.

Melalui skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah turut andil dalam kesuksesan saya mengerjakan skripsi. Ucapan terimakasih saya sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Husaini Usman, M.Pd.,M.T selaku Rektor Universitas Widya Gama Mahakam (UWGM) Samarinda.
2. Bapak Dr. Arbain, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

3. Bapak Dr. Suyanto, SE.,M.Si selaku Wakil Rektor Kemahasiswaan, Alumni, Perencanaan, Kerja Sama & Sistem Informasi dan Hubungan Masyarakat Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
4. Bapak Dr. Akhmad Sopian, M.P selaku Wakil Rektor Bidang Umum, Sumber Daya Manusia dan Keuangan Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
5. Bapak M. Astri Yulidar Abbas, S.E.,M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing I saya.
6. Ibu Erni Setiawati, S.E.,M.E selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
7. Ibu Siti Rohmah, S.E.,M.Ak Selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Sekaligus selaku Dosen Pembimbing II saya yang telah memberikan arahan dalam menyusun skripsi saya.
8. Seluruh staf dan pengelola administrasi Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda atas dukungannya.
Saya menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, saya mohon kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa mendatang. Saya berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Samarinda, 15 April 2025

Novita Dewi Lagim
NPM.2162201009

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGUJI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI	iii
RIWAYAT HIDUP	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat penelitian	13
1.5.1 Manfaat Teoritis	14
1.5.2 Manfaat Praktis	14
1.6 Sistematika Penulisan	14
BAB II DASAR TEORI	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Tinjauan Teori	20
2.2.1 Teori Pemangku Kepentingan (<i>Stakeholder Theory</i>)	20
2.2.2 Teori Sinyal (<i>Signaling Theory</i>)	21
2.2.3 Teori Legitimasi (<i>Lagitimacy Theory</i>)	22
2.2.4 Akuntansi Keuangan	23
2.2.5 Laporan Keuangan	25
2.2.6 Analisis Laporan Keuangan	29
2.2.7 Analisis Rasio Keuangan	29
2.2.8 Nilai Perusahaan	34
2.2.9 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	36

2.2.10	Kinerja Keuangan.....	39
2.2.11	Ukuran Perusahaan.....	40
2.3	Model Konseptual.....	41
2.4	Hipotesis	42
2.4.1	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan	42
2.4.2	Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	43
2.4.3	Pengaruh CSR Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan ..	43
2.4.4	Ukuran Perusahaan Memoderasi CSR Terhadap Nilai Perusahaan...	44
2.4.5	Ukuran Perusahaan Memoderasi Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan	45
	BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1	Metode Penelitian	46
3.2	Definisi Operasional Variabel	46
3.2.1	Variabel Dependen (Variabel Terikat)	46
3.2.2	Variabel Independen (Variabel Bebas)	47
3.2.3	Variabel Moderasi	48
3.3	Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1	Populasi	49
3.3.2	Sampel.....	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data	51
3.5	Metode Analisis.....	52
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	52
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	53
3.5.3	Analisis Regesi Linear Berganda	55
3.5.4	Moderate Regression Analysis (MRA)	56
3.5.5	Analisis Koefisiensi Korelasi (r)	57
3.5.6	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	58
3.6	Pengujian Hipotesis	59
3.6.1	Uji Simultan (Uji F)	59
3.6.2	Uji Parsial (Uji T).....	60
	BAB IV GAMBARAN OBYEK PENELITIAN	61
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	61
4.1.1	Gambaran Umum Sejarah Bursa Efek Indonesia.....	61
4.2	Gambaran Objek Yang Diteliti.....	61

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN	88
5.1 Data Penelitian.....	88
5.2 Analisis Data.....	90
5.2.1 Statistik Deskriptif.....	90
5.2.2 Uji Asumsi Klasik	91
5.2.3 Analisis Regesi Linear Berganda	95
5.2.4 Analisis Moderate Regression Analysis (MRA).....	96
5.3 Pengujian Hipotesis	98
5.3.2 Uji Simultan (uji F)	98
5.3.3 Uji Parsial (uji T).....	99
5.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	101
5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	109
6.1 Kesimpulan.....	109
6.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	113
DAFTAR LAMPIRAN.....	116

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rata-rata PBV.....	5
Tabel 1.2 Rata-rata Aset.....	8
Tabel 1.3 Rata-rata Laba.....	8
Tabel 2.1 Peneliti Terdahulu.....	16
Tabel 3.1 Penyaringan Sampel Metode <i>Purposive Sampling</i>	47
Tabel 3.2 Perusahaan Sampel.....	48
Tabel 3.3 Nilai Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 5.1 Data Setiap Variabel.....	88
Tabel 5.2 Hasil Penelitian.....	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1 Grafik Indeks Harga Saham.....	3
Gambar	1.2 Grafik Rata-Rata PBV.....	6
Gambar	1.3 Grafik Rata-Rata Aset & Laba.....	8
Gambar	2.1 Model Konseptual.....	41
Gambar	5.1 Statistik Deskriptif.....	90
Gambar	5.2 Uji Normalitas.....	91
Gambar	5.3 Uji Multikolinieritas.....	92
Gambar	5.4 Uji Heteroskedastisitas.....	93
Gambar	5.5 Uji Autokorelasi.....	94
Gambar	5.6 Regresi Linear Berganda.....	95
Gambar	5.7 Analisis MRA.....	96
Gambar	5.8 Koefisien Korelasi.....	97
Gambar	5.9 Koefisien Determinasi.....	98
Gambar	5.10 Uji Simultan.....	99
Gambar	5.11 Uji Parsial.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

1.	Indeks GRI 4.....	116
2.	Pengungkapan CSR.....	122
3.	Total Aset dan Total Laba.....	124
4.	Perhitungan PBV.....	126
5.	Hasil Uji SPSS.....	128
6.	Durbin Watson.....	131
7.	Perhitungan t tabel.....	132
8.	Perhitungan F tabel.....	132

ABSTRAK

Novita Dewi Lagim (2025), “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023”. Dengan Dosen pembimbing I, Bapak Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE.,M.M Dan Dosen Pembimbing II, Ibu Siti Rohmah, SE., M. Ak.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan secara simultan dan parsial terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan yang memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023. Metode penelitian ini yaitu penelitian Kuantitatif yang bersifat kausal yang bertujuan mengetahui sebab akibat antar variabel. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*. Populasi 109 dan sampel 24 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dan MRA dengan bantuan program komputer SPSS Ver 27 untuk mengetahui pengaruh dan hubungan sebab akibat dari masing-masing variabel.

Dari hasil analisis, diketahui bahwa CSR secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan secara parsial berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Secara simultan CSR dan Kinerja Keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan tidak mempu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: *corporate social responsibility*, kinerja keuangan, nilai perusahaan, ukuran perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat era globalisasi saat ini, banyak perusahaan go public telah muncul di berbagai industri, dan pertumbuhan ekonomi yang semakin cepat menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat. Salah satu negara berkembang di dunia sebab pertumbuhannya di berbagai bidang, termasuk bidang ekonomi adalah negara Indonesia. Dengan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang terus meningkat, ada keinginan untuk berpikir kreatif, berinovasi, dan meningkatkan nilai bisnis.

Perekonomian dalam beberapa tahun terakhir telah menunjukkan bahwa Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan. Ini dapat dilihat dari peningkatan jumlah perusahaan yang menawarkan dan menjual sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI), serta peningkatan jumlah investor yang terlibat di pasar modal. Oleh karena itu, pembangunan bidang industri merupakan komponen penting dari pembangunan nasional yang harus dijalankan secara terpadu dan berkelanjutan untuk menghasilkan hasil yang bermanfaat bagi masyarakat.

Seiring dengan berkembangnya industri, perusahaan baru harus bersiap dalam persaingan bisnis yang setiap tahun semakin ketat, dan dengan hanya memiliki aset yang besar tidak akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Maka, setiap perusahaan harus mampu mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya dalam berbagai kondisi untuk tetap bertahan dan mencapai tujuan perusahaannya. Bisnis biasanya memiliki tujuan tertentu. Tetapi tujuan utama setiap bisnis adalah menaikkan kemakmuran pemegang saham dengan menaikkan nilai perusahaan

yang bisa nampak dari harga sahamnya dan memperoleh keuntungan atau laba yang besar.

Nilai perusahaan yaitu persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya yang dipercayakan kepada perusahaan. Nilai perusahaan biasanya terkait dengan harga saham. Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan sebab investor dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai ukuran ketika ingin membeli saham. Nilai perusahaan menunjukkan bagaimana investor melihat keberhasilannya, yang biasanya dikaitan dengan harga saham. Dengan demikian, makin tinggi harga saham, makin tinggi nilai sebuah perusahaan.

Tingginya nilai perusahaan menandakan jika perusahaan ini mempunyai potensi yang baik untuk masa depan, hingga mendorong investor untuk menanamkan modal. Studi perihal nilai perusahaan penting untuk diteliti sebab menampilkan kondisi bisnis yang bisa memicu kepercayaan investor. Maka, pemilik bisnis berupaya menampilkan kinerja terbaik demi menarik investor.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan *consumer non-cyclical* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan *consumer non-cyclicals* adalah perusahaan yang berfokus pada pengolahan bahan baku menjadi produk jadi. Perusahaan sektor ini memiliki empat sub sektor diantaranya ialah sub sektor *food & staples retailing, food & beverage, tobacco, nondurable household products*.

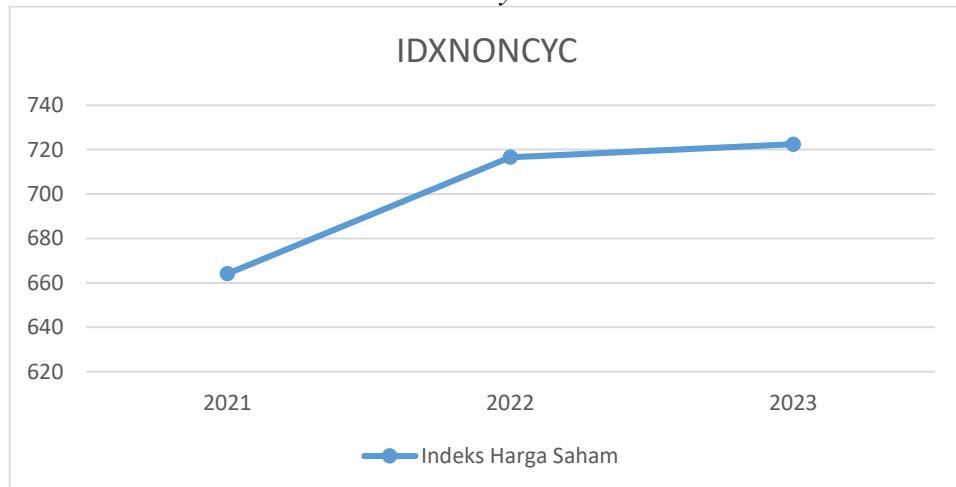
Perusahaan Sektor ini memiliki keunggulan yang tidak dimiliki sektor lain karena sifatnya yang *non-cyclical*, artinya sektor ini lebih stabil dan kurang terpengaruh oleh ketidakpastian ekonomi Indonesia. Maka, saham di sektor *consumer non-cyclicals* cenderung memiliki risiko yang lebih rendah dibandingkan

saham dari sektor lainnya di sektor *cyclicals*, harga saham di sektor *consumer non-cyclicals* juga cenderung stabil, sehingga saham di sektor ini lebih direkomendasikan bagi para investor pemula.

Bisnis di sektor ini memiliki potensi besar untuk berkembang seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk Indonesia dan meningkatnya produksi barang serta jasa untuk mencukupi keperluan masyarakat. Hal ini nampak dari banyaknya perusahaan yang berdiri di sektor *consumer non-cyclicals*, terutama setelah krisis yang berlangsung cukup lama. Dalam situasi seperti ini, persaingan menjadi semakin ketat, dan bisnis harus mencari investor untuk menginvestasikan keuntungan mereka ke bisnis-bisnis di sektor ini.

Bisnis *consumer non-cyclicals* memenuhi kebutuhan masyarakat untuk barang dan jasa, hingga permintaan barang dan jasa yang ditawarkan tidak terpengaruh oleh perubahan dan penurunan ekonomi. Akibatnya, sektor ini ialah salah satu sektor yang paling cepat berkembang. Gambar grafik berikut menunjukkan pergerakan harga saham di industri *consumer non-cyclicals* yang tidak berfluktuasi:

Gambar 1.1
Grafik Harga Saham
Sektor *Consumer Non-Cyclicals* 2021-2023



Berdasarkan data tersebut bisa dilihat jika dari tahun 2021 hingga tahun 2023 harga saham pada bidang *consumer non-cyclicals* terus meningkat. Terlihat di tahun 2021 harga saham pada sektor ini Rp664.131, kemudian di tahun 2022 mengalami kenaikan yang cukup signifikan dari tahun sebelumnya yakni berada di angka Rp716.557. Begitu juga pada tahun 2023 perusahaan pada sektor ini juga mengalami kenaikan dengan harga saham berada di angka Rp722.402.

Seperti yang dinyatakan oleh (Nanda, 2022), saham perusahaan di industri *consumer non-cyclical* mengalami peningkatan. Beberapa saham di sektor ini mendapatkan momentum saat inflasi dan ketidakpastian ekonomi meningkat. Secara sektoral, sektor *consumer non-cyclicals* mendorong IHSG untuk menguat di awal tahun 2022. Sektor ini naik 1,29% dan 2,5% selama dua minggu pertama tahun 2022. Banyak saham berkapitalisasi besar dalam industri ini mengalami kenaikan, seperti PT Unilever Indonesia Tbk yang meningkat 9,18%, PT Indofood Sukses Makmur dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yang juga terus menguat, serta PT Mayora Indah Tbk yang naik 23,53% dalam satu minggu, sehingga harga saham MYOR meningkat 13% menjadi Rp2.520. PT Gudang Garam Tbk dan PT HM Sampoerna Tbk ialah emiten rokok dengan kenaikan yang signifikan. Saham GGRM meningkat 8,46%, sedangkan HMSP meningkat 6,01%.
[\(<https://investasi.kontan.co.id>\)](https://investasi.kontan.co.id)

Berdasarkan pernyataan tersebut, perusahaan pada bidang *consumer non-cyclicals* mempunyai harga saham yang stabil dan terus mengalami kenaikan setiap tahun. Perusahaan di sektor ini bisa dijadikan sebagai contoh dan rujukan bagi perusahaan sektor sejenis dan sektor lain mengenai bagaimana pengelolaan

terkait komponen-komponen laporan keuangan dan tahunan serta citra baik perusahaan yang akan terimbas kepada nilai perusahaan sehingga diminati investor.

Melihat nilai perusahaan pada sektor ini terus meningkat, tentunya ini akan menarik minat para pemodal untuk menginvestasikan saham pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals*, karena harga saham menyiratkan nilai sebuah perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat menyiratkan jika perusahaan memiliki tingkat keberhasilan yang baik dan prospek yang menjanjikan bagi masa depan perusahaan.

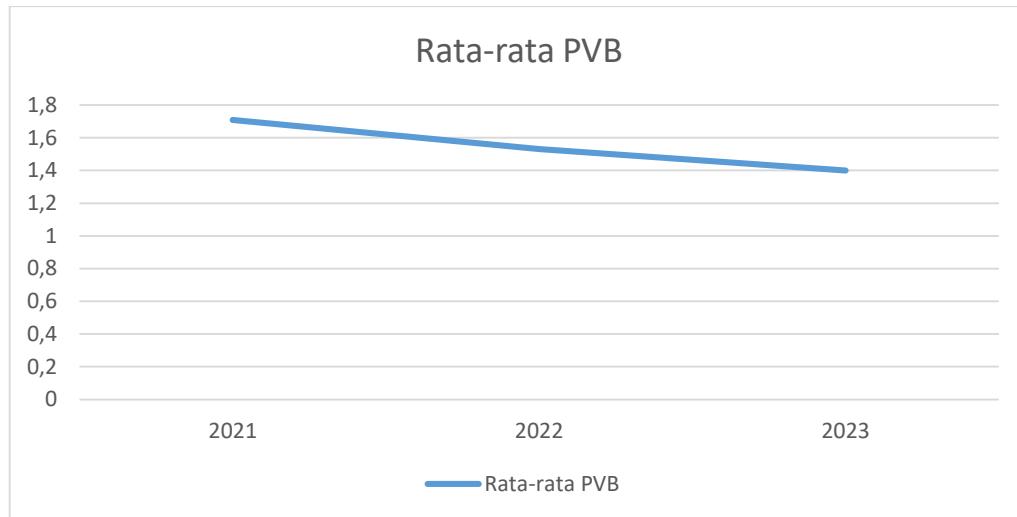
Salah satu ukuran dalam nilai perusahaan ialah *Price Book Value* (PBV). Pada penelitian ini menggunakan PBV, dikarenakan pada studi sebelumnya juga memakai PBV selaku indikator dalam perhitungan nilai perusahaan karena PBV yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Berikut adalah PBV pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang tercatat di BEI periode 2021-2023.

Table 1.1
Rata-rata PBV
(Sub sektor *food & staples retailing*
dan *food & beverage* 2021-2023)

Tahun	Rata-rata PBV	Dalam Presentase %
2021	1,71	36,85%
2022	1,53	32,97%
2023	1,4	30,17%

Sumber : Data Diolah peneliti 2025

Gambar 1.2
Grafik Rata-Rata PBV



Sumber: www.idx.co.id, Diolah Peneliti 2025

Berdasarkan pada data tersebut rata-rata PBV perusahaan *consumer non-cyclicals* menunjukkan PBV pada tahun 2021 ada di angka 1,71. Kemudian di tahun 2022 berada di angka 1,53. Dan pada tahun 2023 berada di angka 1,4.

PBV yang baik bisa disebabkan oleh beberapa faktor, faktor pertama yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR merupakan tekad sebuah perusahaan dalam memberikan dampak yang baik bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

CSR merupakan salah satu faktor non keuangan yang harus disoroti oleh perusahaan dalam proses menaikkan nilai perusahaan. Ini menunjukkan jika perusahaan tidak hanya fokus untuk memperoleh keuntungan semata namun juga perlu untuk memperhatikan aspek sosial dan lingkungan dalam kegiatan bisnisnya.

Pengungkapan CSR tidak hanya membagikan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan saja, karena CSR yang efektif akan membuat perusahaan lebih menarik bagi investor dan pelanggan karena dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan

menumbuhkan loyalitas pelanggan. Menurut (Anggraeni, 2024) makin tinggi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan, maka akan makin tinggi juga nilai perusahaan ini.

Selain CSR, kinerja keuangan juga diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan menunjukkan performa sebuah perusahaan dalam suatu periode. Kinerja keuangan merupakan skala yang menandakan seberapa baik perusahaan dalam mengoperasikan sumber daya keuangannya. Yang mencakup evaluasi yang sudah diraih sebuah perusahaan pada suatu masa, yaitu dengan memperlihatkan keuntungan, efisiensi, maupun kemampuan perusahaan tersebut untuk membayar utang.

Kinerja keuangan perusahaan sangat penting untuk pertumbuhan dan keberlangsungan bisnis. Investor dan pemangku kepentingan lainnya sangat memperhatikan indikator seperti likuiditas, rasio utang, dan profitabilitas. Dengan kinerja keuangan yang baik, perusahaan bisa menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan. Maka, studi tentang hubungan antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan sangat penting dalam studi manajemen perusahaan.

(Pondrinal dkk, 2022) mengatakan dimana kinerja keuangan yang makin meningkat akan diikuti dengan meningkatnya juga nilai perusahaan.

Berikut ini adalah rata-rata aset dan rata-rata laba perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023.

Table 1.2
Rata-rata Aset

Tahun	Rata-Rata Aset	Dalam Presentase %
2021	1.531.126	32,55%
2022	1.625.706	34,56%
2023	1.742.980	37,05%

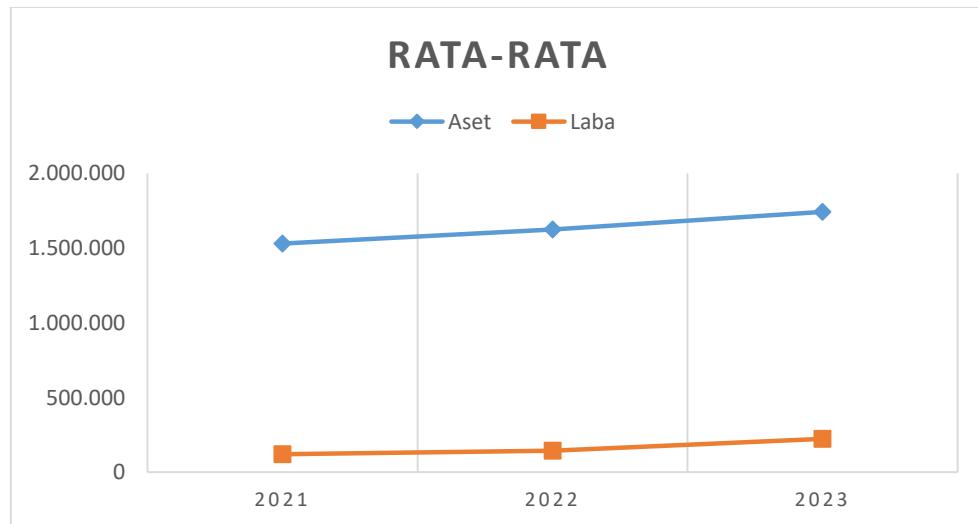
Sumber : Data Diolah peneliti 2025

Table 1.3
Rata-rata Laba

Tahun	Rata-Rata Laba	Dalam Presentase %
2021	120.940	25,78%
2022	145.160	30,94%
2023	223.030	47,53%

Sumber : Data Diolah peneliti 2025

Gambar 1.3
Rata-Rata Aset & Laba



Sumber : Data Diolah peneliti 2025

Berdasarkan data tersebut rata-rata aset *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* terus mengalami peningkatan dari tahun 2021 hingga 2023. Yang dimana pada tahun 2021 rata-rata aset pada sub sektor ini ada di 31,25%, kemudian pada tahun 2022 rata-rata aset yang dimiliki sub sektor ini yaitu 33,18%, dan terus meningkat di tahun 2023 sebesar 35,57% dari

tahun sebelumnya. Begitupun dengan laba perusahaan pada sub sektor ini terus menjalani kenaikan dari tahun 2021 hingga 2023. Pada tahun 2021 rata-rata dari laba ada di angka 24,75% dan tahun 2022 berada di angka 29,70% kemudian terus meningkat di tahun 2023 sebesar 45,55%.

Ukuran perusahaan dalam studi ini diduga sebagai variabel moderasi yang digunakan untuk melihat apakah ukuran perusahaan akan bisa untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan pada nilai perusahaan. Pengukuran ukuran perusahaan sangat penting untuk analisis bisnis seperti analisis industri, perbandingan kinerja, dan perencanaan strategis.

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan skala operasi, aset, pendapatan, jumlah karyawan, atau kombinasi dari beberapa faktor tersebut. Perbandingan besar atau kecilnya suatu objek adalah cara yang paling umum untuk menggambarkan ukuran perusahaan. Untuk menggambarkan kapasitas keuangan suatu perusahaan dalam jangka waktu tertentu, ukuran perusahaan dipakai untuk menandakan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan, dan ini bisa dinilai dengan total aset perusahaan. Makin banyak aset suatu perusahaan, makin besar ukurannya, dan makin mudah bagi perusahaan untuk meraih dana dari sumber eksternal dan internal.

Mengacu pada studi (Pondrinal dkk, 2022), ukuran perusahaan bisa memoderasi dampak negatif CSR pada nilai perusahaan serta memperkuat relasi antara kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Perusahaan yang lebih besar mempunyai

kebebasan lebih dalam mengatur sumber daya, yang berperan pada penaikan kinerja keuangan. Selain itu, perusahaan besar juga memiliki reputasi yang lebih baik dimata masyarakat yang dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk, mendorong pertumbuhan penjualan dan keuntungan, serta meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan nilai perusahaan.

Hal ini selaras dengan studi (Anggraeni dkk, 2024). Menyatakan jika perngungkapan CSR secara signifikan berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Begitu juga dengan studi (Pondrinal dkk, 2022). CSR dan kinerja keuangan masing-masing berdampak signifikan pada nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan bisa memoderasi dampak CSR dan kinerja keuangan, sehingga tetap berdampak signifikan pada nilai perusahaan.

Kemudian (Nurfadillah dkk, 2022). Menjabarkan jika ROA tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan, ROE berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan, CSR tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan dan ROA, ROE & CSR berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Studi (Saragih dan Said, 2023). Mengatakan bahwa CSR secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi dampak CSR pada nilai perusahaan. Kemudian studi (Irman dkk, 2022). Mengatakan bahwa kinerja keuangan berdampak positif pada nilai perusahaan dan variabel ukuran perusahaan tidak bisa memoderasi kinerja keuangan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini pada perusahaan di sektor *consumer non-cyclicals* karena sektor ini

terus berkembang setiap tahunnya dan karena sektor ini menyajikan barang dan jasa yang diperlukan masyarakat setiap hari.

Namun, fokus penelitian ini hanya pada dua sub sektor yaitu *food & staples retailing* dan *food & beverage* dikarena peneliti melihat bahwa saham emiten pada sub sektor ini paling banyak mengalami kenaikan saham di tahun 2022. Alasan kedua peneliti tertarik pada sub sektor ini karena merupakan sub sektor yang sama-sama memproduksi makanan yang dimana ini merupakan kebutuhan pokok.

Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti tertarik meneliti di perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia perode 2021-2023 dan mengangkat topik dengan judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Consumer Non-Cyclicals Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023”**

1.2 Rumusan Masalah

Mengoptimalkan nilai perusahaan adalah salah satu cara mempertahankan perusahaan. Harga saham perusahaan bisa menunjukkan nilai sebuah perusahaan, harga saham yang terus meningkat, juga berimbang pada nilai perusahaan yang akan meningkat, begitupun sebaliknya. Dengan ukuran perusahaan selaku variabel moderasi, CSR dan kinerja keuangan diduga dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah untuk studi ini ialah :

1. Apakah CSR mempunyai pengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah kinerja keuangan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah CSR dan kinerja keuangan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan ?
5. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan ?

1.3 Batasan Masalah

Untuk meraih target studi, masalah dibatasi. Hal ini dijalankan untuk menjamin jika studi tetap berkonsentrasi pada topik masalah saat ini. Berdasarkan penjelasan yang telah diberikan di latar belakang, maka penulis hanya akan membahas beberapa elemen yang terkait dengan masalah saat ini yaitu :

1. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Dan hanya menggunakan dua sub sektor sebagai fokus pada studi ini yaitu :
 - a. Sub sektor *Food & Staples Retailing*
 - b. Sub sektor *Food & Beverage*
2. Periode yang dipakai pada studi ada tiga periode yakni 2021, 2022 dan 2023.
3. Variabel yang dipakai pada studi ini juga dibatasi dengan beberapa variabel yaitu :

- a. Nilai perusahaan yang menjadi variabel Y, dengan menggunakan PBV
- b. CSR sebagai varibel X₁, menggunakan GRI sebagai indikatornya
- c. Kinerja Keuangan sebagai variabel X₂, memakai ROA
- d. Ukuran Perusahaan selaku Varibel Moderasi, memakai Total Aset sebagai indikatornya.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka target dari studi ini ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR secara parsial terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja keuangan secara parsial terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk mengetahui pengaruh CSR dan kinerja keuangan secara simultan terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk mengetahui ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.
5. Untuk mengetahui ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

1.5 Manfaat penelitian

Diinginkan bahwa temuan studi akan menguntungkan penulis, perusahaan, dan semua pihak yang berkepentingan dengan masalah ini. Studi ini memiliki dua keuntungan teoritis dan praktis. Berikut ialah penjabarannya.

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Diharapkan studi ini akan membantu mengembangkan teori dan menjadi rujukan untuk studi lebih lanjut, khususnya yang berhubungan dengan nilai perusahaan.
2. Diinginkan studi ini akan membantu kemajuan ilmu ekonomi, khususnya tentang nilai perusahaan dalam industri *consumer non-cyclical* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage*.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Investor, hasil studi ini bisa memberikan keterangan tambahan bagi investor perihal berinvestasi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage*, Dengan meninjau aspek yang bisa memicu nilai perusahaan.
2. Bagi masyarakat, dengan studi ini bisa memambah pengetahuan masyarakat mengenai nilai perusahaan.
3. *Stakeholder*, penelitian ini memberikan informasi kepada pemerintah, manajemen perusahaan, dan orang lain tentang pentingnya meningkatkan nilai perusahaan bagi para *stakeholder* perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika ini ialah alur dari sebuah studi yang berguna untuk dapat memudahkan pemahaman para pembaca :

Bab I Pendahuluan : Berisikan isu yang akan dikemukakan beserta permasalahan isu serta target dari pemecahan masalah tersebut.

- Bab II Dasar Teori : Berisikan teori-teori pustaka dan review studi terdahulu beserta kerangka konseptual bagaimana masalah dapat diselesaikan.
- Bab III Metodologi Penelitian : Berisikan teknik yang akan dipakai untuk menguji hipotesis serta populasi dan sampel yang akan menjadi objek studi.
- Bab IV Gambaran Obyek Penelitian : Berisikan gambaran umum perusahaan dan obyek yang di teliti.
- Bab V Analisis dan Pembahasan : Berisikan data penelitian, hasil analisis, penjabaran serta jawaban masalah.
- Bab VI Kesimpulan dan Saran : Berisikan kesimpulan dari pembahasan serta saran dari hasil penelitian.

BAB II

DASAR TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Bersdasarkan peneliti terdahulu yang dijadikan acuan pada studi ini ialah sebagai berikut :

**Tabel 2.1
Peneliti Terdahulu**

No	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan / Perbedaan Penelitian
1.	Fera Anggraeni, Ferli Pebrianti, Yaya Nuralfaiza, (2024). Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan (studi perusahaan manufaktur)	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Metode <i>Systematic Literature Review</i> (SLR)	<i>Corporate Social Reponsibility</i> (CSR) secara signifikan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.	Persamaan : a). memakai variabel independen Corporate Social Responsibility (CSR). b). Memiliki persamaan varibel dependen Nilai perusahaan. Perbedaan : a). studi sebelumnya tidak memakai variabel kinerja keuangan. b). Perbedaan metode yang digunakan. c). Perbedaan terhadap objek yang diteliti peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan manufaktur. d). Perbedaan peneliti

					terdahulu tidak menggunakan varibel moderasi.
2.	Ambrosia Silvana Sari Saragih, Hilda Salman Said, (2023) Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen : CSR Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan	Metode Kuantitatif	CSR dan Ukuran perusahaan secara simultan berdampak signifikan pada Nilai Perusahaan. CSR secara parsial tidak berdampak pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan mempunyai penagruh secara parsial pada Nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak mempu memoderasi dampak CSR pada Nilai perusahaan.	Persamaan : a). menggunakan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) selaku variabel independen. b). Persamaan memakai nilai perusahaan selaku variabel dependen.. c). Persamaan memakai ukuran perusahaan selaku variabel moderasi Perbedaan : a). peneliti sebelumnya tidak memakai kinerja keuangan selaku variabel independen. b). Perbedaan peneliti sebelumnya hanya meneliti pada periode 2018-2021. c). Perbedaan pada objek studi, peneliti sebelumnya menggunakan perusahaan energy sebagai objek penelitiannya.
3.	Muhammad Pondrinal,	Variabel Independen :	Metode Kuantitatif	Profitabilitas secara parsial	Persamaan :

	Dodi Suryadi dan Vicky Brama Kumbara, (2022). Profitabilitas, <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan.	Profitabilitas, CSR, Kinerja Keuangan. Variabel Dependen : Nilai Perusahaan. Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan.		berdampak terhadap nilai perusahaan. CSR secara parsial berdampak pada nilai perusahaan. Kinerja keuangan secara parsial berdampak pada nilai perusahaan. Profitabilitas secara parsial berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. CSR secara parsial berdampak pada nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Kinerja keuangan secara parsial berdampak pada nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan.	a). menggunakan CSR dan Kinerja keuangan selaku variabel independen dan Nilai perusahaan pada variabel dependen. b). Persamaan dalam memakai metode kuantitatif. c). Persamaan menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Perbedaan : a). obejek peneliti sebelumnya adalah perusahaan manufaktur.
4.	Mimelientesa Irman, Sherin Tanili, Haugesti Diana, Linda Hetri Suryanti.	Variabel Independen : Kinerja Keuangan, Struktur Modal	Metode kuantitatif	Kinerja keuangan berdampak positif pada nilai perusahaan.	Persamaan : a). memakai kinerja keuangan selaku variabel independen.

	(2022). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2018	Variabel Dependen : Nilai Perusahaan. Variabel Moderasi : Ukuran Perusahaan		Struktur modal berdampak positif pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan	b). Persamaan memakai nilai perusahaan selaku variabel dependen. c). persamaan memakai ukuran perusahaan selaku variabel moderasi. Perbedaan : a). peneliti sebelumnya memakai struktur modal sebagai variabel independen. b). Perbedaan studi sebelumnya memakai perusahaan pertambangan sebagai objek penelitiannya. c). Perbedaan periode penelitian peneliti sebelumnya yaitu 2015-2018.
5.	Andrian Nurfadillah, Gista Rismayani, Intan Rahayu, (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan	Variabel Independen : Kinerja Keuangan, CSR. Variabel Dependen : Nilai Perusahaan,	Metode Kuantitatif	ROA tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. ROE berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan. ROA, ROE dan CSR	Persamaan : a). memakai variabel independen <i>Corporate Social Responsibility</i> . b). Persamaan variabel dependen Nilai Perusahaan. c). persamaan memakai kinerja keuangan sebagai variabel independen Perbedaan :

	Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020)			memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.	a). peneliti sebelumnya tidak memakai variabel moderasi b). perbedaan terhadap periode yang dipakai, peneliti sebelumnya meneliti pada periode 2019-2020 c). Perbedaan objek studi, peneliti terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur.
--	---	--	--	---	---

Sumber : Kumpulan Penelitian Terdahulu (Diolah, 2025)

2.2 Tinjauan Teori

Tinjauan teoritis berfungsi sebagai landasan teori yang terkait dengan pokok masalah penelitian. Tinjauan ini harus mendukung kelanjutan penelitian di bab berikutnya.

2.2.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

R. Edward Freeman menciptakan teori *stakeholder* pada tahun 1984, dan dipublikasikan pertama kali dalam buku berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach*.

(Wati, 2019:9) menjelaskan teori *stakeholder* Selaku himpunan kebijakan dan tindakan yang berkaitan dan melibatkan *stakeholder*, prinsip-prinsip etika, kepedulian sosial dan lingkungan, kepatuhan pada hukum, serta tekad dunia usaha yang mendukung kemajuan keberlanjutan. *Stakeholder* dibagi menjadi dua kategori (Wati,2019:9-10) :

1. *Inside Stakeholder*

Pihak-pihak yang berkepentingan dan mempunyai tuntutan pada aset perusahaan, seperti pemegang saham, manajer, dan karyawan, dikenal sebagai *inside stakeholder*.

2. *Outside Stakeholder*

Outside stakeholder adalah orang-orang yang bukan pemilik, pemimpin, atau karyawan perusahaan, tetapi memiliki kepentingan terhadap keputusan yang dibuat oleh perusahaan. *Outside stakeholder* termasuk pemasok, pemerintah, komunitas lokal, dan masyarakat umum.

Penjabaran teori ini menunjukkan jika perusahaan tidak hanya harus bertindak untuk agenda pribadi, namun juga harus membantu *stakeholder*-nya. Salah satu strategi perusahaan adalah untuk menggunakan CSR untuk memenuhi keinginan *stakeholder*. Jika pengungkapan CSR dilakukan dengan baik, *stakeholder* akan mendukung penuh aktivitas perusahaan sehingga target perusahaan untuk menaikkan performa bisa tergapai (Wati, 2019:10).

2.2.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori signalling, atau teori sinyal, diciptakan pertama kali oleh Michael Spence pada tahun 1973. Studinya bertema *Signaling* Pasar Kerja memperkenalkan teori ini. Menurut teori sinyal, manajemen perusahaan harus menerbitkan laporan keuangan untuk memberi tahu semua pihak yang terlibat. Teori sinyal membantu memastikan bahwa laporan keuangan disampaikan secara akurat dan tepat waktu kepada publik.

Teori ini menyatakan bahwa bisnis memberikan sinyal kepada investor lewat laporan keuangan. Kinerja keuangan yang baik menandakan jika perusahaan ada dalam kondisi yang sehat dan mempunyai prospek cerah. Teori sinyal berdampak pada nilai perusahaan sebab laporan keuangan bisa mengurangi kesenjangan informasi antara perusahaan dan investor. Investor akan menilai informasi ini selaku sinyal baik atau buruk. Peningkatan performa keuangan dibilang selaku sinyal positif, sedangkan penurunan performa keuangan dipandang selaku sinyal negatif. (Irman dkk, 2022)

2.2.3 Teori Legitimasi (*Lagitimacy Theory*)

Pencetus teori legitimasi yaitu Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975. Teori ini berpusat pada relasi antara perusahaan dan masyarakat. Menurut teori ini, masyarakat memainkan peran penting dalam pertumbuhan perusahaan dalam jangka panjang.

Teori legitimasi menjabarkan organisasi berupaya menjamin jika operasi mereka selaras dengan norma masyarakat. Dalam kerangka ini, jika manajemen yakin bahwa tindakannya sesuai dengan harapan masyarakat, perusahaan akan secara sukarela melaporkan kegiatannya. Ini berlandaskan pada asumsi kontrak sosial antara perusahaan dan warga di mana perusahaan tersebut beroperasi. (Tajeri, 2023:60)

Untuk memahami peran aktif perusahaan dalam mengatasi isu ekonomi, sosial, dan lingkungan, teori legitimasi ini menekankan pentingnya hubungan perusahaan dengan masyarakat. Selain itu, menurut teori legitimasi ini, tindakan perusahaan

merupakan suatu upaya yang didorong oleh tekanan lingkungan normative sekitar (Syairozi, 2019:8).

Oleh karena itu, untuk mempertahankan legitimasi perusahaan, perusahaan melakukan dan melaporkan CSR untuk mencukupi norma sosial yang ada dalam lingkungan sosial. Dalam konteks penelitian ini, teori legitimasi dapat digambarkan sebagai perspektif di mana perusahaan telah berusaha untuk memposisikan dirinya pada masyarakat dengan cara yang sesuai dengan harapan legitimasi dan norma masyarakat, terlepas dari seberapa baik perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya dan seberapa baik hubungannya dengan masyarakat.

2.2.4 Akuntansi Keuangan

2.2.4.1 Pengertian Akuntansi Keuangan

Akuntansi keuangan ialah hal yang penting bagi sebuah perusahaan, berikut pendapat beberapa ahli terkait akuntansi keuangan.

(Irmawati dkk, 2022:2) Akuntansi keuangan merujuk pada bagian akuntansi yang berkaitan dengan penyusunan laporan keuangan bagi pihak-pihak luar perusahaan, semacam pemegang saham, pemodal, kreditur, dan pemerintah. Hal ini melibatkan pencatatan dan pengukuran transaksi keuangan, serta pelaporan keuangan perusahaan secara teratur.

Akuntansi keuangan adalah hal terpenting bagi sebuah perusahaan karena itu adalah inti dari bisnis. Uang keluar masuk perusahaan harus jelas sehingga mudah untuk mengetahui omsetnya. Pemimpin perusahaan menggunakan akuntansi keuangan ini sebagai dasar untuk membuat keputusan. (Munawar dkk, 2021:1-2)

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut bisa ditetapkan jika akuntansi keuangan, berarti mencatat semua transaksi yang ada pada suatu perusahaan dan membuat laporan berkala yang dapat memberikan keterangan yang bermanfaat bagi manajemen, pemilik, dan kreditor.

2.2.4.2 Fungsi Akuntansi Keuangan

Menurut (Munawar dkk, 2021:3-7) ada beberapa fungsi akuntansi keuangan, antara lain:

1. Untuk mengetahui keuntungan dan kerugian

Melakukan pemeriksaan terkait keuntungan dan kerugian terhadap sebuah perusahaan, kemudian data hasil pemeriksaan tersebut dapat dijadikan selaku dasar untuk membuat keputusan yang berhubungan dengan rencana untuk mendapat keuntungan dari penjualan di masa depan.

2. Laporan kepada manajemen perusahaan

untuk mempelajari laporan keuangan perusahaan, yang bisa dipakai selaku referensi untuk manajemen perusahaan di masa mendatang.

3. Pembagian keuntungan atau profit

Memfasilitasi perusahaan dalam penetapan hak anggota perusahaan yang telah berpartisipasi dalam pembangunan perusahaan. Hak ini mencakup semua bagian perusahaan.

4. Pembuat anggaran

Pembuat anggaran adalah alat penting untuk membantu perusahaan mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Ini berlaku untuk rencana periode awal tahun lalu dan transaksi yang akan datang.

5. Monitor atau *controlling*

Memonitor dan mengawasi berbagai aktivitas perusahaan adalah tugas penting.

6. Penyusunan informasi akurat

Dengan akuntansi keuangan, dapat mempertahankan penyusunan data yang konsisten terkait dengan perubahan siklus sumber ekonomi netto sebuah perusahaan.

7. Pemetaan perusahaan

Melakukan pemetaan penjualan dan persediaan, serta pengeluaran perusahaan.

8. Sebagai pengawasan

Sebagai pengawasan operasi bisnis, terutama yang berkaitan dengan transaksi finansial.

9. Membantu pencapaian tujuan perusahaan

Fungsi selanjutnya adalah untuk membantu perusahaan meraih target yang sudah ditentukan sebelumnya.

10. Untuk mempermudah proses evaluasi

Meringankan proses evaluasi adalah tujuan terakhir akuntansi keuangan. Maksudnya, laporan akuntansi keuangan pasti memiliki informasi akurat yang dapat dipertimbangkan saat merencanakan pertumbuhan bisnis.

2.2.5 Laporan Keuangan

2.2.5.1 Pengertian Laporan Keuangan

Teori laporan keuangan ialah dasar yang berlandaskan pembuatan dan penyajian laporan keuangan. Teori ini menjelaskan mengapa laporan keuangan

dibuat, apa yang harus dicantumkan, dan bagaimana keterangan yang terkandung di dalamnya bisa diinterpretasikan.

Laporan keuangan merupakan rangkaian keterangan yang menggambarkan kegiatan keuangan perusahaan dan bisa dipakai untuk menilai situasi keuangan dan performa perusahaan. Secara sederhana, laporan keuangan menyajikan data tentang situasi keuangan dan kinerja keuangan perusahaan. (Mutiah, 2019).

Laporan keuangan adalah hasil akhir dari rangkaian proses pencatatan dan Ikhtisar keterangan perihal transaksi bisnis. Seorang akuntan diinginkan memiliki kemampuan untuk mengatur semua informasi akuntansi ketika mereka menciptakan laporan keuangan, dan mereka bahkan harus memiliki kemampuan untuk mengintervensi dan menganalisis laporan keuangan yang mereka buat. (Hery, 2020:3).

Laporan keuangan menandakan keadaan perusahaan pada waktu tertentu, yang mencerminkan kondisi keuangan perusahaan pada tanggal dan waktu spesifik. (Kasmir, 2019:3).

2.2.5.2 Jenis-jenis Laporan Keuangan

Jenis laporan keuangan disetiap entitas berbeda-beda tergantung pada tujuan dan alasan di balik pembuatan laporan tersebut; namun, setiap jenis laporan memiliki cara yang berbeda untuk melihat situasi keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Menurut (Kasmir, 2019:28) ada 5 macam jenis laporan keuangan, yakni :

1. Neraca (*balance sheet*)

Laporan ini menandakan kedudukan keuangan perusahaan pada tanggal yang spesifik, dengan memperlihatkan jumlah dan jenis aset, kewajiban, serta modal perusahaan.

2. Laporan Laba Rugi (*income statement*)

Laporan laba rugi ialah laporan yang mengilustrasikan hasil bisnis perusahaan dalam masa khusus, termasuk informasi perihal perolehan, sumber pendapatan, serta biaya dan jenis biaya yang diterbitkan selama masa tersebut.

3. Laporan Perubahan Modal

Laporan ini mencakup jumlah dan tipe modal saat ini yang dipunya perusahaan, serta menjelaskan penyebab adanya perubahan modal pada entitas tersebut.

4. Laporan Arus Kas

Yaitu laporan yang menggambarkan semua sisi operasional perusahaan yang berimbang pada arus kas, baik langsung atau tidak langsung. Laporan arus kas terdiri dari arus kas masuk dan keluar.

5. Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan

Dalam laporan catatan atas laporan keuangan, laporan realisasi anggaran, laporan perubahan saldo anggaran lebih, neraca, laporan operasional, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas. Laporan Catatan Atas Laporan Keuangan menyodorkan penjabaran naratif, analisis, atau daftar terinci dari nilai suatu item dalam laporan ini

2.2.5.3 Tujuan Laporan Keuangan

Laporan keuangan bertujuan utama untuk menyajikan data yang jelas dan akurat perihal kondisi keuangan suatu perusahaan. Ini meliputi kedudukan keuangan, hasil usaha, dan penyesuaian dalam posisi keuangan yang terjadi. Dengan mengikuti prinsip-prinsip akuntansi yang ada, laporan ini memberikan gambaran yang dapat dipercaya tentang aset dan kewajiban perusahaan. Hal ini penting untuk menilai kapasitas perusahaan dalam menciptakan laba serta memberikan data tambahan yang diperlukan untuk memahami dinamika keuangan perusahaan.

Berikut beberapa maksud laporan keuangan menurut (Kasmir, 2019:10-11)

1. Memberi data perihal jenis dan total aset yang saat ini dipunya oleh perusahaan.
2. Memberi data perihal jenis dan jumlah kewajiban yang saat ini dipunya oleh perusahaan.
3. Memberi data perihal jenis pendapatan dan jumlah yang didapat pada surasi khusus.
4. Memberi data mengenai tipe pendapatan dan jumlah uang yang diterbitkan oleh perusahaan dalam jangka masa tertentu.
5. Memberi data perihal bagaimana aset, kewajiban, dan ekuitas perusahaan berubah.
6. Memberikan data mengenai bagaimana performa manajemen perusahaan dalam jangka waktu tertentu.
7. Serta memberi data perihal catatan dalam laporan keuangan

2.2.6 Analisis Laporan Keuangan

Analisis laporan keuangan harus dilakukan oleh pihak manajemen dan para stakeholder untuk lebih memahami kinerja keuangan perusahaan dan informasi yang tercantum di dalamnya.

Menurut (Kasmir, 2019:66), Proses analisis laporan keuangan melibatkan perbandingan angka-angka dalam laporan untuk menilai kondisi keuangan perusahaan. Target dari analisis ini ialah untuk mengenali kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta merencanakan perbaikan yang diperlukan.

Menurut (Petty Aprilia Sari, 2022:1) analisis laporan keuangan ialah cara untuk memahami lebih banyak tentang keadaan keuangan suatu perusahaan dengan melihat laporan keuangan seperti neraca dan laba rugi. Ini sangat penting untuk membuat pilihan yang betul.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, bisa didefinisikan analisis laporan keuangan ialah proses mempelajari data dalam laporan keuangan untuk memahami situasi keuangan perusahaan hingga pihak berkepentingan bisa mempertimbangkannya saat membuat keputusan.

2.2.7 Analisis Rasio Keuangan

2.2.7.1 Pengertian Rasio Keuangan

Kasmir (2019: 104), rasio keuangan melibatkan perkomparasian angka dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dengan yang lainnya. Komparasi ini bisa dijalankan antara bagian-bagian tertentu dalam laporan keuangan, atau antar bagian yang berbeda, dan dapat menggunakan angka dari satu atau lebih periode.

Berdasarkan pemahaman ini, bisa ditetapkan jika rasio keuangan ialah jenis analisis laporan keuangan yang melibatkan membandingkan dan mempelajari hubungan antara angka-angka ini untuk memahami situasi keuangan perusahaan.

2.2.7.2 Jenis-jenis Rasio Keuangan

Berbagai jenis rasio keuangan bisa dipakai untuk menilai performa keuangan suatu perusahaan. Setiap rasio mempunyai arti dan manfaat tertentu, dan hasil perhitungan rasio bisa dijabarkan untuk memahami seberapa baik performa keuangan suatu perusahaan. Jenis-jenis rasio yang dikenal oleh para ahli di bidang ini adalah sebagai berikut:

1. Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas, juga dikenal selaku rasio modal kerja, adalah metrik yang dipakai untuk menilai seberapa likuid suatu bisnis (Kasmir, 2019: 130). Berikut ini adalah klasifikasi rasio likuiditas:

a) Rasio Lancar (*Current Ratio*)

Rasio lancar, ialah rasio yang menilai keahlian perusahaan untuk membayar utang atau kewajiban jangka pendek ketika mereka ditagih secara keseluruhan (Kasmir, 2019: 134).

Berikut ini adalah rumus rasio lancar:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

b) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Menurut (Kasmir, 2019: 136), rasio cepat adalah rasio yang menandakan seberapa baik perusahaan dapat membayar utang lancar (utang jangka pendek) dengan aset lancar tanpa mempertimbangkan nilai inventory.

Berikut ini adalah rumus rasio cepat:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Aset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

c) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas dapat dipakai untuk memutuskan jumlah uang yang ada untuk membayar utang, menurut (Kasmir, 2019: 138).

Rumus untuk rasio kas adalah sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilities}}$$

2. Rasio Solvabilitas

Menurut (Kasmir, 2019: 53), rasio solvabilitas, yang juga disebut sebagai leverage ratio, adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar aset entitas yang didanai dengan utang. Berikut ini adalah klasifikasi rasio solvabilitas:

a) *Debt to Assets Ratio*

Rasio utang, menurut (Kasmir, 2019: 158), adalah ukuran yang dipakai untuk membandingkan jumlah utang yang tersedia dan jumlah aset yang tersedia.

Rumus *Debt to Assets Ratio* ialah sebagai berikut :

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

b) *Debt to Equity Ratio*

(Kasmir, 2019: 159) menyatakan bahwa rasio utang dipakai untuk mengukur setiap rupiah modal sendiri yang digunakan untuk garansi utang.

Rumus dari *Debt to Equity Ratio* ialah sebagai berikut :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

3. Rasio Aktivitas

(Kasmir, 2019: 174) mengatakan bahwa rasio aktivitas ialah ukuran yang dipakai dalam menilai seberapa efektif sebuah bisnis mengelolah aset yang dipunya. Jenis-jenis rasio aktivitas ialah sebagai berikut:

- a) Perputaran Total Aset

(Kasmir, 2019: 187) mengatakan perputaran total aset ialah rasio yang digunakan untuk menilai seberapa sering semua aset perusahaan berputar dan seberapa banyak penjualan yang dihasilkan dari setiap rupiah aset.

Rumus perputaran total aset yaitu :

$$\text{Total Assets Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset}}$$

- b) Perputaran Aset Tetap

(Kasmir, 2019: 186) mengatakan bahwa *Turnover Fixed Assets* adalah rasio yang menunjukkan seberapa sering dana yang diinvestasikan dalam aset masih berputar pada satu masa.

Rumus *Fixed Assets Turnover* ialah sebagai berikut :

$$\text{Fixed Assets Turnover} = \frac{\text{Penjualan}}{\text{Total Aset Tetap}}$$

4. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas, menurut (Kasmir, 2019: 198), adalah rasio yang melihat kemampuan sebuah perusahaan dalam meraih laba. Jenis-jenis rasio profitabilitas ialah sebagai berikut:

- a) Margin Laba Bersih

Margin laba bersih, menurut (Kasmir, 2019: 202), dihitung dengan membandingkan laba sesudah pajak dan bunga dengan total penjualan.

Rumus dari margin laba bersih yaitu :

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan}}$$

b) *Return On Assets (ROA)*

Kasmir (2019: 201), *Return on Assets (ROA)* adalah rasio yang mengukur hasil (return) yang didapat dari pemakaian total aset perusahaan. ROA dilkakulasi dengan mengkomparasikan laba bersih yang ada untuk pemegang saham biasa dengan total aset perusahaan.

Rumus *Return On Asset* ialah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

c) Hasil Pengembalian Ekuitas (*Return On Equity*)

Menurut (Kasmir, 2019: 206), return on equity (ROE), atau yang juga disebut rentabilitas modal sendiri, adalah rasio yang menilai laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan modal sendiri. Rasio ini mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik kinerja perusahaan, yang bermakna semakin kuat posisi pemilik perusahaan, dan sebaliknya.

Rumus *Return On Equity* yaitu :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Interest And Tax}}{\text{Equity}}$$

Atau dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Modal}}$$

d) *Gross Profit Margin* (GPM)

GMP (*Gross Profit Margin*) adalah presentase dari laba kotor (penjualan) dikurangi dengan harga pokok penjualan dan dibandingan dengan penjualan.

Rumus menghitung GPM adalah sebagai berikut :

$$\text{GPM} = \frac{\text{penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}}$$

Untuk rasio profitabilitas digunakan sesuai dengan tujuan perusahaan. Perusahaan bisa memilih untuk memakai rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian, tergantung kebutuhan. Pada studi ini, profitabilitas akan dihitung dengan menerapkan *Return on Asset Ratio* (ROA).

2.2.8 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu gambaran dari kinerja perusahaan yang dapat memengaruhi investor. Untuk meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, nilai perusahaan dimaksudkan untuk meningkatkan nilai saat ini atau *present value*. Jika harga saham naik, kesejahteraan seluruh pemegang saham juga akan menaik. (Suwandi, 2022:33)

Nilai perusahaan adalah suatu nilai yang mencerminkan sejauh mana manajemen berhasil mengelola operasional perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan para pemegang saham. (Rohma dkk.,2023).

Dengan menggunakan indikator keuangan, nilai perusahaan bisa nampak sebagai hasil dari kinerja manajemen. Nilai perusahaan dapat meningkat seiring dengan naiknya harga saham. Dengan kata lain, makin meningkat harga saham

makin besar pula kekayaan pemegang saham maka akan lebih besar pula nilai perusahaan (Munzir et al., 2023).

2.2.8.1 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut (Weston & Copeland, 2010) dalam buku (Ningrum, 2021:21-25) menjabarkan jika rasio penilaian atau rasio pasar bisa dipakai untuk menilai nilai suatu perusahaan. Rasio penilaian ialah salah satu cara untuk menaksir performa perusahaan secara keseluruhan, yang mencakup berbagai aspek, antara lain:

1. *Price Book Value* (PBV)

Salah satu alat yang bisa dipakai investor untuk memeriksa keadaan dan posisi finansial suatu perusahaan adalah *Price to Book Value*. PBV (*Price-to-book Value*), juga disebut selaku *Price-to-Book Ratio* atau P/B Ratio) yaitu rasio harga saham pada nilai buku perusahaan. Para investor saham sering menggunakan PBV sebagai pedoman sebab rasio ini bisa menandakan apa harga saham perusahaan tersebut murah atau mahal.

PBV bisa dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

Rumus hitung nilai buku saham :

$$\text{Book Value per Share} = \frac{\text{Jumlah Ekuitas}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

2. *Price Earning Ratio* (PER)

PER (Price Earnings Ratio) ialah rasio yang menghubungkan harga saham dengan laba bersih perusahaan. Di sini, harga saham emiten dikomparasikan dengan laba bersih yang diperoleh dalam satu tahun. Dengan berpusat pada

laba bersih, PER memungkinkan emiten untuk menilai kewajaran harga saham mereka berdasarkan data konkret, bukan estimasi.

PER bisa dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar perlembar saham}}{\text{Laba perlembar saham}}$$

3. Tobin's Q

Rasio ini pertama kali dikenalkan di tahun 1969 oleh James Tobin. Tobin's Q ialah komparasi investasi bersih dan nilai pasar suatu perusahaan, yang berarti nilai perusahaan akan bertambah seiring dengan adanya peningkatan nilai sahamnya.

Tobin's dapat dikalkulasi menggunakan rumus sebagai berikut :

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

keterangan :

q : Nilai Perusahaan

EMV (nilai pasar ekuitas) : *closing price* saham x jumlah saham yang beredar

D : Nilai buku dari total hutang

EBV : Nilai buku dari total aset

2.2.9 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kondisi lingkungan, sosial, dan masyarakat. Dalam menjalankan bisnisnya, sebuah perusahaan atau korporasi harus berkontribusi dalam beberapa aspek kehidupan, seperti sosial, ekonomi, dan lingkungan. Perusahaan atau korporasi harus menyisihkan dana untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat dan lingkungan.

Dengan demikian, perusahaan atau korporasi berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan lingkungan. (Tajeri, 2023:16)

Menurut (Wati, 2019:12). Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah tekad yang dijalankan perusahaan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan bekerja sama dengan pegawai, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat untuk mengoptimalkan standar hidup. CSR juga merupakan pedoman serta komitmen perusahaan untuk menjaga etika dan berperan pada pertumbuhan ekonomi, serta mengoptimalkan standar hidup karyawan, keluarga karyawan, dan masyarakat secara lebih luas.

Berdasarkan definisi tersebut bisa ditetapkan jika tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) mengacu pada tekad perusahaan untuk mempertimbangkan dampak perusahaan terhadap masyarakat, lingkungan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam pengambilan keputusan dan kegiatan operasionalnya. Tanggung jawab sosial perusahaan bukan hanya berfokus pada kepentingan pemegang saham dan kepentingan ekonominya, namun juga mempertimbangkan kesejahteraan sosial, kelestarian lingkungan dalam semua aspek operasi bisnis.

Global Reporting Initiative (GRI) adalah alat yang dipakai dalam mengukur CSR. GRI ialah sebuah jaringan organisasi yang berperan dalam memajukan dunia melalui penggunaan rangka laporan keberlanjutan dan bertekad untuk terus menjalankan perbaikan serta penerapannya secara global. (Wati, 2019:16)

Menurut (Wati, 2019:16-17) dalam penilaian pengungkapan CSR yang luas, beberapa komponen akan diberi skor berdasarkan indikator performa yang

disebutkan pada global reporting initiative guidelines, indikator CSR terdiri dari tiga komponen utama:

(a) Ekonomi

Dimensi ini berhubungan dengan kelangsungan hidup organisasi karena menyebabkan kondisi ekonomi pemangku keperluan dan sistem ekonomi di tingkat lokal, nasional, dan global. Dalam hal ini, indikator ekonomi mengilustrasikan pergerakan modal pemangku kepentingan, dan imbas utama dari kinerja keuangan komunitas pada masyarakat secara umum sangat penting untuk memaknai organisasi dan keberlanjutan.

(b) Lingkungan

Dimensi lingkungan membahas kelanjutan komunitas yang mempengaruhi sistem alam, seperti ekosistem, tanah, udara, dan air. Performa di area ini meliputi keanekaragaman hayati, kepatuhan terhadap regulasi lingkungan, serta dampak limbah dan produk yang dihasilkan terhadap ekosistem.

(c) Sosial

Dimensi sosial membahas kelanjutan komunitas yang berimbang pada kehidupan di dalam sistem alam. Praktik perburuan dan tenaga kerja, hak asasi manusia, warga dan sosial, dan tanggung jawab barang adalah komponen penting dari kinerja yang diidentifikasi oleh indikator kinerja sosial.

Berdasarkan Global Reporting Initiative (GRI) generasi empat, yang juga dikenal sebagai "91 indeks pengungkapan CSR", pengungkapan layanan masyarakat (CSR) terdiri dari tiga fokus pengungkapan: sosial, ekonomi, dan lingkungan.

Rumus untuk pengukuran CSR adalah sebagai berikut:

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility* Indeks per kategori perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j ($n=91$, menurut GRI)

X_{ij} = 1 jika item i diungkapkan, 0 jika item i tidak diungkapkan

2.2.10 Kinerja Keuangan

Teori kinerja keuangan mempelajari bagaimana cara mengukur dan mengevaluasi keberhasilan suatu perusahaan dalam meraih target finansialnya. Dengan kata lain, teori ini membantu kita memahami seberapa baik sebuah perusahaan mengelola sumber dayanya dan seberapa efisien perusahaan menggunakanannya.

Kinerja keuangan adalah hasil prestasi kerja oleh manager atau apa yang sudah diraih oleh suatu perusahaan pada jangka waktu khusus dan dicatat dalam laporan keuangan. Laporan keuangannya menunjukkan kemampuan perusahaan yang bisa dipakai untuk menilai kinerja operasinya. Untuk menilai performa keuangan biasanya dipakai rasio profitabilitas. (Wati, 2019:27)

Rasio profitabilitas adalah salah satu rasio keuangan yang diterapkan untuk mengukur kapasitas suatu perusahaan untuk menciptakan laba dengan memakai sumber-sumbernya, seperti aset, ekuitas, dan penjualan, sebagai bagian dari penilaian kondisi keuangan perusahaan (Wati, 2019:27).

Rumus ROA menurut Kasmir :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2.2.11 Ukuran Perusahaan

Investor menimbang ukuran perusahaan selaku faktor utama dalam investasi. Ukuran perusahaan mengindikasikan perbedaan risiko antara bisnis besar dan kecil. Perusahaan yang lebih besar umumnya memiliki teknologi dan sistem yang lebih baik, serta keahlian manajerial yang lebih baik dalam mengatur aset, yang akhirnya meningkatkan kinerja perusahaan. (Wati, 2019:31)

Ukuran perusahaan yaitu besar kecilnya suatu perusahaan. Dengan memakai logaritma natural aset yang dipunya oleh suatu perusahaan, kita dapat menentukan seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan. Jumlah aset yang lebih besar menunjukkan skala perusahaan yang lebih besar, dan sebaliknya, jumlah aset yang lebih kecil menunjukkan ukuran perusahaan yang lebih kecil. (Ulhaq, 2021:21)

Berdasarkan beberapa definisi yang diatas, bisa ditetapkan jika ukuran suatu perusahaan ialah seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan yang berdampak pada kinerja perusahaan. Pengukuran bagi skala perusahaan juga bisa nampak dari jumlah aset yang dipunya suatu perusahaan yang bisa dipakai untuk operasinya. Makin banyak aset yang dipunya suatu perusahaan, makin besar ukurannya.

2.2.11.1 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Pengukuran perusahaan yang digunakan, menurut (Wati, 2019:32), adalah total aset yang dikonversikan ke dalam logaritma natural (Ln).

Rumusnya yaitu :

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln (\text{Total aset})$$

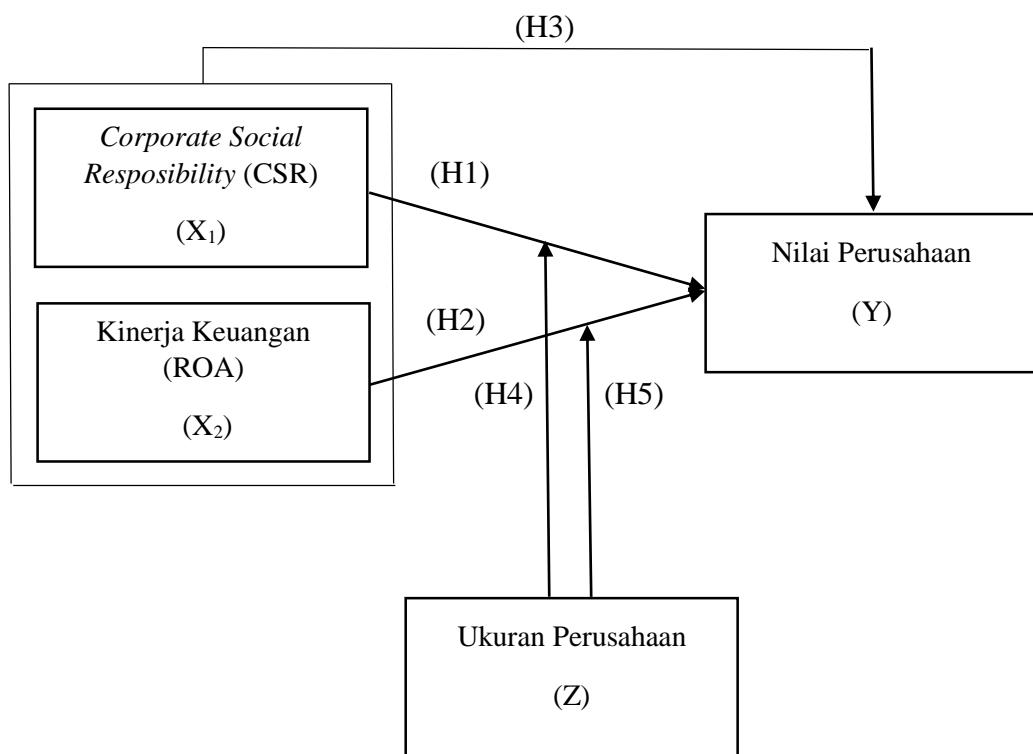
Keterangan :

\ln : logaritma natural

Total aset : total aset merupakan penjumlahan aset lancar, aset tetap dan aset tak berwujud.

2.3 Model Konseptual

Kerangka pikir yang mengatur bagaimana variabel penelitian berinteraksi satu sama lain dikenal sebagai model konseptual. (Abbas, 2019:48)



Gambar 2.3 Model Konseptual

Sumber : Data Diolah oleh penulis 2025

Keterangan :

X₁ (Variabel Independen) : *Corporate Social Responsibility (CSR)*

X₂ (Variabel Independen) : Kinerja Keuangan

Y (Variabel Dependental) : Nilai perusahaan

Z (Variabel Moderasi) : Ukuran Perusahaan

H₁ = CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₂ = kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₃ = CSR dan kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

H₄ = ukuran perusahaan memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

H₅ = ukuran perusahaan memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan

2.4 Hipotesis

Hipotesis ialah jawaban sementara pada rumusan masalah studi. Hipotesis itu harus di tes kebenarannya lewat data yang dikumpulkan lalu di uji. (Abbas, 2019:55)

Berdasarkan rumusan masalah dan model konseptual maka disusun hipotesis sebagai berikut :

2.4.1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungakapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan reputasi perusahaan, yang dapat berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Hasil dari pengungakpan CSR ini menunjukan bahwa : CSR dapat meningkatkan persepsi pemangku kepentingan, dan mendapatkan reputasi baik yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik investor, yang dimana peningkatan reputasi ini dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang..

Menurut penelitian (Anggraeni et al, 2023). Pengungakpan CSR secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H_1 : CSR berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan.

2.4.2 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi akan meningkatkan minat dan penilaian investor akan perusahaan tersebut, dan harga saham akan naik jika *Return On Asset* (ROA) tinggi. Sehingga meningkatnya harga saham perusahaan juga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Penelitian (Irman et al, 2022) mengatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jadi berdasarkan pembahasan diatas maka dapat rumuskan hipotesis sebagai berikut.

H_2 : Kinerja keuangan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh CSR Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan dapat menggunakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai alat untuk mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasional dan interaksinya dengan *stakeholder*. Nilai perusahaan akan meningkat jika memperhatikan berbagai aspek bisnis, seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melaksanakan CSR akan meningkatkan jumlah investor yang menanamkan saham di perusahaan dan berdampak besar pada nilai perusahaan.

Kinerja keuangan yang di proksi dengan *Return On Asset* (ROA) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Para investor, menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba sangat penting. Nilai

Return On Asset menunjukkan seberapa besar laba atau rugi bersih yang diperoleh perusahaan dari semua aset yang dimilikinya. Secara teoritis, semakin banyak perusahaan menghasilkan laba, semakin baik kinerjanya, yang berarti nilainya akan meningkat. Dengan demikian, semakin tinggi nilai *Return On Asset* (ROA), semakin besar nilai perusahaan, (Aminah dan Pemuka, 2023).

Penelitian (Nurfadillah et al, 2022). Mengatakan bahwa CSR dan kinerja keuangan secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

H₃ : CSR dan kinerja keuangan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

2.4.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi CSR Terhadap Nilai Perusahaan

(Anggi, 2024) mengatakan bahwa ukuran perusahaan dapat mengontrol atau memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR akan lebih besar jika ukuran perusahaan juga besar. Pengungkapan CSR yang lebih luas akan memberikan citra perusahaan yang lebih baik kepada investor, yang pada gilirannya akan mendorong harga saham perusahaan naik, yang pada gilirannya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Dalam penelitian (Pondrinal et al, 2022) mengatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasar penyataan maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan.

2.4.5 Ukuran Perusahaan Memoderasi Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki peranan penting dalam kinerja keuangan. Semakin besar ukuran sebuah perusahaan maka akan semakin banyak aset yang dimiliki dan dana yang dapat digunakan dalam operasi perusahaan juga akan semakin banyak. Oleh karena itu ukuran perusahaan memiliki pengaruh antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan (Irman et al, 2022).

Dalam penelitian (Pondrinal, 2022) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pernyataan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Dalam studi ini diterapkan metode kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2022: 7), teknik kuantitatif berlandaskan pada filsafat positivisme dan diterapkan untuk mempelajari sampel atau populasi khusus. Target dari teknik ini ialah untuk mengumpulkan data memakai instrumen studi dan menganalisisnya secara statistik, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang sudah ada.

Studi ini memakai teknik kuantitatif kausalitas yang bermaksud untuk menguji pengaruh variabel bebas dan terikat dan relasi sebab-akibat antar variabel tersebut.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Mengacu pada (Sugiyono, 2022: 38), operasional variabel merujuk pada karakteristik individu atau objek kegiatan yang mempunyai ragam khusus yang sudah disepakati oleh peneliti untuk dikaji dan selanjutnya menghasilkan berbagai kesimpulan.

3.2.1 Variabel Dependend (Variabel Terikat)

Mengacu pada (Sugiyono, 2022:39), variabel yang terpengaruh atau merupakan sebab dari variabel bebas dikenal sebagai variabel dependen. Pada studi ini, variabel dependen yang dianalisis ialah nilai perusahaan (Y).

3.2.1.1 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sering dijadikan acuan dalam evaluasi untuk investasi, akuisisi, atau analisis kinerja. Nilai perusahaan merupakan gambaran kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan juga kinerja perusahaan. Nilai perusahaan

menjadi salah satu aspek yang menarik bagi investor, sebab bisa mempengaruhi tingkat keberhasilan perusahaan.

Terdapat tiga metode untuk menaksir nilai perusahaan: PBV, PER, dan Tobin's

Q. Dari ketiga metode ini, penelitian ini menggunakan PBV sebagai indikator perhitungan nilai perusahaan karena PBV yang tinggi menjadi keinginan pemilik perusahaan, sebab menunjukkan kemakmuran para pemegang saham juga tinggi.

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Pasar Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Saham}}$$

3.2.2 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Menurut Sugiyono (2022: 57), variabel ini biasa dikenal selaku variabel stimulus, predictor, yang merujuk pada variabel bebas. Variabel independen mengakibatkan perubahan pada variabel dependen. Pada studi ini, variabel independen X terdiri dari CSR (X1) dan kinerja keuangan (X2).

3.2.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR ialah tanggung jawab yang diberikan oleh perusahaan di bidang kerja yang mencakup lingkungan dan manusia, dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan yang ditujukan kepada stakeholder internal maupun eksternal. Dalam studi ini, standar atau kerangka pelaporan CSR yang digunakan ialah *Global Reporting Initiative Generasi 4 (GRI) G4*.

Dalam pedoman GRI memiliki 91 tanda yang terbagi dalam 3 aspek utama, yakni :

1. Kinerja ekonomi terdiri atas 9 indikator;
2. Kinerja lingkungan terdiri atas 34 indikator;
3. Kinerja sosial terdiri atas 48 indikator.

Maka indeks pengungkapan CSR dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSRI}_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j = *Corporate Social Responsibility* Indeks per kelompok perusahaan j

N_j = Jumlah item untuk perusahaan j ($n=91$, menurut GRI)

X_{ij} = Jika item i dipaparkan maka diberi angka 1, namun apabila item i tidak diungkapkan diberi angka 0.

3.2.2.2 Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan ialah proses evaluasi efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam mendapat laba serta mengelola posisi kas. Kinerja keuangan yaitu apa yang telah dicapai oleh perusahaan pada jangka waktu tertentu.

Pengukuran kinerja ini, berdasarkan pada sumber daya yang dipunya perusahaan, berguna dalam menilai potensi pertumbuhan dan perkembangan finansial perusahaan. Jika sebuah perusahaan telah mencapai kinerja tertentu, perusahaan itu dianggap berhasil. Untuk penelitian ini, alat ukur yang dipakai dalam menilai kinerja keuangan ialah *Return On Asset* (ROA). Rumus *Return On Asset* ialah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.2.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi, menurut Sugiyono (2022: 39), ialah variabel yang bisa memperkuat atau memperlemah relasi antara variabel independen dan dependen. Pada studi ini, ukuran perusahaan (Z) akan dianalisis sebagai variabel moderasi.

3.2.3.1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar atau kecil suatu perusahaan, yang bisa dinilai melalui total aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan:

$$\text{Ukuran perusahaan (size)} = \ln (\text{Total aset})$$

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

(Sugiyono, 2022: 80) menjabarkan jika populasi ialah area generalisasi yang terdiri dari objek yang memiliki standar dan ciri khas khusus, yang disepakati oleh peneliti untuk dipahami dan lalu diambil kesimpulan.

Populasi pada studi ini yakni seluruh perusahaan consumer non-cyclicals sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada masa 2021-2023 dengan jumlah populasi sejumlah 109 perusahaan.

3.3.2 Sampel

(Sugiyono, 2022: 81) menyatakan jika sampel terdiri dari bagian dari populasi yang mencakup jumlah dan ciri khas tertentu. Jika populasi terlalu besar dan peneliti terbatas oleh dana, tenaga, atau waktu, peneliti bisa memilih sampel untuk menganalisis sebagian populasi. Pada studi ini, teknik *purposive sampling* diterapkan, yakni pemilihan sampel berlandaskan syarat khusus.

Syarat yang dipakai di dalam pengambilan sampel pada studi ini yakni:

1. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage* yang listing BEI periode 2021-2023.

2. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage* yang telah menebitkan laporan tahunan yang lengkap di BEI dan telah diaudit serta di publikasi pada periode 2021-2023 secara berturut-turut.
3. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage* yang menerbitkan laporan keuangan nya dalam mata uang rupiah.
4. Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* sub sektor *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage* yang tidak mengalami kerugian periode 2021-2023.

Tabel 3.1
Penyaringan Sampel Penelitian Berdasarkan Metode
Purposive Sampling

No	Kriteria	Jumlah
	Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> sub sektor <i>Food & Staples Retailing</i> dan <i>Food & Beverage</i> yang terdaftar di BEI periode 2021-2023	109
	Dikurang	
1.	Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> sub sektor <i>Food & Staples Retailing</i> dan <i>Food & Beverage</i> yang tidak listing BEI periode 2021-2023.	(25)
2.	Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> sub sektor <i>Food & Staples Retailing</i> dan <i>Food & Beverage</i> yang tidak mempublikasikan laporan tahunan di BEI dan tidak lengkap serta belum diaudit periode 2021-2023 secara berturut-turut.	(38)
3.	Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> sub sektor <i>Food & Staples Retailing</i> dan <i>Food & Beverage</i> yang tidak membuat laporan keuangan dengan mata uang rupiah.	(7)
4.	Perusahaan <i>Consumer Non-Cyclicals</i> sub sektor <i>Food & Staples Retailing</i> dan <i>Food & Beverage</i> yang mengalami kerugian periode 2021-2023	(15)
Jumlah Sampel Perusahaan		24

Berdasarkan syarat di atas maka sampel yang didapat ialah 24 perusahaan, yaitu sebagai berikut.

**Table 3.2
Nama Perusahaan Yang Menjadi Sampel**

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1	DMND	Diamond Food Indonesia Tbk.
2	PCAR	Prima Cakrawala Abadi Tbk.
3	ADES	Akasha Wira International Tbk.
4	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk.
5	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk.
6	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
7	CPRO	Central Proteina Prima Tbk.
8	DLTA	Delta Djakarta Tbk
9	DSFI	Dharma Samudera Fishing Industries Tbk
10	GZCO	Gozco Plantations Tbk.
11	IKAN	Era Mandiri Cemerlang Tbk.
12	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
13	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk
14	MAIN	Malindo Feedmil Tbk.
15	MYOR	Mayora Indah Tbk.
16	OILS	Indo Oil Perkasa Tbk
17	PANI	Pantai Indah Kapuk Dua Tbk.
18	PGUN	Pradiksi Gunatama Tbk
19	PSGO	Palma Serasih Tbk.
20	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.
21	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
22	STTP	Siantar Top Tbk.
23	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
24	TGKA	Tigaraska Satria Tbk.

Sumber :www.idx.com (data yang diolah peneliti 2025)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2022: 224), data bisa dikumpulkan di beragam lokasi, dari beragam sumber, dan dengan beragam metode. Berdasarkan lokasi, data bisa diperoleh di laboratorium melalui eksperimen, di rumah dengan informan, di

seminar, dalam diskusi, di jalan, dan sebagainya. Pengumpulan data bisa melibatkan sumber primer maupun sekunder.

Teknik pengumpulan data pada studi ini yakni menggunakan data sekunder yang didapat dari laporan keuangan dan tahunan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

3.5 Metode Analisis

Metode analisis yang dipakai ialah analisis linear berganda untuk menguji variabel independen pada variabel dependen dan *Moderate Regression Analysis* (MRA) untuk menguji variabel moderasi dengan memakai program IBM *Statistical Package for Social Sciene* (SPSS). Untuk tahap analisis data terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis linear berganda, uji regresi moderasi dan uji hipotesis.

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif, menurut (Sugiyono, 2022:147), dilakukan untuk menganalisis data dengan mengilustrasikan data seadanya tanpa membuat kesimpulan umum atau generalisasi. Setelah itu, data yang dikumpulkan ditabulasikan dan dibahas secara deskriptif. Semua konsep yang diukur dijelaskan pada studi ini.

Statistik deskriptif merupakan suatu metode untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau menjelaskan data tersebut. Proses analisis ini dilakukan dengan memeriksa nilai-nilai seperti rata-rata, deviasi standar, nilai maksimum, dan nilai minimum. (Sugiyono, 2022:148)

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ialah pengujian untuk mengevaluasi apakah data memiliki distribusi normal. Target uji normalitas ialah untuk mengecek apakah variabel pengganggu atau residual dalam regresi mengikuti distribusi normal. Variabel independen dan variabel dependen normal atau tidak. Jika dugaan tidak dijalankan maka uji statistik tidak valid dan tidak bisa dipakai pada studi. (Ghozali 2021:196).

Untuk menentukan apakah residual bersifat normal atau tidak, bisa dijalankan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau dengan menganalisis grafik:

1. Pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*

Dengan melakukan pengujian ini, kita bisa membuat keputusan apakah residual mengikuti distribusi normal atau tidak :

- a) Jika nilai signifikansi yang didapat lebih besar atau sama dengan 0,05, itu menandakan jika data residual mengikuti distribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi yang didapat kurang dari 0,05, itu menandakan jika data residual tidak mengikuti distribusi normal.

2. Pendekatan Grafik

Dengan menggunakan pendekatan grafik, pengujian bisa dijalankan untuk memutuskan apakah data residual berdistribusi normal, yang mengandalkan pada asumsi-asumsi berikut:

- a) Jika data terdistribusi di sekitar garis diagonal dan mengikuti pola arah garis tersebut, maka model regresi dapat dianggap mencukupi asumsi uji normalitas.

- b) Jika data menyimpang jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arahnya, maka model regresi dianggap tidak mencukupi asumsi uji normalitas.

3.5.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan model regresi untuk variabel bebas dan variabel terikat. Ini memungkinkan untuk mengidentifikasi masalah dengan multikolinearitas dalam model regresi jika tidak ada relasi antara variabel independen. Nilai toleransi dan *variance inflation factor* (VIF) adalah bukti multikolinearitas (Ghozali, 2021:157).

Nilai *variance inflation* (VIF) dan nilai toleransi berikut bisa dipakai untuk memahami tingkat multikolinearitas:

- 1) Multikoliniearitas dapat terjadi apabila nilai toleransi kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10.
- 2) Multikoliniearitas tidak terjadi jika nilai toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

3.5.1.3 Uji Heteroskidastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi menunjukkan varian yang sama dari residual dari satu pengawasan ke pengawasan lainnya. Jika uji heteroskedastisitas tidak terjadi, model regresi dinyatakan baik. Untuk tujuan penelitian ini, digunakan uji glejser untuk menemukan masalah. Berikut ini adalah dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2021:178):

- a) Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3.5.1.4 Uji Autokorelasi

Target dari uji autokorelasi ialah untuk mengidentifikasi apakah terdapat kesalahan dalam uji asumsi klasik, dengan melihat relasi antara nilai residual pada periode (t) dan kelalaian pada masa sebelumnya ($t-1$) pada model regresi yang berbeda. Jika ditemukan relasi, berarti ada isu dengan autokorelasi. Namun, model regresi yang baik tidak mengalami autokorelasi. Uji Durbin-Watson digunakan untuk mengidentifikasi autokorelasi dalam penelitian ini.

Ada atau tidaknya autokorelasi didasarkan pada beberapa dasar pengambilan pilihan. Menurut Ghazali (2021: 162).

- a) Jika nilai DW berada di antara d_U dan $(4-d_L)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, artinya tidak ada autokorelasi
- b) Jika nilai DW lebih kecil dari d_L , maka koefisien autokorelasi lebih besar dari nol, artinya ada autokorelasi positif
- c) Jika nilai DW lebih besar dari $(4-d_L)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol, artinya ada autokorelasi negatif

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Mengacu pada (Ghozali, 2021: 8) analisis regresi linear berganda ialah teknik statistik yang digunakan untuk memeriksa bagaimana beberapa variabel independen mempengaruhi suatu variabel dependen. Hasil analisis ini akan memeriksa bagaimana CSR, atau kinerja keuangan, mempengaruhi nilai perusahaan.

Adapun persamaan dari Regresi Linear Berganda secara matematis ialah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b_{1-2} = Koefisien *regresi*

X_1 = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X_2 = Kinerja Keuangan

e = eror

3.5.4 Moderate Regression Analysis (MRA)

Analisis ini bertujuan untuk memahami apakah variabel moderasi memperkuat atau memperlemah relasi antara variabel independen dan dependen. MRA digunakan untuk menguji hipotesis moderasi, yang diterima jika variabel moderasi, seperti ukuran perusahaan, memengaruhi relasi antara CSR, kinerja keuangan, dan nilai perusahaan (Ghozali, 2021:253). Kriteria pengukuran untuk uji MRA ialah sebagai berikut :

a. Jika nilai signifikan $> 0,05$, maka H_1 ditolak

b. Jika nilai signifikan $< 0,05$, maka H_1 diterima

Sehingga, model studi kedua, dimana sesudah ditambahkan variabel moderasi, ialah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = a + \beta_1 X_1 Z$$

$$Y = a + \beta_2 X_2 Z$$

Keterangan :

Y	= Nilai Perusahaan
a	= Konstanta
β_1, β_2	= koefisien regresi
X_1	= CSR
X_2	= Kinerja Keuangan
Z	= Ukuran Perusahaan
$X_1 * Z$	= Interaksi antara CSR dan Ukuran Perusahaan
$X_2 * Z$	= Interaksi antara Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan
ε	= Error Term

3.5.5 Analisis Koefisiensi Korelasi (r)

Analisis koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar dua variabel atau lebih. Arah dinyatakan dalam bentuk hubungan positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi

Koefisien korelasi (r) menunjukkan derajat korelasi antara variabel independen dan variabel dependen. Nilai koefisien korelasi harus terdapat dalam batas-batas -1 hingga +1 ($-1 < r \leq +1$) yang menghasilkan beberapa kemungkinan, antara lain sebagai berikut :

- Tanda positif menunjukkan adanya korelasi positif dalam variabel-variabel yang diuji, yang berarti setiap kenaikan dan penurunan nilai-nilai X akan diakui dengan kenaikan dan penurunan Y . Jika $r = +1$ atau mendekati 1 maka menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel-variabel yang diuji sangat kuat.

- b) Tanda negatif menunjukkan adanya korelasi negatif antara variabel-variabel yang diuji, berarti setiap kenaikan nilai-nilai X akan diikuti dengan penurunan nilai Y dan sebaliknya. Jika $r = -1$ atau mendekati -1 maka menunjukkan adanya pengaruh negatif dan korelasi variabel-variabel yang diuji lemah.
- c) Jika $r = 0$ atau mendekati 0 maka menunjukkan korelasi yang lemah atau tidak ada korelasi sama sekali antara variabel-variabel yang diteliti dan diuji.

Menurut (Sugiyono, 2022), pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 3.3
Nilai Koefisien Korelasi**

Internal Koefisiensi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : (Sugiyono, 2022:184)

3.5.6 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Ghozali, 2021:147) koefisien determinasi (R^2), yang menunjukkan proporsi model dan variabel dependen yang terkait. Analisis determinasi (R^2) yaitu mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Untuk mengetahui nilai dari koefisien determinasi, maka dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Korelasi Ganda

KD = Koefisien Determinasi

3.6 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis ialah teknik pengambilan keputusan yang dilandaskan pada analisis data yang didapat dari pengawasan dan eksperimen yang terkontrol.

3.6.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F menyiratkan apakah semua variabel independen atau bebas berdampak secara serentak pada variabel dependen (Ghozali, 2021: 148).

Rumus F hitung ialah sebagai berikut :

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

a) Merumuskan hipotesis

H1: Ada pengaruh antara CSR dan kinerja secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan.

b) Memutuskan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi memakai 0,005 ($\sigma = 5\%$)

Jika signifikansi $> 0,05$ maka H1 ditolak

Jika signifikan $< 0,05$ maka H1 diterima

c) Syarat pengujian

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H1 ditolak

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H1 diterima

3.6.2 Uji Parsial (Uji T)

Mengacu pada Ghazali (2021:148), uji statistik t dipakai untuk menilai seberapa besar dampak suatu variabel independen terhadap perubahan pada variabel dependen. Kriteria untuk pengambilan pilihan dihitung dengan nilai sig. 0,05 ($\alpha = 5\%$). Uji statistik t dilakukan dalam langkah-langkah berikut:

Keputusan dibuat berdasarkan kriteria berikut:

- a) Nilai sig. kurang dari atau sama dengan 0,05 menandakan jika variabel independen berpengaruh parsial signifikan pada variabel dependen.
- b) Nilai sig. lebih dari 0,05 menandakan jika variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara parsial pada variabel dependen.

BAB IV

GAMBARAN OBYEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Gambaran Umum Sejarah Bursa Efek Indonesia

Bursa di Indonesia didirikan pada 14 Desember 1912 dengan nama Veening voor de Effectenhandel (bursa efek). Pada awalnya, terdapat 13 anggota bursa yang aktif dalam memperjualbelikan saham dan obligasi perusahaan serta perkebunan Belanda yang beroperasi di Indonesia. Pasar modal di Indonesia mengalami perkembangan pesat, yang mendorong pembukaan Bursa Efek Surabaya pada 11 Januari 1925 dan Bursa Efek Semarang pada 1 Agustus 1925. Namun, gejolak politik di Eropa pada awal tahun 1939 berdampak pada perdagangan efek di Indonesia, yang menyebabkan penutupan total kegiatan perdagangan efek pada 17 Mei 1940 akibat Perang Dunia II.

4.2 Gambaran Objek Yang Diteliti

4.2.1 PT Diamond Food Indonesia Tbk

PT Diamond Food Indonesia Tbk. (yang selanjutnya disebut "Diamond" atau "Perseroan") didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 pada tanggal 3 Februari 1995 di hadapan Jusnita Gunawan, S.H., Notaris di Rangkasbitung dengan nama awal PT Jayamurni Tritunggal. Kantor pusat perusahaan ini terletak di TCC Batavia Tower One, Lantai 15, Unit 03 & 05, Jl. KH Mas Mansyur Kav. 126, Jakarta Pusat 10220.

Pada tahun 2016, Perseroan melakukan perubahan nama menjadi PT Diamond Food Indonesia sesuai dengan Akta Risalah Rapat No. 13 tanggal 17 November

2016, yang dibuat di hadapan Emilia, S.H., Notaris di Jakarta. Perubahan nama tersebut telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia (Menkumham) melalui Keputusan No. AHU-0022831.AH.01.02.TAHUN 2016 tertanggal 1 Desember 2016.

Pada tanggal 15 dan 16 Januari 2020, Perseroan memulai fase baru dalam perjalanan bisnisnya dengan melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO), menawarkan 100 juta lembar saham kepada publik dengan harga Rp915 per saham. Perseroan resmi terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode saham DMND. Secara total, Perseroan mencatatkan 9.468.359.000 saham di BEI.

Produk yang didistribusikan oleh Diamond meliputi produk susu, permen, daging dan hasil laut, buah-buahan, sayuran beserta olahannya, bahan makanan pokok (*grocery*), serta produk roti.

4.2.2 PT Prima Cakrawala Abadi Tbk

PT Prima Cakrawala Abadi didirikan berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas No. 111 tanggal 29 Januari 2014, yang dibuat di hadapan Jimmy Tanal, S.H., M.Kn., notaris pengganti dari Hasbullah Abdul Rasyid, S.H., M.Kn., Notaris di Jakarta Selatan. Akta tersebut telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (Menkumham) melalui Keputusan No. AHU-08990.AH.01.01.Tahun 2014 tanggal 3 Maret 2014, dan telah terdaftar dalam daftar Perseroan sesuai dengan ketentuan UUPT dengan nomor pendaftaran AHU-0016538.AH.01.09.

Seiring dengan perubahan status Perseroan dari Perseroan Tertutup menjadi Perseroan Terbuka, nama Perseroan berubah menjadi PT Prima Cakrawala Abadi,

Tbk. Pada 29 Desember 2017, Perseroan resmi terdaftar sebagai perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia dengan kode saham "PCAR".

Melakukan kegiatan usaha di bidang industri pengolahan dan pengawetan hasil perikanan (seperti rajungan dan hasil laut lainnya) dalam kemasan kaleng, serta industri pengolahan hasil perikanan melalui proses pembekuan (*coldstorage*). Kantor pusat berlokasi di Jl. Krt. Wongsonegoro No. 39, Wonosari, Ngaliyan, Semarang 50186, Jawa Tengah.

Sepanjang tahun 2022, Perseroan telah melaksanakan kegiatan usaha di bidang pengolahan industri dan distribusi hasil laut, khususnya rajungan. Selain itu, Perseroan juga telah melakukan diversifikasi dengan memperkenalkan produk-produk lain seperti ikan beku, udang laut beku, dan cumi beku.

4.2.3 PT Akasha Wira International Tbk

Akasha Wira International Tbk (sebelumnya dikenal sebagai Ades Waters Indonesia Tbk) (ADES) didirikan dengan nama PT Alfindo Putrasetia pada tahun 1985 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1986. Kantor pusat ADES terletak di Perkantoran Hijau Arkadia, Jl. Letjend. T.B. Simatupang Kav. 88, Jakarta 12520 – Indonesia.

Pemegang saham mayoritas Akasha Wira International Tbk adalah Water Partners Bottling S.A. (91,94%), sebuah perusahaan *joint venture* antara *The Coca Cola Company* dan *Nestle* S.A. Pada tanggal 3 Juni 2008, Water Partners Bottling S.A. diakuisisi oleh Sofos Pte. Ltd., sebuah perusahaan yang berbadan hukum di Singapura.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan ADES mencakup industri air minum dalam kemasan, industri roti dan kue, permen, makaroni, kosmetik, serta perdagangan besar. Kegiatan utama Akasha Wira International adalah pengolahan dan distribusi air minum dalam kemasan (dengan merek *Nestle Pure Life* dan *Vica*) serta perdagangan besar produk-produk kosmetik.

Produksi air minum dalam kemasan secara komersial dimulai pada tahun 1986, sementara perdagangan produk kosmetik dimulai pada tahun 2010 dan produksi kosmetik dimulai pada tahun 2012. Pabrik pengolahan air minum dalam kemasan terletak di Jawa Barat, sedangkan pabrik produksi kosmetik berada di Pulogadung.

Pada tanggal 2 Mei 1994, ADES menerima pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 15.000.000 saham kepada publik, dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dan harga penawaran perdana sebesar Rp3.850,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 13 Juni 1994.

4.2.4 PT Budi Starch & Sweetener Tbk

Budi Starch dan Sweetener Tbk (dahulu dikenal sebagai Budi Acid Jaya Tbk) (BUDI) didirikan pada 15 Januari 1979 dan mulai beroperasi secara komersial pada Januari 1981. Kantor pusat BUDI terletak di Wisma Budi, lantai 8-9, Jalan HR. Rasuna Said Kav C-6, Jakarta, sementara pabrik-pabrik BUDI berlokasi di Subang, Lampung, Jambi, dan Surabaya.

Budi Starch & Sweetener Tbk merupakan bagian dari kelompok usaha Sungai Budi. Beberapa pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham perusahaan ini antara lain: PT Sungai Budi (25,03%) dan PT Budi Delta Swakarya (25,03%).

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan BUDI terutama mencakup bidang manufaktur bahan kimia dan produk makanan, termasuk produk turunan dari ubi kayu, ubi jalar, kelapa sawit, kopra, dan produk pertanian lainnya, serta industri lainnya, khususnya industri plastik. Kegiatan utama Budi Starch & Sweetener berfokus pada produksi dan penjualan tepung tapioka, glukosa dan fruktosa, maltodextrin, sorbitol, asam sitrat, karung plastik, asam sulfat, dan bahan kimia lainnya.

Pada tanggal 31 Maret 1995, BUDI menerima pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 30.000.000 saham kepada publik, dengan nilai nominal Rp500,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp3.000,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 8 Mei 1995.

4.2.5 PT Campina Ice Cream Industry Tbk

Perseroan awalnya didirikan dengan nama CV Pranoto pada 22 Juli 1972. Kemudian, pada tahun 1994, nama Perseroan diubah menjadi "PT Campina Ice Cream Industry" berdasarkan akta No. 11 yang dibuat oleh Notaris Sulaimansjah, S.H. pada 2 September 1994.

Perseroan kemudian mengubah namanya menjadi "PT Campina Ice Cream Industry Tbk" pada 19 Desember 2017 melalui akta Anggaran Dasar No. 8 yang dibuat oleh Notaris Christina Dwi Utami, S.H, MHum, MKn. Perubahan nama tersebut disetujui oleh Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. AHU 0020551.AH.01.02 TH.2017 yang diterbitkan pada 5 Oktober 2017.

Pemegang saham mayoritas Perseroan adalah Bapak Sabana Prawirawidjaja, yang memiliki 83,94% saham, menjadikannya Pemegang Saham Utama PT Campina Ice Cream Industry Tbk. Sedangkan 16,06% saham lainnya dimiliki oleh masyarakat.

Saham Perseroan pertama kali ditawarkan kepada publik pada tahun 2017 dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 19 Desember 2017. Kantor pusat dan pabrik Perseroan terletak di atas tanah milik Perseroan di Jalan Rungkut Industri II No 15-17, Surabaya. Sementara itu, kantor pemasaran berlokasi di Graha Campina Lantai 2, Jl. Raya Bekasi KM 26, Unjung Menteng, Cakung, Jakarta Timur, 13960.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan yang terbaru, kegiatan usaha utama Perseroan adalah di bidang industri pengolahan dan perdagangan, khususnya dalam industri es krim. Ini mencakup pembuatan berbagai jenis es krim yang berbahan dasar susu, serta pengolahan es sejenis yang dapat dimakan (bukan es batu atau es balok), yang juga melibatkan pembuatan es dengan bahan utama selain susu.

Keluarga Hadipranoto memulai bisnis es krim Campina 51 tahun yang lalu dengan tujuan untuk membawa keceriaan kepada konsumen. Seiring berjalannya waktu, Perusahaan terus berkomitmen untuk memproduksi es krim yang selalu memenuhi standar kebersihan dan kualitas tinggi.

4.2.6 PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk

Wilmar Cahaya Indonesia Tbk (sebelumnya dikenal sebagai Cahaya Kalbar Tbk) (CEKA) didirikan pada 3 Februari 1968 dengan nama CV Tjahaja Kalbar dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1971. Kantor pusat CEKA berlokasi di Kawasan Industri Jababeka II, Jl. Industri Selatan 3 Blok GG No.1, Cikarang,

Bekasi 17550, Jawa Barat – Indonesia, sementara pabrik-pabriknya berada di Kawasan Industri Jababeka, Cikarang, Jawa Barat, dan di Pontianak, Kalimantan Barat.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Wilmar Cahaya Indonesia Tbk adalah PT Sentratama Niaga Indonesia (pengendali) dengan kepemilikan sebesar 87,02%. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk merupakan bagian dari Grup Wilmar International Limited. Wilmar International Limited adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Singapura.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan CEKA mencakup industri makanan, khususnya industri minyak nabati (termasuk minyak kelapa sawit beserta produk turunannya), biji tengkawang, minyak tengkawang, dan minyak nabati spesialitas untuk industri makanan dan minuman. Selain itu, CEKA juga bergerak di bidang perdagangan lokal, ekspor, impor, serta perdagangan hasil bumi, hasil hutan, dan barang-barang kebutuhan sehari-hari. Saat ini, produk utama yang diproduksi oleh CEKA adalah *Crude Palm Oil* (CPO) dan Palm Kernel beserta produk turunannya.

Pada 10 Juni 1996, CEKA menerima pernyataan efektif dari Menteri Keuangan untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 34.000.000 saham kepada publik, dengan nilai nominal Rp500,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp1.100,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 9 Juli 1996.

4.2.7 PT Central Proteina Prima Tbk

PT Central Proteina Prima Tbk ("Perseroan" atau "Perusahaan" atau "CP Prima") didirikan di Indonesia pada 30 April 1980 dan mulai beroperasi secara komersial pada 18 Agustus 1980. Akta pendirian perusahaan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. YA5/281/9 pada 21 Mei 1981 dan diumumkan dalam Berita Negara No. 12 pada 9 Februari 1990, Tambahan No. 494.

Pada tahun 1990, Perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana (IPO) dengan menawarkan 1 juta saham kepada publik, masing-masing dengan nilai nominal Rp1.000 per saham, melalui Bursa Efek Indonesia (sebelumnya Bursa Efek Jakarta), dengan harga penawaran Rp4.000 per saham.

Kegiatan usaha Perusahaan mencakup industri, peternakan, pertanian, perdagangan, budidaya tambak, pembibitan, serta produksi dan perdagangan pakan udang, ikan, dan hewan peliharaan. Perusahaan berkantor pusat di Treasury Tower Lantai 8 - District 8, SCBD Lot 28, Jalan Jenderal Sudirman Kav. 52-53, Jakarta Selatan, dengan lokasi usaha di Medan, Sumatera Selatan, Lampung, dan Surabaya.

4.2.8 PT Delta Djakarta Tbk

Delta Djakarta Tbk (DLTA) didirikan pada 15 Juni 1970 dan memulai kegiatan usahanya pada tahun 1933. Kantor pusat dan pabrik DLTA terletak di Jalan Inspeksi Tarum Barat, Bekasi Timur, Jawa Barat.

Pabrik "Anker Bir" didirikan pada tahun 1932 dengan nama Archipel Brouwerij. Seiring waktu, kepemilikan pabrik ini mengalami beberapa perubahan hingga akhirnya menjadi PT Delta Djakarta pada tahun 1970.

DLTA adalah bagian dari San Miguel Group yang berbasis di Filipina, dengan San Miguel Malaysia (L) Private Limited, Malaysia, sebagai induk usahanya, dan Top Frontier Investment Holdings, Inc, yang berkedudukan di Filipina, sebagai induk usaha utama DLTA.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Delta Djakarta Tbk antara lain: San Miguel Malaysia (L) Pte. Ltd (pengendali) dengan kepemilikan 58,33% dan Pemda DKI Jakarta dengan 23,34%.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, kegiatan utama DLTA adalah memproduksi dan menjual bir pilsener serta bir hitam dengan merek "Anker", "*Carlsberg*", "*San Miguel*", "*San Mig Light*", dan "Kuda Putih".

DLTA juga memproduksi dan menjual minuman non-alkohol dengan merek "Sodaku". Pada tahun 1984, DLTA mendapatkan pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 347.400 saham kepada publik, dengan nilai nominal Rp1.000 per saham dan harga penawaran Rp2.950 per saham. Saham-saham tersebut tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 27 Februari 1984.

4.2.9 PT Dharma Samudra Fishing Industries Tbk

PT Dharma Samudera Fishing Industries Tbk (DSFI) atau "Perseroan" didirikan dan mulai beroperasi pada 2 Oktober 1973. Kantor pusatnya terletak di Jl. Laksamana R.E. Martadinata 1, Tanjung Priok, Jakarta 14310, sementara kantor cabangnya berada di Jl. R.A. Kartini No. 39, Kel. Kendari Caddi Kendari 93126, Sulawesi Tenggara.

Pada awal pendiriannya, Perseroan fokus pada usaha penangkapan ikan cakalang dan kakap merah dengan target ekspor. Sepuluh tahun kemudian, pada tahun 1983, Perseroan berhasil mendirikan pabrik pertamanya di Kendari, Sulawesi Tenggara.

Dengan melihat potensi dan peluang pasar baik di dalam negeri maupun internasional, serta mempertimbangkan kapabilitas yang dimiliki, Perseroan memutuskan untuk memperluas bisnisnya ke industri pengolahan ikan terpadu yang mencakup proses pengolahan. Sejak itu, Perseroan telah memproduksi berbagai produk olahan laut yang kaya protein dan memiliki nilai tambah, seperti ikan filet, tuna, gurita, cumi-cumi, dan produk bernilai tambah lainnya.

Setelah lebih dari dua dekade berkiprah di industri perikanan, pada 24 Maret 2000, Perseroan memutuskan untuk melaksanakan penawaran umum perdana saham di Bursa Efek Indonesia, yang sebelumnya dikenal sebagai Bursa Efek Jakarta, dengan kode saham "DSFI".

Pada 24 Maret 2000, DSFI melaksanakan IPO dengan harga penawaran Rp900 per saham. Pada saat IPO, sebanyak 125.000.000 saham ditawarkan oleh pemegang saham pendiri, dengan total saham terdaftar mencapai 175.000.000 saham. Persentase saham yang dimiliki oleh pendiri saat IPO adalah 28,57%.

Pemegang saham mayoritas PT Dharma Samudera Fishing Industries Tbk adalah PT Marina Berkah Investama dengan kepemilikan 69,29%, sementara 30,71% sisanya dimiliki oleh masyarakat/*public*.

4.2.10 PT Gozco Plantations Tbk

Gozco Plantations Tbk (sebelumnya dikenal sebagai PT Surya Gemilang Sentosa) (GZCO) didirikan pada 1 Oktober 2001. Kantor pusat perusahaan ini terletak di Gedung Gozco, Jl. Raya Pasar Minggu 32, Pancoran, Jakarta Selatan 12780, Indonesia.

Berdasarkan data per 30 April 2022, pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Gozco Plantations Tbk antara lain PT Golden Zaga Indonesia (28,37%) sebagai pengendali, Tjandra Mindharta Gozali (26,37%), Prajogo Pangestu (7,84%), dan Nyamdjord Chuluunbaatar (9,83%).

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan GZCO meliputi sektor pertanian, perdagangan, industri, dan jasa yang berkaitan dengan agrobisnis serta agroindustri. Fokus utama kegiatan usaha GZCO adalah pengelolaan dan operasional perkebunan, serta perdagangan dan pengolahan kelapa sawit dan minyak nabati (crude palm oil) melalui perusahaan-perusahaan anak.

Pada tanggal 6 Mei 2008, GZCO mendapatkan pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 1.500.000.000 saham dengan nilai nominal Rp100,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp225,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 15 Mei 2008.

4.2.11 PT Era Mandiri Cemerlang Tbk

Era Mandiri Cemerlang Tbk (IKAN) didirikan pada 14 November 2000 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2006. Kantor pusat perusahaan ini

terletak di Ruko Loden Center Blok F2-7, Jl. Loden Raya No.2, Kel. Ancol, Kec. Pademangan, Jakarta Utara 14430, Indonesia.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan IKAN mencakup perdagangan, jasa, pertanian, perikanan, perkebunan, industri, pembangunan, pertambangan, dan percetakan. Saat ini, fokus utama kegiatan usaha IKAN adalah di bidang pengolahan dan perdagangan produk perikanan, seperti ikan tuna fillet beku, *swordfish* beku, *oilfish* beku, ikan mahi-mahi beku, dan produk perikanan lainnya.

Pada 30 Januari 2020, IKAN menerima pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) dengan menawarkan sebanyak 333.333.000 saham baru yang memiliki nilai nominal Rp50,- per saham, dengan harga penawaran Rp120,- per saham. Saham-saham tersebut mulai tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 12 Februari 2020.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham di Era Mandiri Cemerlang Tbk (per 31 Januari 2022) adalah: PT Berkah Delapan Samudera (33,52%) dan Johan Rose (26,40%).

4.2.12 PT Indofood Sukses Makmur Tbk

Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) didirikan pada 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma dan memulai operasi komersialnya pada tahun yang sama. Kantor pusat INDF terletak di Sudirman Plaza, Indofood Tower, Lantai 21, Jl. Jend. Sudirman Kav. 76-78, Jakarta 12910 – Indonesia. Sementara itu, pabrik dan perkebunan INDF serta anak-anak usahanya tersebar di berbagai lokasi di pulau Jawa, Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan Malaysia.

Induk perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk adalah CAB Holding Limited yang memiliki 50,07% saham INDF, yang berlokasi di Seychelles. Sementara itu, induk usaha terakhir dari Indofood Sukses Makmur Tbk adalah First Pacific Company Limited (FP) yang berbasis di Hong Kong. Saat ini, perusahaan juga memiliki anak-anak usaha yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), di antaranya Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dan Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP).

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan INDF mencakup pendirian dan pengoperasian industri makanan olahan, bumbu penyedap, minuman ringan, kemasan, minyak goreng, penggilingan gandum, serta pembuatan karung untuk terigu dan tekstil.

Indofood memiliki berbagai produk dengan merek yang sudah terkenal di kalangan masyarakat, di antaranya mi instan (Indomie, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun, dan Mi Telur Cap 3 Ayam), produk susu (Indomilk, Cap Enaak, Tiga Sapi, Indomilk Champ, Calci Skim, Orchid Butter, dan Indoeskrim), makanan ringan (Chitato, Lays, Qtela, Cheetos, dan JetZ), bumbu penyedap (Indofood, Piring Lombok, Indofood Racik, dan Maggi), nutrisi & makanan khusus (Promina, SUN, Govit, dan Provita), minuman (Ichi Ocha, Tekita, Cafélá, Club 7Up, Tropicana Twister, Fruitamin, dan Indofood Freiss), tepung terigu & pasta (Cakra Kembar, Segitiga Biru, Kunci Biru, Lencana Merah, Chesa, La Fonte), serta minyak goreng dan mentega (Bimoli dan Palmia).

Pada tahun 1994, INDF menerima pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) kepada publik sebanyak

21.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp6.200,- per saham. Saham-saham tersebut kemudian tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 14 Juli 1994.

4.2.13 PT PP London Sumatra Indonesia Tbk

PT Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk (PP London Sumatra Indonesia Tbk / Lonsum) (LSIP) didirikan pada 18 Desember 1962 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun yang sama. Kantor pusat perusahaan ini berada di Ariobimo Sentral Lantai 12, Jl. HR. Rasuna Said Blok X-2 Kav. 5, Jakarta 12950 – Indonesia, sementara kantor cabang operasionalnya terletak di Medan, Palembang, Makassar, dan Samarinda.

Pemegang saham dengan kepemilikan 5% atau lebih pada PP London Sumatra Indonesia Tbk (per 28 Februari 2022) adalah Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP), yang memiliki 59,48% saham perusahaan.

Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP) adalah anak perusahaan tidak langsung dari *First Pacific Company Limited*, sebuah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Hong Kong. Bapak Anthoni Salim memiliki kepentingan serta mengendalikan *First Pacific Company Limited* secara tidak langsung.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, LSIP berfokus pada usaha perkebunan yang terletak di berbagai daerah, yaitu Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Jawa, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, dan Sulawesi Selatan, dengan total luas lahan mencapai 114.111 hektar. Produk utama yang dihasilkan oleh Lonsum meliputi minyak kelapa sawit dan karet, serta produk lainnya seperti kakao, teh, dan benih dalam jumlah yang lebih terbatas.

Selain mengelola perkebunan miliknya sendiri, LSIP juga mengembangkan perkebunan di lahan yang dimiliki oleh petani kecil lokal (perkebunan plasma) dengan menerapkan pola perkebunan "inti-plasma" yang dipilih saat perusahaan melakukan ekspansi perkebunannya.

Pada tanggal 7 Juni 1996, LSIP menerima pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 38.800.000 saham dengan nilai nominal Rp500,- per saham dan harga penawaran Rp4.650,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 5 Juli 1996.

4.2.14 PT Malindo Feedmil Tbk

Malindo Feedmill Tbk (MAIN) didirikan pada 10 Juni 1997 sebagai perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) dan memulai operasional komersialnya pada tahun 1998. Kantor pusat Malindo berlokasi di Duta Mas Fatmawati, Jalan RS Fatmawati No. 39, Jakarta Selatan 12420 – Indonesia. Pabrik MAIN tersebar di wilayah Jakarta, Jawa Timur, dan Banten, sementara peternakan MAIN terletak di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Sumatera, dan Kalimantan Selatan.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, MAIN berfokus pada industri pakan ternak dan pembibitan ayam umur sehari (*day-old chick*). Saat ini, kegiatan utama MAIN meliputi produksi pakan ternak, pembibitan ayam (termasuk produksi induk ayam *Parent Stock* dan anak ayam umur sehari), peternakan ayam pedaging, serta pengolahan makanan berbahan baku ayam dengan merek "*SunnyGold*" dan "*Ciki Wiki*" melalui anak perusahaan, PT Malindo Food Delight.

Pada 27 Januari 2006, MAIN menerima pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO), dengan menawarkan sebanyak 61.000.000 saham kepada publik, masing-masing bernilai nominal Rp100,- dan harga penawaran Rp880,- per saham. Saham-saham tersebut mulai tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 10 Februari 2006.

Pemegang saham yang memiliki lebih dari 5% saham di Malindo Feedmill Tbk adalah Dragon Amity Ltd. (induk usaha) yang memiliki 57,21%, sebuah perusahaan yang berlokasi di Mauritius.

4.2.15 PT Mayora Indah Tbk

Mayora Indah Tbk (MYOR) didirikan pada 17 Februari 1977 dan mulai beroperasi secara komersial pada Mei 1978. Kantor pusat Mayora terletak di Gedung Mayora, Jl. Tomang Raya No. 21-23, Jakarta 11440 – Indonesia, sementara pabriknya berada di Tangerang dan Bekasi.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Mayora Indah Tbk antara lain PT Unita Branindo (32,93%), PT Mayora Dhana Utama (26,14%), dan Jogi Hendra Atmadja (25,22%). Sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, Mayora bergerak dalam bidang industri, perdagangan, serta agen/perwakilan.

Saat ini, Mayora menjalankan usaha di industri biskuit (Roma, Danisa, Royal Choice, Better, Muuch Better, Slai O Lai, Sari Gandum, Sari Gandum Sandwich, Coffeejoy, Chees'kress), kembang gula (Kopiko, KIS, Tamarin, dan Juizy Milk), wafer (Beng Beng, Astor, Roma), coklat (Choki-choki), kopi (Torabika dan Kopiko), serta makanan kesehatan (Energen), dan memasarkan produknya baik di pasar domestik maupun internasional.

Pada 25 Mei 1990, MYOR mendapatkan pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) sebanyak 3.000.000 saham dengan nilai nominal Rp1.000 per saham dan harga penawaran Rp9.300 per saham. Saham-saham tersebut mulai tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 4 Juli 1990.

4.2.16 PT Indo Oil Perkasa Tbk

Indo Oil Perkasa Tbk (OILS) didirikan pada 5 Januari 2016 dan memulai kegiatan operasional komersialnya pada tahun 2017. Kantor pusat perusahaan ini terletak di Jalan Raya Perning No.39, Kecamatan Jetis, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur 61352, Indonesia.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, OILS berfokus pada industri kopra. Saat ini, kegiatan utama perusahaan meliputi produksi dan pemasaran minyak kelapa murni (*Crude Coconut Oil / CNO*), produk turunan dari CNO berupa minyak kelapa murni yang diproses ulang (*Refined Coconut Oil / RBD*), serta tepung kopra (*Copra Meal*), yaitu sisa atau residu dari proses ekstraksi minyak kelapa.

Pada 27 Agustus 2021, OILS mendapatkan pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO), dengan menawarkan 150.000.000 saham baru bernilai nominal Rp100,- per saham dengan harga penawaran Rp270,- per saham, disertai 37.500.000 Waran Seri I yang dapat dilaksanakan dengan harga Rp320,- per saham.

Saham dan waran tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 6 September 2021. Pemegang saham utama Indo Oil Perkasa Tbk (per 31 Januari

2022) meliputi PT Mandalindo Putra Perkasa yang memiliki 47,85% saham, dan Sulastri dengan kepemilikan sebesar 7,09%.

4.2.17 PT Pantai Indah Kapuk Dua Tbk

Pantai Indah Kapuk Dua Tbk, yang sebelumnya dikenal dengan nama Pratama Abadi Nusa Industri Tbk (PANI), didirikan pada 8 September 2000 dan memulai operasional komersialnya pada tahun 2001. Kantor pusat perusahaan ini terletak di Office Tower Agung Sedayu Group, Lantai 8 & 10 Unit G, Jalan Marina Raya, Kelurahan Kamal Muara, Kecamatan Penjaringan, Jakarta Utara, DKI Jakarta 14470 – Indonesia.

Pada tanggal 31 Mei 2023, pemegang saham utama Pantai Indah Kapuk Dua Tbk adalah PT Multi Artha Pratama, yang memiliki 88,07% saham perusahaan.

Pantai Indah Kapuk Dua Tbk berada di bawah pengendalian langsung PT Multi Artha Pratama, yang berlokasi di Jakarta. Sementara itu, entitas induk utama perusahaan ini adalah PT Agung Sedayu dan PT Tunas Mekar Jaya, yang juga berkedudukan di Jakarta.

Pihak yang mengendalikan dan merupakan pemilik manfaat akhir (ultimate beneficial owners) dari Pantai Indah Kapuk Dua Tbk adalah Susanto Kusumo, Alexander Halim Kusuma, Richard Halim Kusuma, dan Hindarto Budiono.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, PANI bergerak dalam bidang industri, aktivitas perusahaan holding, serta konsultasi manajemen. Saat ini, kegiatan PANI dan anak perusahaan mencakup industri wadah logam seperti kaleng kemasan, pengolahan produk perikanan, serta sektor real estat.

Pada 6 September 2018, PANI mendapatkan pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) dengan menawarkan 150.000.000 saham kepada publik, yang memiliki nilai nominal Rp100,- per saham dan harga penawaran Rp108,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 18 September 2018.

4.2.18 PT Pradiksi Gunatama Tbk

Pradiksi Gunatama Tbk (PGUN) didirikan pada 11 September 1995 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 2002. Kantor pusat PGUN terletak di Jalan Negara Km. 44, Kecamatan Batu Engau, Kabupaten Paser, Provinsi Kalimantan Timur 76261, Indonesia.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup usaha PGUN meliputi sektor pertanian, kehutanan, perikanan, industri pengolahan konstruksi, serta transportasi. Saat ini, fokus utama kegiatan usaha PGUN adalah di bidang perkebunan kelapa sawit serta industri pengolahan minyak kelapa sawit dan minyak inti kelapa sawit.

Pada 29 Juni 2020, PGUN mendapatkan pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) dengan jumlah 900.000.000 saham baru yang memiliki nilai nominal Rp100,- per saham dan harga penawaran Rp115,- per saham. Saham-saham tersebut mulai tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 7 Juli 2020. Pemegang saham yang memiliki lebih dari 5% saham Pradiksi Gunatama Tbk (per 31 Januari 2022) adalah PT Araya Agro Lestari (41,00%) dan PT Citra Agro Raya (41,00%).

4.2.19 PT Palma Serasih Tbk

Palma Serasih Tbk (PSGO) didirikan pada 3 Juni 2008 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun yang sama. Kantor pusat PSGO terletak di Gedung Permata Kuningan, Lantai 11, Jl. Kuningan Mulia Kav. 9C, Setiabudi, Jakarta Selatan 12980 – Indonesia.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, PSGO beroperasi dalam berbagai bidang, termasuk jasa, pembangunan, perdagangan, perindustrian, pertambangan, pertanian, dan pengangkutan. Saat ini, fokus utama PSGO adalah sebagai perusahaan induk yang mengelola perkebunan dan industri pengolahan minyak kelapa sawit melalui anak perusahaan, serta menyediakan layanan konsultasi manajemen dan perdagangan.

Pada tanggal 18 November 2019, PSGO mendapatkan pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) dengan jumlah 2.850.000.000 saham baru yang memiliki nilai nominal Rp100,- per saham dan harga penawaran Rp105,- per saham. Saham-saham tersebut mulai diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 25 November 2019.

Pemegang saham utama yang memiliki lebih dari 5% saham PSGO adalah PT Jalinankasih Sesama (41,38%), PT Serasih Holdico (35,01%), dan Budiono (8,49%).

4.2.20 PT Salim Ivomas Pratama Tbk

Salim Ivomas Pratama Tbk (SIMP) didirikan dengan nama PT Ivomas Pratama pada tanggal 12 Agustus 1992 dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun

1994. Kantor pusat perusahaan ini terletak di Sudirman Plaza, Indofood Tower, Lantai 11, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 76-78, Jakarta 12910 – Indonesia.

Salim Ivomas Pratama Tbk beserta anak-anak perusahaannya memiliki berbagai perkebunan, Hutan Tanaman Industri (HTI), dan pabrik yang tersebar di provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Riau, Sumatera Utara, Sumatera Selatan, Kalimantan Barat, Kalimantan Tengah, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara, dan Sulawesi Selatan.

Pada tanggal 28 Februari 2022, pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Salim Ivomas Pratama Tbk adalah Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dengan kepemilikan sebesar 6,55% dan Indofood Agri Resources Ltd. (IndoAgri) dari Singapura dengan 72,00% saham.

Indofood Agri Resources Limited adalah anak perusahaan dari Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan juga merupakan entitas anak tidak langsung dari *First Pacific Company Limited*, sebuah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Hong Kong. Bapak Anthoni Salim memiliki pengaruh dan kendali secara tidak langsung atas *First Pacific Company Limited*.

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan SIMP dan entitas-entitas anaknya mencakup produksi minyak dan lemak nabati beserta produk turunannya yang terintegrasi secara vertikal. Kegiatan utama mereka meliputi pemuliaan benih kelapa sawit, pengelolaan dan pemeliharaan perkebunan kelapa sawit, produksi serta penyulingan minyak kelapa sawit mentah, pengelolaan perkebunan karet, serta pemasaran dan penjualan produk akhir yang terkait. Selain

itu, kelompok usaha ini juga mengelola perkebunan tebu terpadu, kakao, kelapa, dan teh, serta memproses, memasarkan, dan menjual hasil dari perkebunan tersebut.

Beberapa merek utama yang dimiliki SIMP antara lain: untuk minyak goreng, seperti Bimoli, Bimoli Spesial, *Happy Soya Oil*, Delima, Amanda, dan Mahakam; serta untuk margarin dan lemak nabati, seperti Simas, Palmia, Simas Palmia, Amanda, Royal Palmia, Palmia Prime, dan Malinda.

Salim Ivomas Pratama Tbk memiliki anak perusahaan yang juga terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu Perusahaan Perkebunan London Sumatra Indonesia Tbk (Lonsum) (LSIP).

Pada tanggal 27 Mei 2011, SIMP menerima pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham SIMP kepada publik sebanyak 3.163.260.000 saham dengan nilai nominal Rp200,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp1.100,- per saham. Saham-saham tersebut resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 9 Juni 2011.

4.2.21 PT Sekar Bumi Tbk

Sekar Bumi Tbk (SKBM) didirikan pada 12 April 1973 dan memulai operasi komersialnya pada tahun 1974. Kantor pusat SKBM terletak di Plaza Asia, Lantai 2, Jl. Jend. Sudirman Kav. 59, Jakarta 12190 – Indonesia, sementara pabriknya berada di Jalan Jenggolo 2 No. 17 Waru, Sidoarjo, serta tambak di Bone dan Mare, Sulawesi.

Pemegang saham yang memiliki 5% atau lebih saham Sekar Bumi Tbk meliputi: TAEL Two Partners Ltd. (32,14%), PT Multi Karya Sejati (pengendali) (9,84%), Berlutti Finance Limited (9,60%), Sapphira Corporation Ltd (9,39%),

Arrowman Ltd. (8,47%), Malvina Investment (6,89%), dan BNI Divisi Penyelamatan & Penyelesaian Kredit Korporasi (6,14%).

Menurut Anggaran Dasar Perusahaan, SKBM bergerak dalam sektor pengolahan hasil perikanan laut dan darat, hasil bumi, serta peternakan. Sekar Bumi memiliki dua divisi utama, yaitu produk laut beku bernilai tambah (seperti udang, ikan, cumi-cumi, dan lainnya) serta makanan olahan beku (termasuk dim sum, udang tepung roti, bakso seafood, sosis, dan produk lainnya). Selain itu, melalui anak usahanya, Sekar Bumi juga memproduksi pakan ikan, pakan udang, mete, dan produk kacang lainnya. Produk-produk Sekar Bumi dipasarkan dengan merek-merek seperti SKB, Bumifood, dan Mitraku.

Pada 18 September 1995, SKBM mendapatkan pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) kepada publik. Saham-saham tersebut tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 5 Januari 1993. Namun, pada 15 September 1999, saham PT Sekar Bumi Tbk (SKBM) dihapus dari daftar Efek Jakarta oleh PT Bursa Efek Jakarta (sekarang BEI).

Kemudian, pada 24 September 2012, SKBM mendapat persetujuan untuk pencatatan kembali (relisting) sahamnya oleh PT Bursa Efek Indonesia, yang efektif sejak 28 September 2012.

4.2.22 PT Siantar Top Tbk

Siantar Top Tbk (STTP) didirikan pada 12 Mei 1987 dan mulai beroperasi secara komersial pada September 1989. Kantor pusat Siantar Top terletak di Jl. Tambak Sawah No. 21-23 Waru, Sidoarjo, sementara pabrik-pabriknya berada di

Sidoarjo (Jawa Timur), Medan (Sumatera Utara), Bekasi (Jawa Barat), dan Makassar (Sulawesi Selatan).

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, Siantar Top fokus pada industri makanan ringan, yang mencakup produk camilan (seperti French Fries 2000, Twistko, Tictic, dan Mister), biskuit dan wafer (seperti Goriorio, Gopotato, Go Malkist, dan Go), mie camilan (seperti Soba, Spix Mie Goreng, Mie Gemes, Gemes Enaak, dan Suki), mie instan (seperti Jaya Mie), kopi (seperti O'Krimer dan Maestro), bihun (seperti Bihun Jago Idola), serta kembang gula (seperti DR. Milk, Gaul, Mango, dan Era Cool). Selain itu, STTP juga mengelola bisnis percetakan melalui anak usaha, PT Siantar Megah Jaya.

Pada 25 November 1996, STTP menerima pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) dengan jumlah saham yang ditawarkan sebanyak 27.000.000 lembar, yang memiliki nilai nominal Rp1.000,- per saham dan harga penawaran Rp2.200,- per saham. Saham-saham tersebut tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 16 Desember 1996.

Pemegang saham utama Siantar Top Tbk (per 31 Desember 2021) adalah PT Shindo Tiara Tunggal, yang memiliki 56,76% saham perusahaan.

4.2.23 PT Tunas Baru Lampung Tbk

Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA) didirikan pada 22 Desember 1973. Kantor pusat perusahaan ini berada di Wisma Budi, Lantai 8-9, Jl. H.R. Rasuna Said Kav. C-6, Jakarta 12940 – Indonesia. Pabrik-pabrik TBLA terletak di Lampung, Sidoarjo, Tangerang, dan Palembang, sementara perkebunannya berada di Terbanggi Besar – Lampung Tengah dan Banyuasin – Sumatera Selatan. Selain itu,

perkebunan dan pabrik milik entitas anak perusahaan tersebar di Lampung Tengah, Lampung Utara, Kalimantan Barat, dan Ogan Komering Ilir.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, ruang lingkup kegiatan TBLA meliputi industri, perdagangan, pertanian, dan layanan kepelabuhan laut. Kegiatan utama perusahaan ini mencakup perkebunan kelapa sawit dan tebu, serta produksi berbagai produk seperti minyak goreng sawit, gula, minyak sawit mentah (Crude Palm Oil atau CPO), sabun, dan bahan bakar nabati.

Produk-produk yang dihasilkan oleh TBLA dipasarkan dengan berbagai merek, antara lain: Kompas, Gunung Agung, Bumi Waras (B.W.), Rossy, Burung Merak, Tawon, Segar, dan Rose Brand.

Pada tanggal 31 Desember 1999, TBLA mendapatkan pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) dengan menerbitkan 140.385.000 lembar saham yang memiliki nilai nominal Rp500,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp2.200 per saham. Saham-saham tersebut mulai diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 04 Februari 2000.

Pada tahun 2006, TBLA melaksanakan Penawaran Umum Terbatas I (PUT I / Right Issue I) kepada Pemegang Saham melalui Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD), yang memberikan kesempatan kepada pemegang saham untuk membeli saham baru dengan rasio 3 saham lama berhak atas 6 HMETD untuk membeli 6 saham baru.

Setiap pembelian 6 saham baru akan disertai dengan 1 Waran Seri I yang diberikan secara gratis, dengan nilai nominal Rp125 per saham, dan harga

pelaksanaan Rp125 per saham. Waran Seri I tersebut diterbitkan sebagai insentif bagi pemegang saham dan memiliki jangka waktu 5 tahun, dengan masa pelaksanaan yang dimulai pada 15 Januari 2007 hingga 13 Juli 2011.

4.2.24 PT Tigaraska Satria Tbk

Tigaraksa Satria Tbk (TGKA) didirikan pada 17 November 1986 di Jakarta dan mulai beroperasi secara komersial pada tahun 1988. Kantor pusat TGKA terletak di Graha Sucofindo Lantai 13, Jl. Raya Pasar Minggu Kav. 34, Pancoran, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12780 – Indonesia.

Pada 31 Maret 2023, pemegang saham utama yang memiliki 5% atau lebih saham TGKA adalah: PT Penta Widjaja Investindo dengan kepemilikan sebesar 36,56%, PT Sarana Ledaun sebesar 30,56%, dan PT Widjaja Tunggal Sejahtera sebesar 25,34%.

Pengendali dan pemilik manfaat sesungguhnya (ultimate beneficial owner) dari Tigaraksa Satria Tbk adalah Meity Tjiptobiantoro, Chandra Natalie Widjaja, Patrick Rudianto Widjaja, Charise N Soemarno W, Jhony Widjaja, Martina Widjaja, dan Shinta Widjaja.

Berdasarkan Anggaran Dasar Perusahaan, TGKA berfokus pada kegiatan di bidang perdagangan, industri, transportasi dan pergudangan, konstruksi, pertanian dan perkebunan, administrasi kantor, serta layanan. Kegiatan utama perusahaan mencakup penjualan dan distribusi berbagai produk konsumsi, seperti makanan, nutrisi bayi, produk perawatan rumah, serta produk perawatan tubuh.

Selain itu, melalui anak perusahaannya, TGKA juga terlibat dalam penjualan dan pemasaran produk edukasi, pengisian ulang gas rumah tangga, produksi dan

penjualan peralatan dapur, serta layanan produksi dan pengemasan susu bubuk. TGKA memiliki hak atas merek dagang Crystal Dentiss, Blue Gaz, Always Ahead, Tira S&D System, dan Tira Commerce.

Pada tanggal 21 April 1990, TGKA mendapatkan izin dari Menteri Keuangan Republik Indonesia untuk melaksanakan Penawaran Umum Perdana Saham (IPO) kepada publik sebanyak 2.500.000 lembar saham dengan nilai nominal Rp1.000,- per saham dan harga penawaran sebesar Rp5.750,- per saham. Saham-saham tersebut tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 11 Juni 1990.

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Data Penelitian

Tabel perhitungan mengenai *corporate social responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan (ROA) terhadap nilai perusahaan (PBV) dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi yang disusun berdasarkan laporan tahunan dari perusahaan *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang diambil dari www.idx.co.id. Berikut adalah hasil perhitungan data yang digunakan dalam penelitian ini.

Table 5.1
Data Setiap Variabel

No	Kode Perusahaan	Tahun	CSR (X1)	ROA (X2)	PBV (Y)	SIZE (Z)
1	DMND	2021	0,24	5,58	1,65	15,66
		2022	0,24	5,55	1,43	15,74
		2023	0,24	4,45	1,58	15,78
2	PCAR	2021	0,1	1,17	5,03	25,41
		2022	0,1	4,8	1,67	25,36
		2023	0,1	8,8	0,99	25,37
3	ADES	2021	0,11	20,38	2	14,08
		2022	0,14	22,18	3,41	14,31
		2023	0,15	18,98	3,3	14,55
4	BUDI	2021	0,19	3,06	0,58	14,91
		2022	0,19	2,93	0,7	14,97
		2023	0,19	3,08	0,78	15,02
5	CAMP	2021	0,2	8,72	1,67	27,77
		2022	0,13	11,14	1,91	27,72
		2023	0,13	11,86	2,48	27,70
6	CEKA	2021	0,25	11,14	0,81	28,16
		2022	0,25	12,84	0,76	28,17
		2023	0,25	8,11	0,67	28,27
7	CPRO	2021	0,09	34,31	1,98	15,68
		2022	0,09	5,43	1	15,74
		2023	0,09	5,86	0,89	15,74

8	DLTA	2021	0,08	14,36	2,96	20,99
		2022	0,08	17,6	3,07	20,99
		2023	0,08	16,52	2,12	20,91
9	DSFI	2021	0,07	3,72	0,83	26,69
		2022	0,07	5,47	0,72	26,69
		2023	0,07	2,93	0,5	26,74
10	GZCO	2021	0,2	0,7	0,38	14,53
		2022	0,2	3,67	0,42	14,53
		2023	0,2	0,11	0,61	14,57
11	IKAN	2021	0,24	1,24	1,12	25,58
		2022	0,24	1,62	0,68	25,56
		2023	0,24	0,66	0,57	25,67
12	INDF	2021	0,27	6,25	0,64	19,00
		2022	0,27	5,09	0,63	19,01
		2023	0,27	6,16	0,56	19,04
13	LSIP	2021	0,09	8,36	0,79	16,29
		2022	0,09	8,34	0,63	16,33
		2023	0,09	6,08	0,53	16,34
14	MAIN	2021	0,15	1,11	0,73	22,42
		2022	0,15	0,46	0,53	22,47
		2023	0,15	1,14	0,54	22,43
15	MYOR	2021	0,13	6,08	4,01	30,62
		2022	0,13	8,84	4,35	30,73
		2023	0,13	13,6	3,64	30,80
16	OILS	2021	0,08	4,57	2	25,60
		2022	0,08	4,31	1,16	25,79
		2023	0,08	1,56	0,71	26,02
17	PANI	2021	0,07	1,02	1,12	18,91
		2022	0,07	1,02	1,71	24,06
		2023	0,07	2,31	4,03	24,24
18	PGUN	2021	0,19	20,17	1,54	25,97
		2022	0,19	7,12	3,23	28,48
		2023	0,19	4,17	1,47	28,58
19	PSGO	2021	0,21	5,73	2,84	28,95
		2022	0,21	6,22	1,64	29,05
		2023	0,21	13,14	1,12	29,06
20	SIMP	2021	0,35	3,71	0,36	17,40
		2022	0,35	4,18	0,31	17,40
		2023	0,35	2,65	0,27	17,37
21	SKBM	2021	0,24	1,52	0,63	28,31
		2022	0,24	4,24	0,61	28,35

		2023	0,24	0,12	0,51	28,24
22	STTP	2021	0,09	15,76	3	29,00
		2022	0,09	13,6	2,55	29,16
		2023	0,09	16,74	2,53	29,33
23	TBLA	2021	0,19	3,76	0,65	16,86
		2022	0,19	2,59	0,54	16,98
		2023	0,19	3,1	0,51	17,07
24	TGKA	2021	0,18	14,13	3,65	28,86
		2022	0,18	10,55	3,19	15,25
		2023	0,18	10,47	2,69	15,33

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

5.2 Analisis Data

5.2.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang data, sehingga dapat diketahui nilai maksimum, minimum, rata-rata, serta standar deviasi dari variabel-variabel yang diteliti.

**Gambar 5.1
Statistic Deskriptif**

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	72	.07	.35	.1661	.07475
ROA	72	.11	34.31	7.3464	6.45985
NILAI PERUSAHAAN	72	.27	5.03	1.5475	1.17894
Valid N (listwise)	72				

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah

Berdasarkan hasil uji deskriptif tersebut, dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah :

1. Variabel CSR (X1), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 0,07 sedangkan nilai maximum sebesar 0,35, untuk nilai rata-rata CSR yaitu sebesar 0,1661 dan standar deviasi data CSR adalah 0,07475.

2. Variabel ROA (X2), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 0,11 sedangkan nilai maximum sebesar 34,31, untuk rata-rata ROA yaitu sebesar 7,3464 dan standar deviasi data ROA adalah 6,45985.
3. Variabel Nilai Perusahaan (Y), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 0,27 sedangkan nilai maximum sebesar 5,03, untuk rata-rata Nilai Perusahaan 1,5475 dan standar desiasi data Nilai Perusahaan adalah 1,17894.

5.2.2 Uji Asumsi Klasik

5.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen berdistribusi normal atau tidak.

Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Gambar 5.2
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23962093
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.072
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.077
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.079
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.072
	Upper Bound	.086

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,077. Hal ini menunjukkan bahwa $0,077 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

5.2.2.2 Uji Multikolinieritas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independend*). Untuk mengetahui adanya masalah multikorelasi maka dapat dilihat dari hasil *collinearity statistic* yaitu nilai *Variance Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Jika nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10,00$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikorelasi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Adapun hasil penelitian dapat dilihat melalui tabel 5.5 berikut ini :

**Gambar 5.3
Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance
	B	Std. Error	Beta			VIF
1	(Constant)	-.216	.152		-1.424	.159
	CSR	-1.403	.405	-.318	-3.461	<.001
	ROA	.023	.005	.450	4.934	<.001
	UKURAN PERUSAHAAN	.016	.005	.269	3.032	.003
						.984
						1.016

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan tabel output “Coefficients” pada bagian “Collinearity Statistics” diketahui :

- Nilai *tolerance* untuk variabel CSR (X1) adalah $0,920 > 0,10$ dan nilai VIF $1,087 < 10,00$.
- Nilai tolerance untuk variabel ROA (X2) adalah $0,934 > 0,10$ dan nilai VIF $1,071 < 10,00$.

3. Nilai tolerance untuk variabel ukuran perusahaan (Z) adalah $0,094 > 0,10$ dan nilai VIF $1,016 < 10,00$.

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa variabel CSR, ROA, dan Ukuran Perusahaan memperoleh nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF $< 10,00$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas.

5.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedasitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesamaaan *varianci* residual satu ke pengamatan lain. Untuk mendekksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji glejser. Uji Glejser mendekksi heteroskedastisitas dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Jika hubungan signifikan ditemukan, itu menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas menurut (Ghozali, 2021:178) :

- a). Jika nilai sig $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.
- b). Jika nilai sig $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 5.4
Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.458	.381		1.204	.233
	CSR	-1.907	1.016	-.222	-1.877	.065
	ROA	.012	.012	.119	1.016	.313
	UKURAN PERUSAHAAN	.021	.013	.187	1.634	.107

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan hasil dari pengujian tersebut menunjukkan bahwa semua variabel CSR sebesar 0,065, variabel ROA sebesar 0,313 dan Ukuran Perusahaan sebesar 0,107. Semua variabel CSR, ROA, dan Ukuran Perusahaan memiliki nilai Sign. > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5.2.2.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan penganggu pada periode t-1 (periode sebelumnya). Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi dapat dilihat dengan menggunakan uji *Durbin Watson (DW-test)*, dengan kriteria bila (d) terletak diantara (du) dan (4-dL).

Dibawah ini adalah hasil dari uji autokorelasi yang tersaji dalam Gambar 5.6 sebagai berikut :

**Gambar 5.5
Uji Autokorelasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.503 ^a	.253	.220	1.04110	1.709

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, ROA, CSR

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Diketahui :

dw : 1,709

du : 1,6751

4-dL : 4-1,5611 = 2,4389

Berdasarkan table tersebut menunjukkan bahwa $du < d < 4-dl$ atau $1,6751 < 1,709 < 2,4389$ yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

5.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk memahami hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel-variabel independen.

**Gambar 5.6
Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant) .988	.079		12.538	<.001
	CSR .075	.023	.282	3.196	.002
	ROA .065	.010	.602	6.825	<.001

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS v27, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

$$Y = 0,988 + 0,075X_1 + 0,065X_2$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X₁ = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X_2 = Kinerja Keuangan

e = Eror

5.2.4 Analisis Moderate Regression Analysis (MRA)

MRA bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen yang dalam hubungan tersebut terdapat faktor yang memperkuat atau memperlemah (variabel moderasi). Hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) dapat dilihat pada Gambar 5.7 dibawah ini:

Gambar 5.7
Hasil Analisis MRA
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.225	.307		.733	.466
	CSR	-.127	.074	-.481	-1.726	.089
	ROA	.128	.033	1.182	3.848	<.001
	UKURAN PERUSAHAAN	.034	.014	.278	2.443	.017
	X1Z	.009	.003	.771	2.801	.007
	X2Z	-.003	.002	-.600	-1.886	.064

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

sumber : Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

5.2.4.1 Ukuran Perusahaan Dapat Memoderasi Pengaruh CSR Terhadap

Nilai Perusahaan

Persamaan regresi :

$$Y = a + \beta_1 X_1 Z$$

$$Y = 0,225 - 0,127 (X_1) + 0,009 (X_1.Z)$$

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi variabel CSR terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari hasil pengujian bahwa nilai signifikansi ($X_1.Z$) adalah $0,007 < 0,05$ serta t hitung $2,801 > t$ tabel 1,99495. Maka dapat disimpulkan variabel moderasi (size) dapat memoderasi CSR

terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2024.

5.2.4.2 Ukuran Perusahaan Dapat Memoderasi Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Persamaan regresi :

$$Y = a + \beta_2 X_2 Z$$

$$Y = 0,225 + 0,128 (X_2) - 0,003 (X_2 Z)$$

Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi variabel kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari hasil pengujian bahwa nilai signifikansi ($X_2 Z$) adalah $0,064 > 0,05$ serta t hitung $-1,886 < t$ tabel $1,99495$. Maka dapat disimpulkan variabel moderasi (size) tidak dapat memoderasi ROA terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2024.

5.2.5 Koefisien Korelasi (r)

Koefisien korelasi (r) menunjukkan hubungan yang erat antara variabel independen yang terdiri dari CSR (X_1), ROA (X_2), dan Nilai Perusahaan (Y) pada perusahaan sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2024. Dalam output SPSS, koefisien korelasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R* dibawah ini :

**Gambar 5.8
Koefisien Korelasi**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.633	.622	.43176

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber : Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Dalam output SPSS pada Model *Summary* diperoleh nilai koefisien korelasi (*r*) sebesar 0,795 atau 79,5 % yang berarti tingkat hubungan antar variabel CSR (X_1), ROA (X_2), dan Nilai Perusahaan (Y) perusahaan sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI, termasuk pada tingkat hubungan yang kuat.

5.2.6 Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen (bebas) menjelaskan variabel dependen (terikat). Dalam output SPSS, koefisien determinasi (R^2) terletah pada *Model Summary* dan tertulis *Adjusted R Square* dibawah ini :

Gambar 5.9
Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.633	.622	.43176

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,622.

5.3 Pengujian Hipotesis

5.3.2 Uji Simultan (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya, uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa model

regresi sudah tepat artinya berpengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{tabel} = f(k;n - k)$, $F = (2 ; 72 - 3)$, $F_{tabel} (2 ; 69) = 3,13$. Uji yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 5.10

Gambar 5.10
Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.164	2	11.082	59,446	<,001 ^b
	Residual	12.863	69	.186		
	Total	35.027	71			

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai pada F_{hitung} sebesar 59,446 dengan nilai F_{tabel} sebesar 3,13 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $59,446 > 3,13$ dan tingkat Signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen CSR (X1) dan kinerja keuangan (X2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen nilai perusahaan (Y) pada sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023.

5.3.3 Uji Parsial (uji T)

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial, apakah masing-masing variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan (ROA) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

Dibawah ini merupakan hasil uji hipotesis (Uji t) yang tersaji dalam Gambar 5.11 sebagai berikut :

**Gambar 5.11
Uji Parsial (Uji t)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.988	.079		12.538	<.001
	CSR	.075	.023	.282	3.196	.002
	ROA	.065	.010	.602	6.825	<.001

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

Sumber: Output SPSS v27, Data sekunder telah diolah 2025

Berdasarkan hasil dari analisis tersebut dengan mengamati baris kolom t sig. bisa dijelaskan sebagai berikut :

a. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel CSR (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *comsumer non-cyclicals food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Hal ini terlihat dari signifikan X1 0,002 < 0,05.

Untuk nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k) = t(0,05/2 ; 72-3) = t(0,025;69) = 1,99495$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,196 > 1,99495$), maka H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi CSR berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan diterima.

b. Pengaruh Kinerja Keuangan (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan

Variabel Kinerja keuangan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *comsumer non-cyclicals food & staples retailing*

dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023.

Hal ini terlihat dari signifikan $X_2 \ 0,001 < 0,05$.

Untuk nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k) = t(0,05/2 ; 72-3) = t(0,025;69) = 1,99495$. Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($6,825 > 1,99495$), maka H_2 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi kinerja keuangan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan diterima.

**Tabel 5.2
Hasil Penelitian**

No	Keterangan	Jenis Pengaruh	Hasil Analisis	Hipotesis
1.	CSR → Nilai Perusahaan	Langsung	Signifikan	Diterima
2.	Kinerja Keuangan → Nilai Perusahaan	Langsung	Signifikan	Diterima
3.	CSR dan Kinerja Keuangan → Nilai Perusahaan	Simultan	Signifikan	Diterima
4.	CSR → Ukuran Perusahaan → Nilai Perusahaan	Tidak langsung	Signifikan	Diterima
5.	Kinerja Keuangan → Ukuran Perusahaan → Nilai Perusahaan	Tidak langsung	Tidak Signifikan	Ditolak

Sumber : diolah oleh peneliti, 2025

5.4 Pembahasan Hasil Penelitian

5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang ditampilkan pada gambar 5.6, dapat dijelaskan bahwa konstanta dan koefisien regresi dari masing-masing variabel independen yaitu CSR (X1) dan Kinerja Keuangan (X2) memiliki nilai yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan variabel dependen Nilai Perusahaan (Y).

Berdasarkan hasil uji tersebut maka dapat diinterpretasi koefisiensi dari masing-masing variabel sebagai berikut :

Konstanta (α)

Dilihat dari persamaan regresi tersebut, diketahui nilai konstanta (α) yaitu sebesar 0,988, artinya jika variabel CSR, *Return on Assets* (ROA) tetap atau sama dengan nol (0), maka nilai perusahaan sebesar 0,988.

Koefisien Regresi CSR

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh tingkat koefisien regresi yaitu sebesar 0,075, hasil ini memperlihatkan arah hubungan antara variabel CSR dengan nilai perusahaan bersifat positif (searah). Artinya jika variabel CSR mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan sebesar 0,988.

Koefisien Regresi ROA

Hasil pengujian yang dilakukan diperoleh tingkat koefisien regresi yaitu sebesar 0,065, hasil ini memperlihatkan arah hubungan antara variabel ROA dengan nilai perusahaan bersifat positif (searah). Artinya jika variabel ROA mengalami kenaikan sebesar 1% maka akan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan sebesar 0,988.

5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Dari hasil uji koefisiensi determinasi dapat dilihat pada Gambar 5.9 yang menunjukkan seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji tersebut diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,622. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 62,2%. Artinya bahwa 62,2% nilai perusahaan dipengaruhi oleh

faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan kinerja keuangan . Sedangkan sisanya 37,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5.4.3 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023, yang ditunjukan oleh nilai signifikan sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t-hitung sebesar 3,196. Sehingga kenaikan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan dan signifikan. Berdasarkan hasil tersebut maka H1 yang berbunyi CSR berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan di terima.

Menurut teori legitimasi dan teori *stakeholder*, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara memperbaiki kesesuaian antara perusahaan dan ekspektasi masyarakat.

Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan harus menjalankan operasinya sesuai dengan norma-norma sosial yang berlaku di masyarakat. CSR dapat membantu perusahaan untuk menunjukkan bahwa nilai-nilai yang diterapkan sejalan dengan nilai sosial yang ada. Perusahaan yang memiliki kinerja buruk dalam aspek lingkungan dan sosial dapat menimbulkan keraguan di kalangan investor. Keraguan tersebut dapat mempengaruhi harga saham secara negatif, yang pada akhirnya dapat mengurangi nilai perusahaan.

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan perlu membangun hubungan dan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan. Perusahaan yang melaksanakan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan dapat memperoleh persepsi positif dari masyarakat dan investor. Pengungkapan CSR yang transparan dapat membantu membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan pemegang saham dan pemangku kepentingan.

Pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) lebih dari sekadar aktivitas sosial; namun merupakan investasi strategis yang membawa berbagai keuntungan bagi perusahaan. Dengan memperbaiki reputasi, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, mengurangi risiko reputasi dan hukum, menarik investor, serta menciptakan keunggulan kompetitif, CSR dapat menjadi elemen penting yang mendongkrak nilai perusahaan.

Perusahaan yang sukses dalam melaksanakan CSR tidak hanya fokus pada keuntungan jangka pendek, tetapi juga berfokus pada pencapaian keberlanjutan jangka panjang dalam aspek sosial, lingkungan, dan finansial. Sehingga semakin banyak CSR dungkapkan dalam laporan tahunan maka akan meningkatkan nilai perusahaan pada sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Aggraeni dkk, 2024) dan (Pondrinal dkk, 2022) yang mengatakan bahwa CSR secara signifikan berdampak positif terhadap nilai perusahaan.

5.4.4 Pengaruh Kinerja Keuangan (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa Kinerja Keuangan (ROA) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023, yang ditunjukan oleh nilai signifikan sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t-hitung sebesar 6,825. Sehingga kenaikan kinerja keuangan dapat menaikkan nilai perusahaan dan signifikan. Berdasarkan hasil tersebut maka H2 yang berbunyi Kinerja Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan di terima.

Teori sinyal menjelaskan bahwa perusahaan menyampaikan informasi kepada pihak eksternal, seperti pemegang saham, untuk mengatasi perbedaan informasi antara manajemen dan pihak luar. Laporan keuangan yang positif dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi dianggap memiliki kinerja yang baik, sehingga memberikan sinyal positif bagi investor. Berdasarkan teori sinyal, kinerja keuangan yang positif dapat meningkatkan nilai perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan yang menyampaikan informasi keuangan yang solid menunjukkan bahwa operasional bisnisnya berjalan dengan baik.

Return on asset (ROA) mengukur seberapa efektif perusahaan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya. Semakin tinggi nilai ROA, semakin besar pula laba yang diperoleh perusahaan. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan, karena tingginya ROA menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menggunakan asetnya dan memberi gambaran bahwa

perusahaan tersebut mampu memberikan keuntungan yang diharapkan oleh investor.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Pondrinal dkk, 2022) dan (Irman dkk, 2022) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

5.4.5 Pengaruh CSR Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa CSR dan kinerja keuangan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di BEI periode 2021-2023. Yang ditunjukan dengan nilai Sig. 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 59,446. Sehingga CSR dan kinerja keuangan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut maka H3 yang berbunyi CSR dan Kinerja Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan di terima.

Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa CSR dan kinerja keuangan saling berhubungan dan memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. CSR yang efektif dapat meningkatkan kepuasan *stakeholder*, yang pada gilirannya memperbaiki kinerja keuangan. Di sisi lain, kinerja keuangan yang kuat memungkinkan perusahaan untuk menginvestasikan lebih banyak dalam CSR, menciptakan efek yang saling mendukung. Kombinasi keduanya meningkatkan stabilitas dan keberlanjutan perusahaan, yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Teori legitimasi menyatakan bahwa CSR dapat membantu perusahaan memperoleh pengakuan dari masyarakat dan *stakeholder*, sementara kinerja keuangan yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan untuk mendukung program sosial dan lingkungan yang berkelanjutan. Gabungan dari keduanya akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor, yang dapat mendorong kenaikan harga saham dan nilai pasar perusahaan.

Menurut teori *signaling*, ketika perusahaan melaksanakan CSR dan menunjukkan kinerja keuangan yang baik, sinyal positif yang dihasilkan akan lebih diterima oleh investor, yang dapat mendorong peningkatan harga saham dan nilai perusahaan. Dengan demikian, baik CSR maupun kinerja keuangan secara bersamaan memberikan sinyal yang memperkuat pandangan positif terhadap perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

5.4.6 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Yang Di Moderasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari hasil pengujian bahwa nilai signifikansi (X_{1Z}) adalah $0,007 < 0,05$ serta t hitung $2,801 > t$ tabel 1,99547. Maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan (size) dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga H4 yang berbunyi Ukuran Perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan di terima.

Hasil penelitian ini sejalan dengan (Pondrinal dkk, 2022) yang mengatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran besar dapat semakin luas dan detail

dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* nya. Ini dapat dilihat dari peningkatan nilai perusahaan karena perusahaan yang lebih besar dapat meningkatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

5.4.7 Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Di Moderasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi variabel kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari hasil pengujian bahwa nilai signifikansi (X_2Z) adalah $0,064 > 0,05$ serta t hitung $-1,886 < t$ tabel $1,99547$. Maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan (size) tidak dapat memoderasi pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan. Sehingga H5 yang berbunyi Ukuran Perusahaan dapat memoderasi pengaruh Kinerja Keuangan terhadap nilai perusahaan di tolak.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan (Irman dkk, 2022) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan yang diukur menggunakan ROA memang menandakan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya agar mendapatkan laba, namun ukuran perusahaan yang semakin besar tidak selalu berarti mereka lebih efisien dalam mengelola aset mereka dibandingkan perusahaan kecil.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak CSR diungkapkan di laporan keuangan perusahaan maka akan semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang banyak melakukan kegiatan CSR akan mendapat citra yang baik bagi investor maupun pemangku kepentingan lainnya. Sehingga hal tersebut dapat menarik perhatian calon investor untuk melakukan investasi pada perusahaan yang nantinya akan terimbas pada nilai perusahaan.
2. Kinerja Keuangan (ROA) berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin nilai *return on asset* semakin tinggi maka semakin tinggi juga laba yang dihasilkan suatu perusahaan. Hal itu dapat menyebabkan naiknya nilai perusahaan, karena tingginya nilai *return on asset* menunjukkan bahwa semakin efisien perusahaan tersebut dalam

menggunakan asetnya serta perusahaan tersebut dapat di prediksi akan menghasilkan keuntungan bagi investor.

3. CSR dan kinerja keuangan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. CSR dan kinerja keuangan saling berinteraksi dan berpengaruh satu sama lain. CSR membantu menciptakan reputasi dan citra positif yang mendukung pertumbuhan perusahaan, sedangkan kinerja keuangan yang baik mendukung daya saing perusahaan dan dapat membantu untuk berinvestasi lebih banyak dalam tanggung jawab sosial. Keduanya bersama-sama berperan penting dalam menciptakan nilai perusahaan, baik dalam jangka pendek maupun panjang.
4. Ukuran Perusahaan dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Ukuran perusahaan sangat mempengaruhi hubungan antara pengungkapan csr perusahaan dan nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin banyak aktivitas CSR perusahaan yang diungkapkan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
5. Ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Ukuran perusahaan tidak menjamin kualitas

manajemen atau strategi yang lebih baik. Perusahaan besar dengan manajemen yang tidak efektif atau strategi yang buruk bisa saja memiliki ROA tinggi namun tetap tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Sebaliknya, perusahaan kecil dengan manajemen yang sangat efektif dan strategi yang jelas bisa memperoleh hasil yang jauh lebih baik meskipun mereka memiliki ROA yang lebih rendah.

6.2 Saran

Berdasarkan dengan hasil penelitian tersebut maka terdapat beberapa saran untuk pertimbangan penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

6.2.1 Bagi Perusahaan

1. Agar *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* di sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage*, perusahaan sebaiknya lebih banyak mengungkapkan aspek-aspek CSR, seperti ekonomi, lingkungan dan sosial. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan harga saham dan penjualan dalam perusahaan, karena dengan meningkatkan CSR, nilai perusahaan juga akan turut naik.
2. Sebaiknya perusahaan *consumer non-cyclicals* di sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* dapat memperhatikan pada peningkatan ROA, perusahaan dapat memperbesar profitabilitas, menarik minat investor, memperkuat daya saing di pasar, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang.

6.2.2 Bagi Investor dan Peneliti Selanjutnya

1. Sebelum memutuskan untuk berinvestasi, investor perlu memperhatikan nilai *Return on Asset* (ROA) perusahaan, karena hal ini memberikan gambaran apakah perusahaan mampu memberikan keuntungan atau tidak. Selain itu, investor juga harus mengevaluasi bagaimana perusahaan menerapkan prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR), karena ini mencerminkan tanggung jawab perusahaan dan seberapa baik citra perusahaan di mata publik. Semakin tinggi perhatian perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya, semakin positif citra perusahaan tersebut.
2. Para peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah variabel atau mengganti beberapa variabel yang kemungkinan dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dan menganti variabel yang dapat memoderasi ROA terhadap nilai perusahaan.
3. Diharapkan Untuk mahasiswa yang ingin meneruskan judul ini dapat menggunakan annual report ditahun atau periode yang terbaru dan menambah jumlah sampel yang diteliti sehingga dapat menghasilkan hasil yang berbeda dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, M. A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Sulawesi Selatan : CV. Kaaffah Learning Center.
- Ambrosia Silviana Sari Saragih, H. S. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akademi Akuntansi*, Vol. 6 No. 3, p. 345-358.
- Aminah, R. D. (2023). Kinerja Keuangan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Dampaknya Pada Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020). *Sinomika Journal* , Volume 1 No.5 .
- Andrian Nurfadillah, G. R. (2022). Identifikasi Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, Vol.4 No.2.
- Fera Anggraeni, F. P. (2024). Literature Riview: Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur). *Journal of Management and Innovation Entreprenuership* , Volume 1.
- Ghozali, I. (2021). *Applikasi Analisis Multivariate*. Universitas Diponegoro: Semarang.
- Herry. (2020). *Analisis Laporan Keuangan* . Jakarta: PT Grasindo.
- Irmawati Irmawati, A. A. (2022). *Akuntansi Keuangan Tingkat Menengah*. Kabupaten Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta. : PT Raja Grafindo Persada.
- Marsela Anggi Yani, Y. M. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai VARIABEL Moderasi Pada Perusahaan Sektor Industri Periode 2019-2022. *JIAP*, Vol 4 74 - 94.
- Mimelientesa Irman, S. T. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2015-2018. *Journal of Islamic Finance and Accounting Research*, Vol. 1.

- Muhammad Pondrinal, D. S. (2022). Profitabilitas, Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi oleh Ukuran Perusahaan. *Jurnal Ekobistik*, Vol. 11 No. 2.
- Munawar, T. S. (2021). *Teori Dan Aplikasi Akuntansi Keuangan*. Provinsi Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Munzir, Y. A. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Governance*, Vol. 3 No. 2 hal. 153 s/d 165.
- Mutiah, R. A. (2019). Penerapan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Berbasis SAK EMKM. *International Journal of Social Science and Business*, Volume 3.
- Nanda, M. R. (2022, Oktober Jumat, 21). Saham Consumer Non-Cyclicals Melaju, Ini Deretan Saham Jagoan Analis. *Kontan.co.id*, pp. <https://investasi.kontan.co.id/news/saham-consumer-non-cyclicals-melaju-ini-deretan-saham-jagoan-analisis>.
- Ningrum, E. P. (2021). *Nilai Perusahaan (Konsep Dan Aplikasi)*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.
- Petty Aprilia Sari, I. H. (2022). *ANALISIS LAPORAN KEUANGAN*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Siti Rohmah, O. O. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2021). *Jurnal Ekonomika : Manajemen, Akuntansi dan Perbankan Syari'ah*, Vol. 12 No. 2.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung:: Alfabeta, CV.
- Suwandi, D. (2022). *Nilai Perusahaan Analisis Kamampuan Manajeral Dan Struktur Pengawasan*. Kota Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Magelang: Tidar Media.
- Tajeri, D. H. (2023). *Corporate Social Responsibility* . Kota Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Ulhaq, E. E. (2021). *Pengaruh Audit Tenur, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan, Dan Komite Audit*. Jawa Barat: CV. Adanu Abimata.

Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social*. In M. Publisher (Ed.), Myria Publisher.

<https://www.idx.co.id>

DAFTAR LAMPIRAN

1. Indek GRI G4

Indikator berdasarkan aspek		
Kategori Ekonomi		
Kinerja ekonomi		
EC	1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
EC	2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
EC	3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
EC	4	Bantuan finansial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Di Pasar		
EC	5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi operasional yang signifikan
EC	6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung		
EC	7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
EC	8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Praktik Pengadaan		
EC	9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
Kategori: LINGKUNGAN		
Bahan		
EN	1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
EN	2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi		
EN	3	Konsumsi energi dalam organisasi
EN	4	Konsumsi energi di luar organisasi
EN	5	Intensitas energy
EN	6	Pengurangan konsumsi energy
EN	7	Pengurangan kebutuhan energi pada produk dan jasa
Air		
EN	8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
EN	9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air

EN	10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati		
EN	11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
EN	12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
EN	13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
EN	14	Jumlah total spesies dalam IUCN Red List dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi		
EN	15	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) langsung
EN	16	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) energi tidak langsung
EN	17	Emisi Gas Rumah Kaca (GRK) tidak langsung lainnya EN
EN	18	Intensitas emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
EN	19	Pengurangan emisi Gas Rumah Kaca (GRK)
EN	20	Emisi Bahan Perusak Ozon (BPO)
EN	21	NOx, SOx, dan emisi udara signifikan lainnya Efluen
Efluen dan Limbah		
EN	22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
EN	23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
EN	24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
EN	25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, dieksport, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
EN	26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari air buangan dan limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa		
EN	27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
EN	28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
Kepatuhan		

EN	29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi nonmoneter karena ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi		
EN	30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain		
EN	31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok atas Lingkungan		
EN	32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
EN	33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan		
EN	34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Kategori: SOSIAL		
Praktik Ketenagakerjaan Dan Kenyamanan Bekerja		
Kepegawaian		
LA	1	Jumlah total dan tingkat perekutan karyawan baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
LA	2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
LA	3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial		
LA	4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja		
LA	5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
LA	6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender

LA	7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
LA	8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan		
LA	9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
LA	10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
LA	11	Persentase karyawan yang menerima reviu kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang		
LA	12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki		
LA	13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok terkait Praktik Ketenagakerjaan		
LA	14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
LA	15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Ketenagakerjaan		
LA	16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Hak Asasi Manusia		
Investasi		
HR	1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
HR	2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-diskriminasi		
HR	3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan perbaikan yang diambil
Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama		

HR	4	Operasi dan pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak		
HR	5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja Paksa atau Wajib Kerja		
HR	6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan		
HR	7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat		
HR	8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen		
HR	9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok atas Hak Asasi Manusia		
HR	10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
HR	11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi Manusia		
HR	12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
Masyarakat		
Masyarakat Lokal		
SO	1	Persentase operasi dengan libatkan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
SO	2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat local
Anti-korupsi		
SO	3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi

SO	4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
SO	5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Politik		
SO	6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan		
SO	7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan		
SO	8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap Undang-Undang dan Peraturan
SO	9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria dampak terhadap masyarakat
SO	10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Asesmen Pemasok atas Dampak terhadap Masyarakat		
SO	11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
Tanggung Jawab Atas Produk		
Kesehatan dan Keselamatan Kerja		
PR	1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan yang dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
PR	2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa		
PR	3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
PR	4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
PR	5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran		
PR	6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
PR	7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil

Privasi Pelanggan						
PR	8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan				
Kepatuhan						
PR	9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa				

2. Pengungkapan CSR pada perusahaan *consumer non-cyclicals* sub sektor *food & staples retailing* dan *food & beverage* 2021-2023

No	Kode Perusahaan	Tahun	Ekonomi	Lingkungan	Sosial	Jumlah/91
1	DMND	2021	3	9	10	0,241758242
		2022	3	9	10	0,241758242
		2023	3	9	10	0,241758242
2	PCAR	2021	0	3	6	0,098901099
		2022	0	3	6	0,098901099
		2023	0	3	6	0,098901099
3	ADES	2021	0	8	2	0,10989011
		2022	0	9	4	0,142857143
		2023	0	10	4	0,153846154
4	BUDI	2021	0	11	6	0,186813187
		2022	0	11	6	0,186813187
		2023	0	11	6	0,186813187
5	CAMP	2021	3	2	5	0,10989011
		2022	3	2	7	0,131868132
		2023	3	10	7	0,21978022
6	CEKA	2021	3	8	12	0,252747253
		2022	3	8	12	0,252747253
		2023	3	8	12	0,252747253
7	CPRO	2021	0	7	1	0,087912088
		2022	0	7	1	0,087912088
		2023	0	7	1	0,087912088
8	DLTA	2021	0	6	1	0,076923077
		2022	0	6	1	0,076923077
		2023	0	6	1	0,076923077
9	DSFI	2021	0	3	3	0,065934066
		2022	0	3	3	0,065934066
		2023	0	3	3	0,065934066
		2021	1	9	8	0,197802198

10	GZCO	2022	1	9	8	0,197802198
		2023	1	9	8	0,197802198
11	IKAN	2021	2	7	13	0,241758242
		2022	2	7	13	0,241758242
		2023	2	7	13	0,241758242
12	INDF	2021	2	13	10	0,274725275
		2022	2	13	10	0,274725275
		2023	2	13	10	0,274725275
13	LSIP	2021	0	7	1	0,087912088
		2022	0	7	1	0,087912088
		2023	0	7	1	0,087912088
14	MAIN	2021	4	1	9	0,153846154
		2022	4	1	9	0,153846154
		2023	4	1	9	0,153846154
15	MYOR	2021	2	5	5	0,131868132
		2022	2	5	5	0,131868132
		2023	2	5	5	0,131868132
16	OILS	2021	0	6	1	0,076923077
		2022	0	6	1	0,076923077
		2023	0	6	1	0,076923077
17	PANI	2021	0	3	3	0,065934066
		2022	0	3	3	0,065934066
		2023	0	3	3	0,065934066
18	PGUN	2021	0	8	9	0,186813187
		2022	0	8	9	0,186813187
		2023	0	8	9	0,186813187
19	PSGO	2021	0	8	11	0,208791209
		2022	0	8	11	0,208791209
		2023	2	15	15	0,351648352
20	SIMP	2021	3	9	10	0,351648352
		2022	3	9	10	0,351648352
		2023	3	9	10	0,351648352
21	SKBM	2021	2	7	13	0,241758242
		2022	2	7	13	0,241758242
		2023	2	7	13	0,241758242
22	STTP	2021	0	0	8	0,087912088
		2022	0	0	8	0,087912088
		2023	0	0	8	0,087912088
23	TBLA	2021	0	11	6	0,186813187
		2022	0	11	6	0,186813187
		2023	0	11	6	0,186813187

24	TGKA	2021	1	10	5	0,175824176
		2022	1	10	5	0,175824176
		2023	1	10	5	0,175824176

3. Table Total Aset & Laba Perusahaan *Consumer Non-Cyclicals* Sub Sektor *Food & Staples Retailing* dan *Food & Beverage* (Dalam Jutaan Rupiah) Hal.8

No	Kode Perusahaan	Tahun	Total Aset	Laba Bersih
1	DMND	2021	6.297.287	351.470
		2022	6.878.297	382.105
		2023	7.166.880	319.078
2	PCAR	2021	108.996	1.279
		2022	102.810	4.933
		2023	104.553	9.204
3	ADES	2021	1.304.108	265.758
		2022	1.645.582	364.972
		2023	2.085.182	395.798
4	BUDI	2021	2.993.218	91.723
		2022	3.173.651	93.065
		2023	3.327.846	102.542
5	CAMP	2021	1.147.261	100.067
		2022	1.088.726	121.257
		2023	1.074.777	127.426
6	CEKA	2021	1.697.387	187.067
		2022	1.718.287	220.705
		2023	1.893.561	153.575
7	CPRO	2021	6.448.014	2.212.293
		2022	6.883.737	373.978
		2023	6.856.338	401.774
8	DLTA	2021	1.308.722	187.993
		2022	1.307.186	230.066
		2023	1.208.050	199.612
9	DSFI	2021	391.755	14.572
		2022	390.694	21.382
		2023	411.881	12.088
10	GZCO	2021	2.034.452	14.269
		2022	2.045.406	75.818
		2023	2.118.200	2.386
11	IKAN	2021	129.082	1.600
		2022	125.635	2.036
		2023	141.188	934

12	INDF	2021	179.356.193	11.203.585
		2022	180.433.300	9.192.569
		2023	186.587.957	11.493.733
13	LSIP	2021	11.851.182	990.445
		2022	12.417.013	1.035.285
		2023	12.514.203	760.673
14	MAIN	2021	5.436.745	60.376
		2022	5.746.998	26.218
		2023	5.517.297	63.163
15	MYOR	2021	19.917.653	1.211.053
		2022	22.276.161	1.970.065
		2023	23.870.405	3.244.872
16	OILS	2021	131.669	6.027
		2022	157.982	6.818
		2023	199.908	3.130
17	PANI	2021	163.914	1.680
		2022	28.009.033	288.311
		2023	33.712.005	780.679
18	PGUN	2021	190.502	38.428
		2022	2.347.518	167.247
		2023	2.591.476	108.057
19	PSGO	2021	3.731.908	213.842
		2022	4.140.857	257.682
		2023	4.181.184	549.244
20	SIMP	2021	35.979.302	1.333.747
		2022	36.113.081	1.509.605
		2023	35.012.351	926.778
21	SKBM	2021	1.970.428	29.707
		2022	2.042.200	86.636
		2023	1.839.622	2.307
22	STTP	2021	3.919.244	617.574
		2022	4.590.738	624.524
		2023	5.482.235	917.794
23	TBLA	2021	21.084.017	791.916
		2022	23.673.644	612.218
		2023	25.883.325	801.44
24	TGKA	2021	3.403.961	481.109
		2022	4.178.952	441.099
		2023	4.566.006	478.266

4. Tabel Perhitungan PBV (dalam jutaan rupiah)Hal.6

No	Kode Perusahaan	Tahun	Harga Saham (ribuan rupiah)	Ekuitas	Jumlah Saham Beredar	Nilai Buku	PBV
1	DMND	2021	875	5.019.381	9.468	530	1,65
		2022	815	5.411.262	9.468	571	1,43
		2023	815	5.831.732	9.468	516	1,58
2	PCAR	2021	282	65.022	1.167	56	5,03
		2022	87	61.178	1.167	52	1,67
		2023	50	66.832	1.167	57	0,99
3	ADES	2021	3.290	969.817	590	1.644	2
		2022	7.715	1.334.836	590	2.262	3,41
		2023	9.675	1.729.808	590	2.932	3,3
4	BUDI	2021	179	1.387.697	4.499	308	0,58
		2022	226	1.445.037	4.499	321	0,7
		2023	278	1.591.327	4.499	354	0,78
5	CAMP	2021	290	1.022.815	5.885	174	1,67
		2022	306	941.454	5.885	160	1,91
		2023	402	952.639	5.885	162	2,48
6	CEKA	2021	1.880	1.387.367	595	2.332	0,81
		2022	1.980	1.550.043	595	2.605	0,76
		2023	1.845	1.642.286	595	2.760	0,67
7	CPRO	2021	95	2.873.741	59.572	48	1,98
		2022	53	3.181.832	59.572	53	1
		2023	51	3.419.703	59.572	57	0,89
8	DLTA	2021	3.740	1.010.174	801	1.261	2,96
		2022	3.830	1.000.776	801	1.249	3,07
		2023	3.530	934.414	801	1.666	2,12
9	DSFI	2021	95	211.407	1.857	114	0,83
		2022	91	236.284	1.857	127	0,72
		2023	68	250.501	1.857	135	0,5
10	GZCO	2021	69	1.075.688	6.000	179	0,38
		2022	81	1.152.542	6.000	192	0,42
		2023	120	1.168.272	6.000	195	0,61
11	IKAN	2021	95	70.725	833	85	1,12
		2022	59	72.756	833	87	0,68
		2023	50	73.686	833	88	0,57
12	INDF	2021	6.325	86.632.111	8.780	9.867	0,64
		2022	6.725	93.623.038	8.780	10.663	0,63
		2023	6.450	100.464.891	8.780	11.442	0,56

13	LSIP	2021	1.185	10.191.396	6.823	1.494	0,79
		2022	1.015	10.935.707	6.823	1.603	0,63
		2023	890	11.347.441	6.823	1.663	0,53
14	MAIN	2021	670	2.048.040	2.239	915	0,73
		2022	490	2.075.138	2.239	927	0,53
		2023	515	2.140.282	2.239	956	0,54
15	MYOR	2021	2.040	11.360.031	22.359	508	4,01
		2022	2.500	12.834.694	22.359	574	4,35
		2023	2.490	15.282.089	22.359	683	3,64
16	OILS	2021	340	77.062	454	170	2
		2022	212	82.789	454	182	1,16
		2023	133	84.486	454	186	0,71
17	PANI	2021	1.725	629.613	410	1.536	1,12
		2022	950	7.510.398	13.530	555	1,71
		2023	4.900	19.089.035	15.627	1.221	4,03
18	PGUN	2021	388	1.261.894	4.998	252	1,54
		2022	805	1.429.166	5.738	249	3,23
		2023	416	1.626.075	5.738	283	1,47
19	PSGO	2021	216	1.424.812	18.850	76	2,84
		2022	146	1.686.092	18.850	89	1,64
		2023	133	2.237.121	18.850	119	1,12
20	SIMP	2021	456	19.786.236	15.816	1.251	0,36
		2022	414	21.167.282	15.816	1.338	0,31
		2023	376	21.720.925	15.816	1.373	0,27
21	SKBM	2021	360	992.485	1.730	574	0,63
		2022	378	1.073.966	1.730	621	0,61
		2023	314	1.067.279	1.730	616	0,51
22	STTP	2021	7.550	3.300.849	1.310	2.520	3
		2022	7.650	3.928.399	1.310	2.999	2,55
		2023	9.375	4.847.511	1.310	3.700	2,53
23	TBLA	2021	795	6.492.354	5.342	1.215	0,65
		2022	695	6.832.234	5.342	1.279	0,54
		2023	695	8.202.858	6.025	1.361	0,51
24	TGKA	2021	7.000	1.760.591	918	1.918	3,65
		2022	7.100	2.045.289	918	2.228	3,19
		2023	6.450	2.200.352	918	2.397	2,69

Sumber : Bursa Efek Indonesia , Diolah Peneliti 2024

5. Analisis Statistik Hal.90

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	72	.07	.35	.1661	.07475
ROA	72	.11	34.31	7.3464	6.45985
NILAI PERUSAHAAN	72	.27	5.03	1.5475	1.17894
Valid N (listwise)	72				

6. Uji normalitas Hal.91

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.23962093
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.072
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.077
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.079
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.072
	Upper Bound	.086

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

7. Uji Multikolinieritas Hal.92

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.216	.152	.450	-1.424	.159		
	CSR	-1.403	.405		-3.461	<.001	.920	1.087
	ROA	.023	.005		4.934	<.001	.934	1.071
	UKURAN PERUSAHAAN	.016	.005		3.032	.003	.984	1.016

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

8. Uji Heteroskedastisitas Hal.93

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.458	.381		1.204	.233
CSR	-1.907	1.016	-.222	-1.877	.065
ROA	.012	.012	.119	1.016	.313
UKURAN PERUSAHAAN	.021	.013	.187	1.634	.107

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

9. Uji Autokorelasi Hal.94

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.503 ^a	.253	.220	1.04110	1.709

a. Predictors: (Constant), UKURAN PERUSAHAAN, ROA, CSR

b. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

10. Uji Regresi Linear Berganda Hal.95

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.988	.079		12.538	<.001
CSR	.075	.023	.282	3.196	.002
ROA	.065	.010	.602	6.825	<.001

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

11. Analisis MRA Hal.96

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.225	.307		.733	.466
	CSR	-.127	.074	-.481	-1.726	.089
	ROA	.128	.033	1.182	3.848	<.001
	UKURAN PERUSAHAAN	.034	.014	.278	2.443	.017
	X1Z	.009	.003	.771	2.801	.007
	X2Z	-.003	.002	-.600	-1.886	.064

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

12. Koefisien Korelasi Hal.98

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.633	.622	.43176

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

13. Koefisien Determinasi Hal.98

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.633	.622	.43176

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

14. Uji SImultan Hal.99

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.164	2	11.082	59.446	<.001 ^b
	Residual	12.863	69	.186		
	Total	35.027	71			

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

b. Predictors: (Constant), ROA, CSR

15. Uji Parsial Hal.100

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		Beta			
1	(Constant)	.988	.079	12.538	<.001
	CSR	.075	.023	.282	.002
	ROA	.065	.010	.602	.6825

a. Dependent Variable: NILAI PERUSAHAAN

16. Table Durbin Watson

n	K=1		K=2		K=3	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU
60	1,5485	1,6162	1,5144	1,6518	1,4797	1,6889
61	1,5524	1,6189	1,5189	1,6540	1,4847	1,6904
62	1,5562	1,6216	1,5232	1,6561	1,4896	1,6918
63	1,5599	1,6243	1,5274	1,6581	1,4943	1,6932
64	1,5635	1,6268	1,5315	1,6601	1,4990	1,6946
65	1,5670	1,6294	1,5355	1,6621	1,5035	1,6960
66	1,5704	1,6318	1,5395	1,6640	1,5079	1,6974
67	1,5738	1,6343	1,5433	1,6660	1,5122	1,6988
68	1,5771	1,6367	1,5470	1,6678	1,5164	1,7001
69	1,5834	1,6390	1,5507	1,6697	1,5205	1,7015
70	1,5834	1,6413	1,5542	1,6715	1,5245	1,7028
71	1,5865	1,6435	1,5577	1,6733	1,5284	1,7041
72	1,5895	1,6457	1,5611	1,6751	1,5323	1,7054
73	1,5924	1,6479	1,5645	1,6768	1,5360	1,7067
74	1,5953	1,6500	1,5677	1,6785	1,5397	1,7079
75	1,5981	1,6521	1,5709	1,6802	1,5432	1,7092
76	1,6009	1,6541	1,5740	1,6819	1,5467	1,7104
77	1,6036	1,6561	1,5771	1,6835	1,5502	1,7117
78	1,6063	1,6581	1,5801	1,6851	1,5535	1,7129
79	1,6089	1,6601	1,5830	1,6867	1,5568	1,7141
80	1,6114	1,6620	1,5859	1,6882	1,5600	1,7153

17. f Tabel = f(k;n-k) = f (2;72-3) = f (2 ; 69)

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05			
df untuk penyebut (N2) n-k	df untuk pembilang (N1) Rumus K-1 = 3-1 = 2		
	1	2	3
65	3,99	3,14	2,75
66	3,99	3,14	2,74
67	3,98	3,13	2,74
68	3,98	3,13	2,74
69	3,98	3,13	2,74
70	3,98	3,13	2,74
71	3,98	3,13	2,73
72	3,97	3,12	2,73
73	3,97	3,12	2,73
74	3,97	3,12	2,73
75	3,97	3,12	2,73
76	3,97	3,12	2,72
77	3,97	3,12	2,72

18. t Tabel = (a/2;n-k) = t (0,050/2 ; 72-3) = t (0,025 ; 69)

Pr	0,25	0,10	0,05	0,025
df	0,50	0,20	0,10	0,050
65	0,67828	1,29471	1,66864	1,99714
66	0,67823	1,29451	1,66827	1,99656
67	0,67817	1,29432	1,66792	1,99601
68	0,67811	1,29413	1,66757	1,99547
69	0,67806	1,29394	1,66724	1,99495
70	0,67801	1,29376	1,66691	1,99444
71	0,67796	1,29359	1,66660	1,99394
72	0,67791	1,29342	1,66629	1,99346
73	0,67787	1,29326	1,66600	1,99300
74	0,67782	1,29310	1,66571	1,99254
75	0,67778	1,29294	1,66543	1,99210