

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2016 – 2020

Khairizki Putri ¹⁾, Teguh Setiawan ²⁾, Hafriz Rifki Hafas ³⁾

^{1,2,3)}Universitas Harapan Medan

khairizkyputri99@gmail.com, tghsetia62@gmail.com, hafrizrh@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial performance, and company size on company value with Corporate Social Responsibility as a moderation variable in manufacturing companies in the consumer goods sub-sector listed on the IDX in 2016-2020. This research uses a quantitative approach. This research was conducted on manufacturing companies in the consumer goods sub-sector listed on the Indonesia Stock Exchange through the IDX website. The population of this study is the entire manufacturing company of the consumer goods sub-sector listed on the IDX, the period in this study is 2016 to 2020. Sample selection is carried out using the purposive sampling method to obtain a representative sample according to the specified criteria. In this study, the technique used was documentation. Data that is ready to be processed will be carried out statistical testing using the SmartPLS program. The results of this study show that financial performance has a positive and significant effect on the value of the company. The size of the company has an insignificant positive effect on the value of the company. Corporate Social Responsibility as a moderation variable is not able to moderate the relationship of financial performance to company value. Corporate Social Responsibility as a moderation variable is not able to moderate the relationship of company size to company value.

Keywords : Financial Performance, Company Size, Company Value, Corporate Social responsibility

PENDAHULUAN

Pada masa pandemi covid-19 ini para investor sangat memperhatikan perusahaan mana yang akan dipilih untuk berinvestasi yang dapat bertahan terhadap krisis ekonomi akibat pandemi ini. Perusahaan yang dapat bertahan terhadap krisis ekonomi akibat pandemi ini yaitu perusahaan manufaktur industri barang konsumsi. Industri barang konsumsi yaitu “Sektor ini dihuni oleh saham defensif. Produknya dibutuhkan oleh masyarakat. Tidak peduli harganya mahal atau tidak masyarakat (konsumen) tetap butuh makan, minum, atau mandi. Jadi saham di sektor ini biasanya tetap tumbuh walau terjadi krisis ekonomi. Biasanya para investor membeli saham ini untuk diversifikasi risiko” (Syahyunan, 2015:18). Saham defensif yaitu suatu saham yang biasanya diandalkan untuk menunjukkan return dengan konsisten meskipun perusahaan yang termasuk pada saat terjadi suatu penurunan ekonomi atau pasar. Perusahaan yang termasuk pada kategori tersebut ialah perusahaan penyedia barang maupun layanan karena selalu dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, meskipun saat ekonomi sedang tidak stabil.

Selain menggunakan saham defensif, cara lain yang dapat digunakan untuk menarik perhatian para calon investor yang ingin menanamkan modalnya (saham) yaitu dengan adanya respon positif dari para calon investor terhadap perusahaan tersebut. Respon positif itu akan didapatkan pada perusahaan yang memiliki kinerja keuangan serta ukuran perusahaan yang baik sehingga dapat meningkatkan harga sahamnya. Keputusan investasi yang diambil oleh investor, tergantung pada prospek perkembangan nilai perusahaan tersebut kedepannya. Harga saham akan optimal apabila perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dan itu merupakan salah satu tujuan dari perusahaan yang ingin *go public* di pasar modal.

Dalam menghitung tingkat kinerja perusahaan, untuk menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan terhadap jumlah modal yang diinvestasikan, karena kinerja perusahaan yang baik dapat dilihat dari tingginya nilai perusahaan tersebut, maka perhitungannya dapat dilakukan dengan menggunakan rasio keuangan perusahaan tersebut setiap tahunnya yaitu rasio *Return on Assets* (ROA), ukuran perusahaan yang diukur menggunakan indikator *Firm Size* (FS), serta nilai

perusahaan yang diukur menggunakan indikator *Price Book Value* (PBV). Pada saat akan meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaan maka perusahaan tersebut sebaiknya melakukan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) sebab menerapkan CSR pada suatu perusahaan merupakan hal yang wajib bagi semua perusahaan karena sudah diatur oleh negara yang terdapat pada Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UU PT”). Banyaknya *research gap* yang timbul dari penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, menghasilkan kesimpulan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, peneliti berusaha mengidentifikasi mengenai pengaruh kinerja keuangan, ukuran perusahaan, serta pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan yang besar dan kinerja keuangan yang baik yang diiringi dengan mempraktikkan kriteria-kriteria dari *corporate social responsibility* tentu dapat lebih meningkatkan pandangan yang positif dari para investor sehingga nilai harga saham tersebut mengalami peningkatan terhadap nilai perusahaan.

STUDI LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan adalah sebuah gambaran tentang situasi atau kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan menggunakan alat-alat analisis keuangan, sehingga kemudian dapat atau bisa diketahui bagaimana baik buruknya kondisi keuangan pada suatu perusahaan yang dicerminkan diprestasi kerja pada periode tertentu (Fahmi, 2011:2). Investor akan berusaha mencari perusahaan yang memiliki kinerja yang terbaik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut.

Dalam penelitian ini yang sangat dibutuhkan dalam mengukur tingkat kinerja keuangan yaitu menggunakan rasio keuangan untuk meningkatkan profitabilitas, semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diprosikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2011:117), ukuran perusahaan adalah rata-rata dari total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun kemudian, apabila penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Besarnya tingkat kepercayaan dari investor dapat ditentukan dengan ukuran perusahaan. Dengan besarnya tingkat kepercayaan investor maka perusahaan tersebut akan semakin dikenal masyarakat dan informasi tentang perusahaan tersebut akan lebih mudah didapatkan sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat (Prasetyorini, 2013).

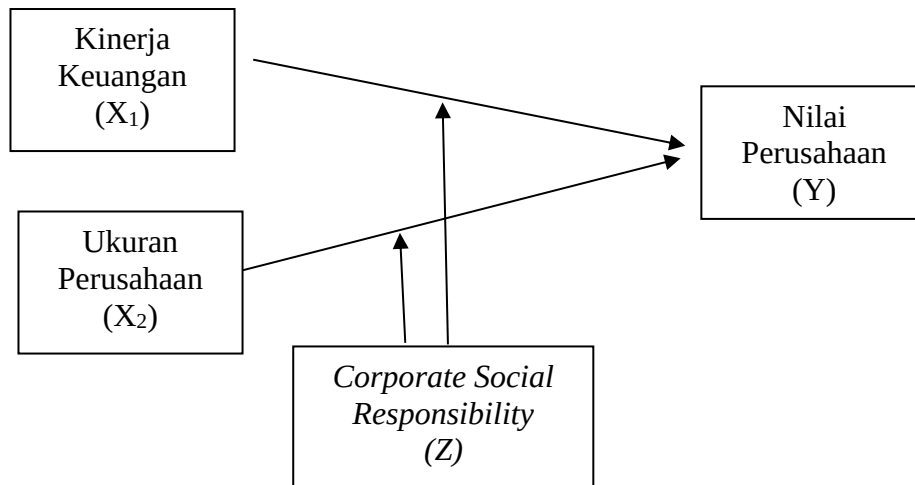
Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Hery, 2017:5). Suatu perusahaan yang baik biasanya memiliki level keberhasilan perusahaan yang baik pula. Jika harga saham memiliki level yang tinggi, maka tinggi juga nilai perusahaannya, sehingga dampak positif akan didapatkan dengan kepercayaan pasar yang meningkat, tidak hanya untuk kepercayaan pasar pada saat ini, melainkan juga prospek perusahaan di masa mendatang.

Corporate Social Responsibility

Menurut Sudana (2011:10), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan. Dengan adanya penggunaan *corporate social responsibility* yang tepat akan dapat menambah nilai perusahaan dan juga menambah daya tarik untuk calon investor.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

HIPOTESIS PENELITIAN

1. Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.
3. *Corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.
4. *Corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausalitas, yaitu dengan pendekatan kuantitatif. Dilakukannya penelitian ini untuk memperlihatkan hubungan antara sebab dan akibat beberapa variabel. Pada jenis penelitian ini biasanya pengendalian independen variabel digunakan untuk mempengaruhi variabel dependen pada situasi tertentu.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dan waktu penelitian ini di mulai pada bulan April 2021 sampai dengan Agustus 2021.

Populasi Dan Sampel Penelitian

Tabel 1 Perusahaan yang menjadi Sampel penelitian

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan	Tanggal Pencatatan
1.	ADES	Akasha Wira Internasional Tbk	13/06/1994
2.	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk	11/06/1997
3.	ALTO	Tri Banyan Sejahtera Tbk	13/06/1994
4.	BTEK	Bumi Teknokultura Unggul Tbk	11/06/1997
5.	BUDI	Budi Starch & Sweetener Tbk	08/05/1995
6.	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia	09/07/1996
7.	CINT	Chitose Internasional Tbk	27/06/2014
8.	DLTA	Delta Djakarta Tbk	27/02/1984

9.	DVLA	Darya-Varia Laboratoria Tbk	11/11/1994
10.	GGRM	Gudang Garam Tbk	27/08/1990
11.	HMSP	HM Sampoerna Tbk	15/08/1990
12.	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	07/10/2010
13.	IIKP	Inti Agri Resources Tbk	14/10/2002
14.	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk	14/07/1994
15.	KAEF	Kimia Farma Tbk	04/07/2001
16.	KINO	Kino Indonesia Tbk	11/12/2015
17.	KLBF	Kalbe Farma Tbk	30/07/1991
18.	LMPI	Langgeng Makmur Industri	17/10/1994
19.	MBTO	Martina Berto Tbk	13/01/2011
20.	MERK	Merck Tbk	23/07/1981
21.	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk	15/12/1981
22.	MYOR	Mayora Indah Tbk	04/07/1990
23.	PYFA	Pyridam Farma Tbk	16/10/2001
24.	RMBA	Bantoel Internasional Investama Tbk	05/03/1990
25.	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk	28/06/2010
26.	SKBM	Sekar Bumi Tbk	05/01/1993
27.	SKLT	Sekar Laut Tbk	08/09/1993
28.	TCID	Mandom Indonesia Tbk	30/09/1993
29.	TSPC	Tempo Scan Pacific Tbk	17/06/1994
30.	ULTJ	Ultra Jaya Milk Industry Tbk	02/07/1990
31.	UNVR	Unilever Indonesia Tbk	11/01/1982
32.	WIIM	Wismilak Inti Makmur Tbk	18/12/2012

Sumber: Data Diolah, 2022

Menurut Sugiyono (2011:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Jumlah populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 68 perusahaan. Menurut Sugiyono (2011:81) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga dalam pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan yang ada. Untuk melakukan suatu penelitian maka harus memiliki kriteria sampel terhadap populasi. Jumlah sampel yang memenuhi kriteria pada penelitian ini yaitu 32 sampel di perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi dari jumlah populasi sebanyak 68 perusahaan.

Kriteria sampel yang akan digunakan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
2. Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang memiliki data yang lengkap terkait dengan variabel – variabel yang digunakan dalam penelitian yang terdaftar di BEI tahun 2016-2020.
3. Perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi yang mengaplikasikan *corporate social responsibility* dari tahun 2016-2020.

Berdasarkan pada kriteria sampel tersebut, maka di dapat 32 perusahaan yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Jenis Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang telah diolah. Seperti tabel, grafik, diagram dan data tersebut bisa menjadi lebih informatif bagi semua pihak. Data tersebut terdapat data tambahan yang bisa membantu peneliti untuk penelitian ini.

Data sekunder tersebut di dapatkan dari *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) untuk mengetahui laporan keuangan tahunannya, yang menjadi refrensi peneliti selain dari Bursa Efek Indonesia adalah jurnal – jurnal ilmiah.

Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi yaitu dengan melalui pencatatan dan pendokumentasian data yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan sampel penelitian. Data dokumentasi ini diambil dari *website* Bursa Efek Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	Kinerja Keuangan	Ukuran Perusahaan	CSR	Nilai Perusahaan
Mean	11.856	28.308	0.388	3.781
Median	7.770	28.530	0.380	1.870
Maximum	60.720	38.190	0.530	55.440
Minimum	0.050	13.460	0.240	1.160
Std. Dev.	12.510	3.434	0.062	6.604

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan tabel 1 maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kinerja Keuangan

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa nilai minimum dari kinerja keuangan dari tahun 2016 hingga 2020 adalah 0,050 dengan nilai maksimum 60.720, dimana nilai rata-rata dari variabel ini adalah 11,856. Kecenderungan data ini terdapat jangkauan yang cukup jauh dan hal ini didukung dengan adanya nilai simpangan baku sebesar 12,510.

Ukuran Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 13,460 dan nilai maksimum 38,190 dengan rata-rata 28,308 dimana dapat diketahui terdapat jangkauan yang cukup jauh, dan data ini didukung dengan simpangan baku sebesar 3,434.

Corporate social responsibility (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai minimum 0,240 dan nilai maksimum 0,530 dan rata-rata 0,388, dimana simpangan baku pada variabel ini cukup kecil yakni 0,062.

Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat diketahui bahwa variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum 1,160 dengan nilai maksimum 55,440 dan rata-rata 3,781. Adanya kecenderungan data ini dapat dilihat dari data pendukung yang dihasilkan simpangan baku sebesar 6,604.

Pengujian Outer Model

Pengujian Validitas Konvergen

Tabel 2. Outer Loading

Variabel	Outer Loading	Taraf Convergen Validity	Keterangan
Kinerja Keuangan(X1)	1,000	0,7	VALID

Ukuran Perusahaan(X2)	1,000	0,7	VALID
CSR (Z)	1,000	0,7	VALID
Nilai Perusahaan(Y)	1,000	0,7	VALID
X1*Z	1,087	0,7	VALID
X2*Z	0,771	0,7	VALID

Sumber: SmartPLS 3

Rule of thumb yang digunakan untuk validitas konvergen adalah nilai *outer loading* > 0,70 dan nilai AVE (*average variance extracted*) > 0,5. Tabel di atas menunjukkan bahwa *outer loading* pada setiap variabel penelitian > 0,7. Dengan adanya ini dapat diindikasikan bahwa masing-masing dari setiap variabel yang ada pada penelitian ini bersifat valid dan memenuhi syarat dalam asumsi *convergent validity*, sehingga layak digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Kemudian terdapat pula tabel dari nilai AVE dalam menilai *convergent validity*.

Tabel 3. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja Keuangan (X1)	1,000
Ukuran Perusahaan (X2)	1,000
CSR (Z)	1,000
Nilai Perusahaan (Y)	1,000
X1*Z	1,000
X2*Z	1,000

Sumber: SmartPLS 3

Ditinjau berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE setiap variabel bernilai 1,000 yang artinya di atas dari 0,5 sehingga dapat dikatakan tidak ada permasalahan konvergen validity pada model yang diuji sehingga konstruk dalam model penelitian ini dapat dikatakan memiliki validitas diskriminan yang baik.

Pengujian Discriminant Validity

Tabel 4. Fornell-Lacker Criterion

	X1	X1*Z	X2	X2*Z	Y	Z
X1	1.000					
X1*Z	0.595	1.000				
X2	0.080	0.080	1.000			
X2*Z	0.113	0.123	0.319	1.000		
Y	0.577	0.499	0.109	0.080	1.000	
Z	0.324	0.118	0.266	0.241	0.360	1.000

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan pada tabel *fornell-lacker criterion* di atas, diketahui nilai korelasi matrik kinerja keuangan yaitu sebesar 1,000 yang mana nilai ini lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi matrik konstruk kinerja keuangan dengan variabel konstruk lainnya. Kemudian nilai korelasi matrik kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan adalah 1,000. Nilai korelasi matrik konstruk ukuran perusahaan adalah 1,000. Nilai korelasi matrik ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah 1,000. Dan nilai korelasi matrik konstruk CSR adalah 1,000. Nilai-nilai matrik pada variabel konstruk tersebut lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi matrik variabel konstruk dengan variabel konstruk lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Selanjutnya, berikut ini merupakan hasil *discriminant validity* dengan menggunakan pendekatan *cross loading*:

Tabel 5. Cross Loading

Variabel	X1	X1*Z	X2	X2*Z	Y	Z
ROA	1.000	0.595	0.113	0.113	0.577	0.324
FS	0.080	0.048	1.000	0.319	0.109	0.266
PBV	0.577	0.080	0.109	0.174	1.000	0.360
CSR	0.324	0.118	0.266	0.499	0.360	1.000
X1 * Z	0.595	1.000	0.080	0.123	0.499	0.118
X2 * Z	0.113	0.123	0.319	1.000	0.080	0.241

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan pada tabel, dapat diketahui bahwa nilai variabel konstruk dengan konstruk itu sendiri lebih besar daripada variabel konstruk lainnya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua konstruk atau variabel laten sudah memiliki *discriminant validity* yang baik.

Pengujian Construct Reliability**Tabel 6**
Construct Reliability and Validity

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Kesimpulan
X1	1.000	1.000	Reliabel
X1*Z	1.000	1.000	Reliabel
X2	1.000	1.000	Reliabel
X2*Z	1.000	1.000	Reliabel
Y	1.000	1.000	Reliabel
Z	1.000	1.000	Reliabel

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai *composite reliability* adalah 1,000 begitu pun nilai *cronbach's alpha* adalah 1,000 untuk itu hal ini dianggap reliabel sebab diatas dari 0,7.

Pengujian Inner Model**Pengujian Predictive Relevance****Tabel 7. Hasil Pengujian Predictive Relevance**

Variabel	Q ²	Kesimpulan
Y	0,321	Lemah

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai Q² 0,321 dimana ini merupakan lebih besar dari 0, sehingga dapat disimpulkan bahwa observasi dan estimasi parameter pada model nilai perusahaan adalah kurang baik, mengindikasikan bahwa ini adalah lemah. Hasil pengujian atas *predictive relevance* secara keseluruhan telah memenuhi estimasi parameter, sebab nilai Q² pada model lebih besar dari 0. Maka pengujian ini dapat dilakukan lebih lanjut.

Pengujian Model Fit**Tabel 8. Hasil Pengujian Model Fit**

Instrument Pengukuran	Kriteria Pengukuran (SRMR < 0,08)		Kesimpulan
	Hitung	Standard	
Standardized Root Mean Square (SRMR)	0,000	0,08	Model Fit

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan pada tabel dapat dilihat bahwa hasil pengujian model fit, yang mana nilai dari SRMR menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,08. Nilai kurang dari 0,08 umumnya dianggap cocok untuk penelitian Hal ini mengindikasikan bahwa model penelitian ini telah memenuhi asumsi pengujian model fit. Dengan demikian penelitian ini dapat menganalisis hasil penelitian lebih lanjut.

Pengujian R-Square (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Y	0,321	0.395

Sumber: SmartPLS 3

Berdasarkan data dari hasil pengujian dapat dilihat bahwa nilai *R-Square* 0,414. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel kinerja keuangan, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* hanya mampu memengaruhi variabel nilai perusahaan sebesar 41,4%, atau dengan kata lain lemah (buruk) dan 58,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar dalam variabel penelitian ini.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Tabel 10. Path Coefficients

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	0.349	2.169	0.031
X1*Z -> Y	0.248	1.880	0.061
X2 -> Y	0.016	0.324	0.746
X2*Z -> Y	-0.066	0.648	0.518
Z -> Y	0.223	3.123	0.002

Sumber: SmartPLS 3

Ditinjau berdasarkan tabel di atas, konstruk kinerja keuangan (X1) terhadap nilai perusahaan (Y) adalah signifikan dengan nilai t-statistik sebesar $2,169 > 1,96$ dan nilai p-values sebesar $0,031 < 0,05$, maka arah hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan adalah positif signifikan.

Hubungan ukuran perusahaan (X2) terhadap nilai perusahaan (Y) adalah tidak signifikan dengan nilai t-statistik sebesar $0,324 < 1,96$ dan nilai p-values sebesar $0,746 > 0,05$, maka arah hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah positif tidak signifikan.

Hubungan *corporate social responsibility* (Z) yang memoderasi antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan (Y) adalah tidak signifikan dengan nilai t-statistik sebesar $1,880 < 1,96$ dan nilai p-values sebesar $0,061 > 0,05$, maka arah hubungan antara *corporate social responsibility* yang memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan adalah positif tidak signifikan.

Konstruk *corporate social responsibility* (Z) yang memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Y) adalah signifikan dengan nilai t-statistik sebesar $0,648 < 1,96$ dan nilai p-values sebesar $0,518 > 0,05$, maka arah hubungan antara *corporate social responsibility* yang memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan adalah positif tidak signifikan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien jalur sebesar 0,349. Pengaruh tersebut juga mempunyai nilai p-values sebesar $0,031 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi pada tahun 2016-2020. Salah satu

hal yang diperhatikan para investor terhadap perusahaan yang akan dipilih untuk menanamkan modalnya yaitu kinerja keuangan perusahaan tersebut, semakin tinggi kinerja keuangan (ROA) maka akan semakin tinggi pula laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Apabila pertumbuhan kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan baik, maka prospek perusahaan tersebut akan dinilai semakin baik di mata investor. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya dari (Alghifari *dkk*, 2013) yang mengungkapkan bahwa ROA memiliki pengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dengan koefisien jalur sebesar 0,016. Pengaruh tersebut mempunyai nilai p-values sebesar $0,746 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan manufaktur sub sektor barang konsumsi pada tahun 2016-2020. Pada hasil penelitian ini, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar atau kecil tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena tidak semua investor memiliki pandangan bahwa jika perusahaan dikatakan baik apabila ukuran perusahaannya baik pula, melainkan sebagian dari investor memiliki pandangan apabila ingin melihat sebuah perusahaan tidak akan melihat dari segi ukuran perusahaan yang dicerminkan oleh total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan saja. Namun investor akan lebih meninjau dari berbagai aspek, salah satunya seperti memperhatikan kinerja keuangan perusahaan yang terlihat pada laporan keuangan perusahaan sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini didukung penelitian sebelumnya dari (Ketut Setiawan *et al.*, 2021) dimana dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa ukuran suatu perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, *moderating effect* hubungan ini memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,248 dan pengaruh tersebut mempunyai nilai p-values sebesar $0,061 > 0,05$. Sedangkan p-values antara hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah $0,002 < 0,05$, maka untuk kasus ini dapat diindikasikan bahwa CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini diungkapkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan hal ini disebabkan karena CSR tidak menjadi pedoman bagi para investor untuk memilih perusahaan mana yang akan dipilih investor untuk menanamkan sahamnya. Para investor sudah yakin bahwa semua perusahaan sudah menerapkan CSR dengan baik pada perusahaannya karena sudah menjadi hal yang wajib bagi semua perusahaan untuk menerapkan CSR dan sudah diatur oleh negara yang terdapat pada Pasal 74 ayat (1) Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (“UU PT”) yang berbunyi: Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan. Ketentuan ini bertujuan untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari (Rahayu, 2010), yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi hubungan variabel kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena dalam penelitian ditemukan kurang dari setengah perusahaan tidak mengungkapkan CSR dalam laporan tahunannya dan perusahaan tidak taat pada peraturan yang sudah ada tentang pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa investor menganggap semua perusahaan pasti melakukan CSR sehingga tidak memperhatikan pengungkapan CSR, karena apabila perusahaan tidak melaksanakan CSR, perusahaan akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi *Corporate Social Responsibility*

Hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, dimana *moderating effect* hubungan ini memiliki nilai koefisien jalur sebesar -0,066 dan pengaruh tersebut mempunyai nilai p-values sebesar

0,518 > 0,05. Sedangkan p-values antara hubungan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan adalah $0,002 < 0,05$, maka untuk kasus ini dapat diindikasikan bahwa CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut, dapat dilihat bahwa CSR berpengaruh negatif dalam memoderasi ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Arah negatif menjelaskan bahwa besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak mampu memengaruhi nilai perusahaan. Pelaksanaan maupun pengungkapan CSR bukan merupakan fungsi langsung dari suatu ukuran perusahaan, sebab tinggi rendahnya ukuran perusahaan tidak menjanjikan perusahaan lebih aktif mengungkapkan aktivitas CSR pada perusahaannya, sehingga investor tidak memperhatikan pengungkapan CSR untuk menjadi tolak ukur dalam menentukan perusahaan yang akan dipilih untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dari (Wulandari & Wiksuana, 2017) yang menjelaskan bahwa CSR tidak dapat memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.
3. *Corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.
4. *Corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2020.

Saran

Adapun saran-saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Salah satu hal yang diperhatikan oleh calon investor terhadap perusahaan yaitu peningkatan laba perusahaan. Karena jika laba meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat dan menunjukkan hasil pertumbuhan kinerja keuangan suatu perusahaan itu baik dan positif, maka prospek perusahaan tersebut akan dinilai menguntungkan bagi investor.
2. Ukuran perusahaan adalah besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Apabila aset mengalami peningkatan, maka harga saham pun juga akan meningkat yang berpengaruh dengan naiknya nilai perusahaan. Jika nilai perusahaan meningkat maka dapat menjadi daya tarik bagi investor agar berminat untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.
3. Dalam meningkatkan kinerja keuangan suatu perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan tersebut, maka pengungkapan CSR dianggap sangatlah penting bagi sebagian investor, karena hal seperti dukungan dari masyarakat, dan loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan tersebut akan meningkatkan nilai suatu perusahaan. Dengan tingkat loyalitas konsumen yang tinggi maka perusahaan makin terpacu meningkatkan kinerjanya, semakin banyaknya konsumen yang loyal kepada produk perusahaan tersebut, berarti citra perusahaan tersebut semakin baik di mata investor.
4. Semakin besar aset perusahaan yang terdapat pada ukuran perusahaan maka tanggung jawab sosialnya juga akan semakin besar dan akan dilaporkan sebagai laporan tahunan sehingga semakin luas pula pengungkapannya. Maka dari itu, perusahaan yang besar akan terus berusaha untuk meningkatkan citranya di mata investor. Perusahaan yang lebih memperhatikan lingkungan sosialnya, dapat menarik minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut sehingga berpengaruh pada naiknya nilai perusahaan

REFERENSI

Abdillah, W dan Jogiyanto. (2009). *Partial Least Square (PLS) Alternatif SEM Dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi Publisher.

- _____. W., Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Alghifari, Erik Syawal, Sigit Triharjono dan Juhaeni Yuyu Siti (2013). "Effect of Return on Assets (ROA) Against Tobin's Q: Studies in Food and Beverage Company in Indonesia Stock Exchange Years 2007-2011". *International Journal of Science and Research (IJSR)*, India Online ISSN: 2319-7064. Volume 2 Issue 1, January 2013. www.ijsr.netAngga
- Ani Sri Rahayu. (2010). *Pengantar Kebijakan Fiskal*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada
- Bank Indonesia. (2020). *Prompt Manufacturing Index-Bank Indonesia*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/PMI_TW_IV_2020.pdf diakses 31 Agustus, 2021.
- Brigham, Eugene F dan Houston. (2011). *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- DataOn. (2021). "Pentingnya Program CSR bagi Keberlangsungan Perusahaan". <https://dataon.com/blog/pentingnya-program-csr-bagi-keberlangsungan-perusahaan/> diakses 28 Agustus, 2021.
- Dewi, Ayu Sri Mahatma dan Wirajaya, Ary. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol. 4, No.2: hal. 358-372.
- _____. Ni Kadek Dona Puspita dan Mertha, I Made. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol.22, No.3, pp.2148-2176.
- Fahmi, Irham. (2011). *Analisis Laporan Keuangan*. Lampulo: Alfabeta.
- _____. (2015). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2014. *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GRI. (2010). *Website of global reporting initiative*. <http://www.globalreporting.org>
- Helga Septinurika ART& YMB (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kinerja Lingkungan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate social responsibility* sebagai Variabel Moderasi. *J Akunt.* 2020;9(1).
- Hery. (2017). *Auditing dan Asurans*. Jakarta. Grasindo.
- Imron, Galih Syaiful, Hidayat, Riskin dan Alliyah, Siti. (2013). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Sosial Responsibility* Dan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi. *Potensio*. Vol.18, No. 2: hal. 82-93.
- Irawan D, Nurhadi K. (2016). Pengaruh struktur modal, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *J Aktual STIE Trisna Negara*. 4(2):358-372.
- Jayanti FD. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *J Bingkai Ekon.* (2):34-44.
- Kasmir, (2014). *Analisis Laporan Keuangan, Edisi Pertama*, Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- _____. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- _____. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Lybryanta OA, Toha A, Sisbintari I, et al. (2015). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan di Perusahaan Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (*The Influence of Financial Performance toward the Corporate Value in Food and Beverages Corporate Industries that Liste*. 7-11.
- Maskur, Fatkhul. (2020). "BI: Adaptasi Kebiasaan Baru Bikin Kinerja Manufaktur. Triwulan III Membaik". <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201014/257/1304840/bi-adaptasi-kebiasaan-baru-bikin-kinerja-manufaktur-triwulan-iii-membaik> diakses 26 Agustus, 2021.

- Munawir, S (2010). *Analisis laporan Keuangan Edisi keempat*. Cetakan Kelima Belas. Yogyakarta: Liberty.
- Murhadi, Werner R. (2013). *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mustika, Nisrina. (2019). *Syarat dan Tata Cara IPO Perusahaan (Go Public)* <https://www.finansialku.com/syarat-perusahaan-untuk-ipo/> diakses 26 maret, 2022.
- Ni M, Susianti L. (2013). PERUSAHAAN DENGAN PEMODERASI GOOD CORPORATE. 1:73-91.
- Noor, Juliansyah. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Pramana, IGNAD, dan I Ketut Mustanda. (2016). Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(1), hal.561-594.
- Prasetyorini, B.F. (2013). "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 1. No. 1. Hal. 183-196.
- Pratama AB, Wiksuana IGB (2018). Pengaruh Firm Size Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekon dan Bisnis Univ Udayana*. 5:1289.
- Rafid AG, Pohan HT, Noor IN, Ekonomi F, Bisnis D, Trisakti U (2017). Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *J Akunt Trisakti*. 4(September):245-258.
- Ramadhani, Niko. (2021). "Saham Defensif Menjadi Pilihan Para Investor di Tengah Kondisi Ketidakpastian". <https://www.akselaran.co.id/blog/saham-defensif/> diakses 27 Agustus, 2021.
- Ros, A Stephen., R W Westerfield., B D Jordan., Joseph lim dan Ruth Tan (2016). *Fundamentals Of Corporate Finance* New York: McGraw-Hill.
- Setiawan, F., Riduwan A. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 4 No. 8 (2015) Pengaruh ROA, Ukuran Perusahaan pada Nilai.. - Setiawan, Firman. 4(8).
- Setiawan K, Novitasari NLG, Widhiastuti NLP. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI E-ISSN 2716-2710. *J Kharisma..* 3(1):302-312.
- Sianturi MWE. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI. *eJournal Adm Bisnis*. 8(4):280-289.
- Smithers. Andrew dan Wright. Stephen. (2007), *Valuing Wall Street*, McGraw Hill.
- Studi J, Vol M. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *J Din Akunt*. 6(2):103-118.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sudana, I Made. (2011). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2012). *Manajemen Keuangan Teori dan Praktik*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Syahyunan. (2013). *Manajemen Keuangan: (Perencanaan, Analisis, dan Pengendalian Keuangan)*. Medan: USU press.
- _____. (2015). *Manajemen Keuangan Perencanaan, Analisis Dan Pengendalian Keuangan*. Medan: USU press.
- Utami, Silmi Nurul. (2021). CSR: Pengertian, Tujuan, Manfaat, dan Bentuknya. <https://www.kompas.com/skola/read/2021/06/25/110000869/csr--pengertian-tujuan-manfaat-dan-bentuknya?page=all>. diakses 26 Agustus, 2021.
- Undang – undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.
- _____. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
- Wahyudiono, Bambang. (2014). *Mudah Membaca Laporan Keuangan*. Jakarta: Raih Asa Sukses (Penebar Swadaya Grup).
- Wati, Lela Nurlaela. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Jawa Timur: Myria Publisher.

- Wulandari, Ni, and I. Wiksuana. (2017). “Peranan *Corporate Social Responsibility* Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.” E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 6(3):255186
- Yusuf Wibisono, (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: PT Gramedia.