

**PENGARUH KINERJA KEUANGAN TERHADAP  
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN *FOOD  
AND BEVERAGE* DI INDONESIA DENGAN  
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

**Siti Nurfaizah; Drs. Atwal Arifin, M.Si  
Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* di Indonesia dengan melibatkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi. Hasil ditunjukkan oleh penelitian ini diharapkan dapat membantu investor dalam mengambil keputusan ketika mempertimbangkan hal-hal yang akan diinvestasikan. Kinerja keuangan perusahaan menjadi salah satu faktor yang masih menjadi andalan pertimbangan investasi. Kinerja keuangan dapat dinilai dengan melakukan analisis fundamental yang kemudian akan dikaitkan dengan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio keuangan yang diwakili oleh 3 rasio yaitu CR (*Current Ratio*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*). penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder yaitu laporan keuangan yang diambil dari website resmi Bursa Efek Indonesia, Yahoo Finance dan perusahaan terkait. Sampel yang digunakan adalah perusahaan makanan dan minuman terdaftar di BEI tahun 2019-2021, dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* sehingga dari 32 makanan dan perusahaan minuman yang terdaftar di BEI, diperoleh 26 perusahaan yang memenuhi kriteria. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah MRA (*Moderate Analisis Regresi*). Uji parsial menunjukkan bahwa nilai signifikan NPM kurang dari 0,05 menunjukkan pengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan nilai signifikan CR dan ROE lebih dari 0,05 menunjukkan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil uji moderasi menunjukkan bahwa nilai CR signifikan yang berinteraksi dengan pengungkapan CSR dan ROE yang berinteraksi dengan pengungkapan CSR lebih sedikit dari 0,05 menunjukkan bahwa pengungkapan CSR mampu memoderasi pengaruh CR dan ROE terhadap nilai perusahaan, sedangkan nilai signifikan NPM yang diinteraksikan dengan pengungkapan CSR lebih besar dari 0,05. menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh NPM pada nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** kinerja keuangan, nilai perusahaan, *corporate social responsibility*, *current ratio*, *return on equity*, *net profit margin*, *price to book value*, CR, ROE, NPM, CSR, PBV, *food and beverage*

**Abstract**

The purpose of this study was to test whether there is an effect of financial performance on firm value in *food and beverage* companies in Indonesia by involving the disclosure of *Corporate Social Responsibility* (CSR) as a moderating variable. The results shown by this research are expected to assist investors in making decisions when considering things to invest. The company's financial performance is one of the factors that is still a mainstay of investment considerations. Financial performance can be assessed by conducting fundamental analysis which will then be associated with its influence on firm value.

Financial performance in this study is measured using financial ratios represented by 3 ratios namely CR (*Current Ratio*), ROE (*Return On Equity*), NPM (*Net Profit Margin*). This research is a quantitative study with secondary data, namely financial reports taken from the official website of the Indonesia Stock Exchange, Yahoo Finance and related companies. The sample used was *food and beverage* companies registered on the IDX for 2019-2021, selected using a purposive sampling technique so that out of 32 *food and beverage* companies listed on the IDX, 26 companies were obtained that met the criteria. The analytical method used to test the hypothesis is MRA (*Moderate Regression Analysis*). The partial test shows that a significant NPM value of less than 0.05 indicates an effect on firm value, while a significant CR and ROE value of more than 0.05 indicates no effect on firm value. The results of the moderation test show that the significant CR value that interacts with CSR disclosure and ROE that interacts with CSR disclosure is less than 0.05 indicating that CSR disclosure is able to moderate the effect of CR and ROE on firm value, while the significant value of NPM that interacts with CSR disclosure is more greater than 0.05. shows that CSR disclosure is not able to moderate the effect of NPM on firm value.

**Keywords:** *financial performance, company value, corporate social responsibility, current ratio, return on equity, net profit margin, price to book value, CR, ROE, NPM, CSR, PBV, food and beverage*

## 1. PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis di era globalisasi saat ini berkembang sangat pesat. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya perusahaan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia yang semakin bertambah dari periode ke periode (Kasmir, 2015). Perusahaan *food and beverage* merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan dan minuman dimana perusahaan ini memiliki banyak peluang untuk terus berkembang dikarenakan kapasitas kebutuhan masyarakat terhadap *food and beverage* juga meningkat.

Kinerja keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi terbentuknya harga saham. Kinerja perusahaan dilihat dari tinggi rendahnya nilai perusahaan. Menurut Husnan (2000:7), nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Hal inilah yang menjadi pertimbangan utama para investor karena nilai perusahaan dapat menggambarkan prospek perusahaan di masa mendatang serta mencerminkan keadaan perusahaan saat ini. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi melalui kemampuan perusahaan dalam membayar dividen. Naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor internal dan juga faktor eksternal dari suatu perusahaan.

Rasio keuangan yang diuji dalam penelitian ini guna mewakili kinerja keuangan yaitu Current Ratio (CR), Return On Equity (ROE), serta Net Profit Margin (NPM). Menurut Isfenti (2010:58), CR adalah rasio untuk menghitung kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar yang tersedia. ROE dihitung untuk memperhitungkan besaran keuntungan yang menjadi hak milik pemodal, yang berarti ROE dapat berfungsi sebagai sinyal untuk calon pemodal terkait besarnya taraf pengembalian modal yang diberikan oleh perusahaan dari laba hasil kinerja

perusahaan (Tumandung dkk., 2017). NPM ialah sebuah proyeksi dari kemampuan perusahaan dalam mendatangkan untung bersih (neto) dari setiap aktivitas penjualan. Laba bersih yang ditunjukkan oleh rasio NPM yang tinggi dapat memikat perhatian calon investor sehingga berujung pada meningkatnya harga saham (Murhadi, 2013).

Penelitian terkait pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan sudah banyak dilakukan, namun penelitian terdahulu masih mempunyai ketidakkonsistenan pada hasil penelitian yang telah ditunjukkan atau dalam artian hasil penelitian yang telah ditunjukkan berbeda-beda antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lain. Dalam penelitian ini, peneliti mencoba mencantumkan variabel moderasi dengan menggunakan Corporate Social Responsibility (CSR) yang diduga mempunyai kemampuan untuk memperkuat atau bahkan memperlemah pengaruh financial performance terhadap nilai perusahaan. Hasil riset dari Ramdana dan Yuniati (2017) menemukan pengungkapan CSR mampu memperkuat pengaruh ROE serta pengaruh NPM pada harga saham, namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian dari Febriana (2013) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR tak mampu memperkuat ataupun memperlemah pengaruh ROE pada harga saham. CSR bukan hanya dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada sosial dan lingkungan, karena keuangan saja kurang menjamin nilai perusahaan tumbuh berkelanjutan.

Skripsi ini merupakan replika dari penelitian Gine Das Prena dan I Gede Iwan Muliawan (2020) dengan perbedaan pada sampel serta populasi penelitian. Berdasarkan beberapa alasan yang telah dituliskan dan berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil yang berbeda-beda, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage di Indonesia Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi”.

## 2. METODE

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder yang dilihat dari laporan keuangan perusahaan *food and beverage* yang aktif selama tahun 2019-2021 yang diakses melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), *Yahoo Finance*, serta melalui website resmi dari perusahaan-perusahaan.

Objek dalam penelitian ini yaitu perusahaan *food and beverage* di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2021. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 32 perusahaan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah perusahaan yang telah memenuhi syarat *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Berdasarkan kriteria-kriteria sampel yang telah ditentukan, diperoleh sampel sebanyak 26 perusahaan.

Untuk memperoleh data dan informasi perusahaan dalam penelitian ini, digunakan metode pengumpulan data dengan metode dokumentasi, yaitu menghimpun serta mempelajari dokumen tertulis maupun dokumen elektronik yang terkait dengan laporan keuangan perusahaan yang telah diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI), *Yahoo Finance*, dan website resmi dari perusahaan *food and beverage*.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN (STYLE HEADING)**

#### **3.1 Pengaruh *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian variabel *current ratio* yang memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar  $0,120 > 0,05$  maka dapat diartikan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu  $H_1$  ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat nilai *current ratio* maka dapat diindikasikan adanya dana yang menganggur berarti terdapat penurunan laba karena aktiva yang diperoleh lebih banyak dipergunakan untuk melakukan pembayaran hutang jangka pendek dan tidak dapat dijadikan untuk patokan pengambilan keputusan berinvestasi dan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Deva dan rekan (2021), Mirza dan rekan (2019) yang menyatakan bahwa *current ratio* terbukti memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Faishal dan rekan (2018), menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **3.2 Pengaruh *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian variabel *return on equity* dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,986 > 0,05$  maka dapat diartikan bahwa *return on equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu  $H_2$  ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan modal sendiri rendah. Hal itu akan menimbulkan ketidak tertarikannya seorang investor. ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan peningkatan jumlah modal yang tidak diikuti dengan peningkatan jumlah laba dalam perusahaan, sehingga hal ini akan menunjukkan bahwa perusahaan tidak akan mampu memperoleh laba bagi pemegang saham. Dengan hasil tersebut maka investor akan mengurangi jumlah modal yang akan diinvestasikan ke dalam perusahaan. Hal ini akan mengakibatkan turunnya jumlah permintaan terhadap saham perusahaan yang mengakibatkan pula harga saham menjadi menurun dan nilai perusahaan akan menjadi rendah. Dengan demikian, hasil laba yang rendah menyebabkan investor akan memandang hasil yang akan diperoleh akan mengalami penurunan juga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Siska dan rekan (2022), Nila dan rekan (2018) yang menyatakan bahwa *return on equity* terbukti memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Octavia dan rekan (2016) menyatakan bahwa *return on equity* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **3.3 Pengaruh *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian variabel *net profit margin* dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu  $H_3$  diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa peningkatan *net profit margin* akan diikuti pula oleh peningkatan *price to book value*. Semakin tinggi NPM, mengindikasikan bahwa kinerja perusahaan semakin baik dan produktif. Semakin baik kinerja perusahaan berarti kemampuan manajemen perusahaan dalam meminimalkan beban dan memaksimalkan laba semakin baik. Hal ini merupakan sinyal positif yang akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, sehingga harga saham akan naik dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rita dan rekan (2020), Dzulfikar dan rekan (2018) yang menyatakan bahwa *net profit margin* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Nory dan rekan (2018) menyatakan bahwa *net profit margin* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **3.4 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Memoderasi *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian variabel *corporate social responsibility* memoderasi *current ratio* dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,004 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *current ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu  $H_4$  diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa investor bisa menganalisis *current ratio* suatu perusahaan dengan melihat tingkat tanggung jawab sosial perusahaan tersebut. Semakin baik CSR dari perusahaan maka semakin baik juga kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek menggunakan aktiva lancar, sehingga hal ini bisa digunakan investor sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan keputusannya untuk berinvestasi. CSR di dalam perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya apabila perusahaan tidak memberikan respon yang baik terhadap CSR maka nilai perusahaan akan buruk, hal ini ditandai dengan harga saham yang relatif rendah dan rendahnya volume penjualan saham yang dimiliki oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abdul dan rekan (2017) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *current ratio* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.



### **3.5 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Memoderasi *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian variabel *corporate social responsibility* memoderasi *return on equity* dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  maka dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *return on equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu  $H_5$  diterima. Hal ini dapat disimpulkan bahwa selain melihat tingkat profitabilitas, perusahaan, investor juga bisa mendapatkan kepercayaan dari masyarakat bahwa dalam melaksanakan aktivitasnya, perusahaan tidak hanya fokus pada keuntungan melainkan perusahaan juga memperhatikan dampak terhadap lingkungannya. Hal ini juga sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa dengan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap stakeholder akan lebih mempererat hubungan kerjasama kedua pihak sehingga menunjang hasil produksi perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nur Mufidah dan rekan (2018) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *return on equity* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Indah dan rekan (2019) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *return on equity* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **3.6 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Memoderasi *Net Profit Margin* terhadap Nilai Perusahaan**

Berdasarkan hasil pengujian variabel variabel *corporate social responsibility* memoderasi *net profit margin* dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,369 > 0,05$  maka dapat diartikan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *net profit margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, oleh karena itu  $H_6$  ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa walaupun perusahaan sudah melakukan pengungkapan NPM dan juga CSR, hal ini tidak akan mampu mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi. Baik buruknya tanggung jawab sosial perusahaan tidak akan mempengaruhi keputusan para investor dalam berinvestasi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ferianita dan rekan (2017) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *net profit margin* terbukti memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Irnia dan rekan (2023) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memoderasi *net profit margin* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **4. PENUTUP**

### **4.1 Simpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa

*Current Ratio*, *Return On Equity*, *Corporate Social Responsibility* memoderasi *Net Profit Margin* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan *Net Profit Margin*, *Corporate Social Responsibility* memoderasi *Current Ratio*, *Corporate Social Responsibility* memoderasi *Return On Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **4.2 Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari bahwa adanya keterbatasan dan kelemahan yang perlu diperhatikan bagi para pengguna penelitian, diantaranya: 1) Penelitian ini hanya menggunakan tiga variabel independen, masih banyak variabel lain yang juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tidak digunakan dalam penelitian, sehingga hasil data yang didapatkan kurang relevan. 2) Penelitian ini hanya menggunakan satu jenis sektor industri yaitu sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga kurang mampu menggambarkan kondisi seluruh perusahaan secara keseluruhan. 3) Periode pengambilan sampel pada penelitian hanya 3 tahun yaitu periode tahun 2019 sampai dengan periode tahun 2021, sehingga kurang mampu untuk menggambarkan kondisi perusahaan yang sebenarnya dan oleh karena itu hasil data normalitas tidak normal.

#### **4.3 Saran**

Berdasarkan hasil kesimpulan dan keterbatasan yang telah disebutkan, maka peneliti mengajukan saran sebagai berikut: 1) Diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas beberapa variabel yang dapat berpotensi untuk memiliki pengaruh besar terhadap nilai perusahaan, sehingga kesimpulan yang didapatkan memiliki hasil yang relevan. 2) Diharapkan penelitian selanjutnya menambah sampel perusahaan yang lebih besar dari populasi suatu pengamatan penelitian. 3) Diharapkan penelitian selanjutnya menambah periode pengambilan sampel penelitian dan menghindari penggunaan teori Central Limited Theorma (CLT) pada uji normalitas.

#### **DAFTAR PUSTAKA (styleHeading Daftar Pustaka)**

- Absari, H. A., & Kinasih, H. W. (2021). Peran Moderasi Corporate Social Responsibility Pada Return On Equity Dan Net Profit Margin Terhadap Harga Saham. *Jurnal Riset Akuntansi (JUARA)*, 11(2), 256-273.
- Apriyanti, N., & Bachtiar, Y. (2019). Pengaruh Corporate Governance, Growth Opportunity, Dan Net Profit Margin (NPM) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Go Public Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 19(2).
- Azizah, D. G., & Widyawati, D. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 10(1).
- Fitriani, I. (2019). *Pengaruh Return On Equity (ROE), Return On Asset (ROA), Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Yang Tergabung Di Jii Dan Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018)* (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).

- Hasania, Z. (2016). Pengaruh Current Ratio, Ukuran Perusahaan Struktur Modal, Dan Roe Terhadap Nilai Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 –2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Jaya, E. P., & Kuswanto, R. (2021). Pengaruh Return on Assets, Debt To Equity Ratio Dan Price To Book Value Terhadap Return Saham Perusahaan Lq45 Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016–2018. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(1), 51-67.
- Jaziro, I. N., & Subardjo, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 12(2).
- Jufrizen, J., & Al Fatin, I. N. (2020). Pengaruh Debt To Equity Ratio, Return On Equity, Return On Assets Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi. *Jurnal Humaniora: Jurnal ilmu sosial, ekonomi dan hukum*, 4(1), 183-195.
- Kahfi, M. F., Pratomo, D., & Aminah, W. (2018). Pengaruh Current Ratio, Debt To Equity Ratio, Total Assets Turnover Dan Return On Equity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2011 –2016). *eProceedings of Management*, 5(1).
- Lestari, F., & Rahmayanti, D. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2010-2014. *Managemant Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 24-40.
- Mariani, W. E., Rasmini, N. K., & Mimba, N. P. S. H. (2016). Kemampuan Good Corporate Governance dan CSR Memoderasi Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 5(9), 2801-2836.
- Mufidah, N. M., & Purnamasari, P. E. (2018). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility dan good corporate governance sebagai variabel moderating. *El Dinar: Jurnal Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 6(1), 64-82.
- Nafisah, N. I., Halim, A., & Sari, A. R. (2018). Pengaruh return on assets (ROA), debt to equity ratio (DER), current ratio (CR), return on equity (ROE), Price earning ratio (PER), total assets Turnover (TATO), dan earning per share (Eps) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar Di BEI. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 6(2).
- Nengsih, R. (2020). Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin dan Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(1), 120-129.
- Oktaviani, R. F., Indrabudiman, A., & Niazi, H. A. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 1-14.
- Prena, G. D., & Muliawan, I. G. I. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 19(2), 131-142.
- Putri, A. O., & Suwitho, S. (2015). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 4(4).
- Rafid, A. G., Pohan, H. T., & Noor, I. N. (2017). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 4(2), 245-258.
- Ramdana, R., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh ROE, NPM, Terhadap Harga Saham Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(9).
- Salainti, M. L. I. (2019). Pengaruh Current Ratio, Total Asset Turnover dan Debt to Equity Ratio dan Return On Asset terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(10).
- Salsabila, N., & Marsono, M. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Harga Saham Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 11(3).
- Samosir, H., Simorangkir, E. N., Stephanus, A., Ginting, K. E. M., Banjarnahor, Y. S., & Sitepu, M. P.



- B. (2019). Pengaruh Current Ratio (CR), Net Profit Margin (NPM), dan Kebijakan Dividen terhadap Harga Saham pada Perusahaan Consumer Goods Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Pada Periode 2013-2017. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 3(2), 15-20.
- Utami, P., & Welas, W. (2019). Pengaruh Current Ratio, Return On Asset, total Asset Turnover dan Debt To Equity Ratio terhadap nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2015-2017). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 57-76.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109-117.

