

## PENGARUH PROFITABILITAS DAN AKTIVITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN CSR SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA SEKTOR BARANG KONSUMSI PRIMER

Annisa Trixy Berliana

*annisatrixy@gmail.com*

Rika Rahayu

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*This research examines and analyzes the effect of profitability and activity on the firm value with CSR as a moderating variable. Profitability was measured by Return On Asset, and Activity was measured by Total Asset Turnover. Meanwhile, the firm value was measured by free cash flow and weight average cost of capital with CSR as a moderating variable that used a dummy variable. The research applies quantitatively. Furthermore, the population consists of the primary Consumptions good sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The data collection technique used was purposive sampling, in which the sample was taken based on specific criteria. Moreover, the data analysis technique used was Moderated Regression Analysis (MRA). The result indicates that profitability affects firm value. However, the activity does not affect firm value. In addition, CSR can moderate the effect of profitability on the firm value. In contrast, CSR did not moderated the effect of activity on the firm value.*

*Keywords: profitability, activity, firm value, and CSR.*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan aktivitas terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel moderasi. Profitabilitas diukur dengan *return on asset*, aktivitas diukur dengan *total asset turnover*, sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan *free cash flow* dan *weight average cost of capital* dan variabel moderasi CSR menggunakan variabel *dummy*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi penelitian adalah perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Proses pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis (MRA)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan aktivitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian, CSR mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR tidak mampu memoderasi pengaruh aktivitas terhadap nilai perusahaan.

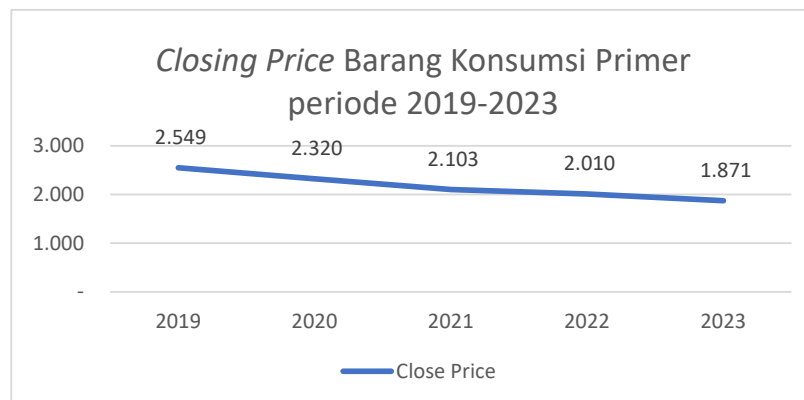
Kata kunci: profitabilitas, aktivitas, nilai perusahaan dan CSR

### PENDAHULUAN

Pada era globalisasi, persaingan di dunia bisnis semakin ketat seiring dengan meningkatnya perkembangan teknologi dan keterbukaan pasar. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah perilaku konsumen secara signifikan sehingga konsumen kini memiliki akses yang lebih mudah terhadap informasi perkembangan produk. Hal ini mendorong perusahaan-perusahaan untuk terus berinovasi dan menghadirkan produk-produk baru yang lebih berkualitas, serta strategi pemasaran yang lebih efektif. Keterbukaan pasar yang semakin luas membuat industri dari berbagai sektor menjadi bersaing dengan produk-produk dari berbagai negara. Perusahaan-perusahaan di berbagai sektor, termasuk sektor barang konsumsi primer dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kinerjanya agar mampu bertahan dan bersaing. Di dalam pertumbuhan ini, perusahaan-perusahaan sektor barang konsumsi primer harus mampu bersaing dengan meningkatkan kinerja mereka untuk menarik perhatian investor dan memperkuat posisinya di pasar. Strategi bisnis yang tepat, manajemen risiko yang baik, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis menjadi kunci keberhasilan

dalam sektor barang konsumsi primer. Selain itu, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, karena konsumen semakin peduli terhadap dampak lingkungan dan sosial dari produk yang mereka konsumsi. Dalam lingkungan yang sangat dinamis dan penuh ketidakpastian, perusahaan yang mampu beradaptasi dengan perubahan strategis lebih mungkin meraih keunggulan kompetitif, terutama jika mereka mengelola ketidakpastian dengan baik (Triyonowati *et. al.*, 2025).

Menurut informasi yang diperoleh dari IDX Channel (2023) menunjukkan bahwa telah terjadi aksi jual yang terjadi pada tahun 2023 di sektor barang konsumsi primer, hal ini mengakibatkan penurunan sejumlah nilai saham. Perusahaan besar seperti Unilever Indonesia, Indofood, dan lainnya mengindikasikan adanya ketidakpastian atau penurunan minat investor terhadap sektor yang selama ini dianggap cukup stabil. Beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab penurunan ini antara lain adalah ekspektasi investor terhadap kinerja perusahaan yang melambat, adanya peralihan minat investor ke sektor lain yang dianggap lebih menarik, atau adanya faktor eksternal seperti perubahan kebijakan pemerintah atau kondisi ekonomi global yang mempengaruhi daya beli konsumen. Perusahaan di berbagai industri terutama sektor barang konsumsi primer memiliki peran penting dalam perekonomian, maka perusahaan harus memberikan inovasi serta produk yang berkualitas agar mendorong perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan untuk menyesuaikan daya saing di pasarnya. Dalam hal ini, perusahaan harus memiliki prospek yang lebih baik di masa depan dan mampu berinovasi untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi. Mengukur perusahaan tidak hanya bisa dilihat dari harga sahamnya, tetapi juga bisa dilihat melalui nilai perusahaannya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *closing price* (harga penutupan) untuk memberikan gambaran akhir tentang kinerja suatu saham atau instrumen keuangan pada akhir hari perdagangan.



**Gambar 1**

**Grafik *Closing Price* pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi Primer Periode 2019-2023**

**Sumber: Bursa Efek Indonesia, 2025 (Diolah)**

Dari grafik pada Gambar 1 dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah penurunan pada harga penutupan saham sektor barang konsumsi primer. Disetiap tahunnya sebanyak 125 perusahaan mengalami penurunan saham, yang dimana pada tahun 2019 hingga tahun 2023 sektor ini mengalami penurunan harga saham yang drastis disetiap tahunnya. *Closing Price* ini menunjukkan bahwa kondisi perusahaan pada sektor barang konsumsi primer sedang dalam kondisi yang tidak stabil. Berdasarkan penjabaran informasi dan data yang telah diolah menunjukkan bahwa adanya ketidakpastian atau penurunan minat investor terhadap sektor barang konsumsi primer yang selama ini dianggap cukup stabil.

Nilai perusahaan adalah sesuatu yang diinginkan jika memiliki nilai yang positif, yaitu memberikan manfaat atau kepuasan serta mempermudah pihak yang mendapatkannya dalam memenuhi kepentingan yang berkaitan dengan nilai tersebut. Sebaliknya, nilai tidak diinginkan

jika bersifat negatif, karena dapat merugikan atau menyulitkan pihak yang bersangkutan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Penelitian ini menggunakan ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan, yang digunakan untuk menganalisis laba perusahaan dari seluruh asetnya.

Sementara itu, aktivitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai seberapa efektif sebuah perusahaan dalam mengelola asetnya untuk memperoleh nilai ekonomis. Rasio aktivitas digunakan untuk menilai efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Semua rasio aktivitas ini digunakan untuk membandingkan tingkat penjualan dengan investasi dalam berbagai jenis aset. Rasio aktivitas menekankan bahwa pentingnya ada keseimbangan yang wajar antara penjualan dan aktiva lainnya seperti persediaan, aset tetap, dan aset lainnya. Dalam penelitian ini TATO diprosikan untuk rasio aktivitas, yang digunakan untuk mengukur efektivitas aset yang dimiliki digunakan untuk menghasilkan laba perusahaan sehingga dapat menilai efisiensi operasional perusahaan dalam memanfaatkan total aset yang ada untuk mendukung penjualan.

Selanjutnya, CSR merupakan kewajiban dan tindakan suatu perusahaan berupa pertanggungjawaban sesuai dengan kemampuan perusahaan terhadap pihak-pihak yang terkena dampak dari setiap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau dapat dikatakan lingkungan sekitar. Ketika perusahaan dianggap bertanggung jawab secara sosial maka akan meningkatkan kepercayaan investor yang pada akhirnya dapat berdampak baik untuk nilai perusahaan. Sebaliknya, jika perusahaan tidak bertanggung jawab maka perusahaan akan mendapatkan sanksi dari masyarakat sekitar serta kepercayaan investor akan menurun hingga berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Pada penelitian ini csr digunakan sebagai variabel moderasi yang dihitung menggunakan variabel *dummy*.

## TINJAUAN TEORITIS

### Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori Sinyal yang dikemukakan oleh Spence (1973) dalam Ghozali (2020:166) menyatakan bahwa bagaimana dua pihak bertindak saat memiliki informasi yang berbeda, sinyal adalah tanda atau isyarat yang diberikan perusahaan (manajemen) untuk menyampaikan informasi tentang kondisi internal kepada pihak eksternal.

### Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori Legitimasi yang pertama kali diusulkan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) dalam Subroto dan Endaryanti (2024:56) merupakan kegiatan perusahaan yang seharusnya sesuai dengan norma masyarakat yang berlaku. Secara umum dalam praktek pengungkapan sosial perusahaan pandangan teori legitimasi menjadi sangat penting untuk persepsi masyarakat dan investor. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa dampak sosial dan lingkungan sekitar tercipta dari kegiatan yang dilakukan perusahaan, sehingga perusahaan dapat menghindari konflik lingkungan dan sosial.

### Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2019) dalam Asyik *et al.*, (2023:16), nilai perusahaan adalah nilai pasar, karena peningkatan harga saham akan memberikan keuntungan maksimal bagi pemegang saham. Manajemen mengambil berbagai kebijakan untuk meningkatkan nilai perusahaan dengan cara meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham, yang tercermin dalam harga saham.

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Perusahaan memiliki tujuan untuk mendapatkan keuntungan dengan menjual barang atau jasa kepada pelanggan,

dan berfokus dalam memaksimalkan keuntungan jangka pendek maupun panjang. Rasio profitabilitas juga membantu untuk menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta efektivitas manajemen dalam menjalankan operasionalnya (Hery, 2017:192).

### Aktivitas

Rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aset yang dimilikinya, termasuk untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Rasio ini juga digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Berdasarkan hasil pengukuran rasio tersebut dapat diambil kesimpulan apakah perusahaan telah secara efisien dan efektif dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya (Hery, 2017:178).

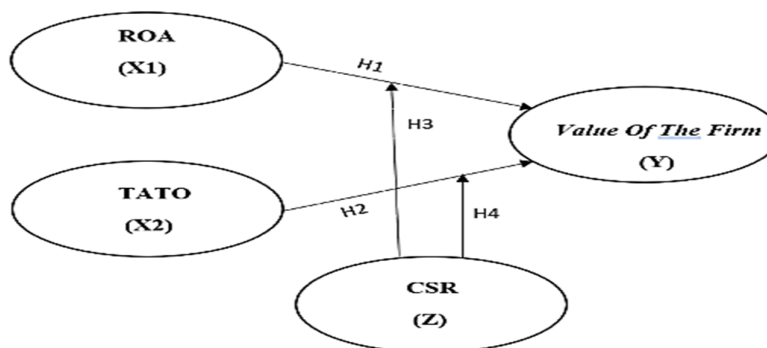
### Corporate Social Responsibility

Sejalan dengan pendapat Kholis (2020:6), CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. CSR dikembangkan dengan koridor Tri Bottom Line yang mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan. Contoh sederhana pelaksanaan CSR adalah dengan menghasilkan produk yang aman, tidak berbahaya bagi kesehatan, dan ramah lingkungan.

### Penelitian Terdahulu

Penelitian yang membahas nilai perusahaan sebagai variabel dependen sangat banyak dan terdapat hasil yang berbeda pada setiap penelitian, penelitian ini didasari oleh tinjauan yang relevan. Penelitian yang dilakukan oleh Sofiani *et al.*, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari *et al.*, (2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Farid *et al.*, (2023) menyatakan bahwa aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, menurut Adjie *et al.*, (2021) menegaskan bahwa aktivitas berpengaruh positif tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Alida *et al.*, (2024) menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil yang positif dan signifikan. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2022) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil positif dan tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh Ardian *et al.*, (2023) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi *likuiditas, leverage*, dan aktivitas terhadap nilai perusahaan.

### Rerangka Konseptual



Gambar 2  
Rerangka Konseptual

## **Pengembangan Hipotesis**

### **Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut Kasmir (2019:198), rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Dengan memperoleh laba yang maksimal perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan pemilik, karyawan serta investor yang menanamkan modalnya. Strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan agar profitabilitas meningkat, dengan meningkatkan optimalisasi dalam mengelola aset dan meningkatkan laba bersih disetiap periode agar investor tertarik menanamkan modalnya, sehingga nilai perusahaan meningkat. Hasil Penelitian yang dilakukan Sofiani *et al.*, (2022) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, menurut Lestari *et al.*, (2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut Kasmir (2019:174), rasio aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan dalam menggunakan aktiva yang dimilikinya. Rasio ini juga digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi (efektivitas) pemanfaatan sumber daya perusahaan. Efisiensi yang dilakukan misalnya di bidang penjualan, sediaan, penagihan piutang dan efisiensi di bidang lainnya. Dari hasil pengukuran rasio aktivitas ini akan terlihat apakah perusahaan lebih efisien dan efektif dalam mengelola aset yang dimilikinya atau mungkin justru sebaliknya. Hasil penelitian yang dihasilkan Farid *et al.*, (2023) menyatakan bahwa aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, menurut Adjie *et al.*, (2021) menyatakan bahwa aktivitas berpengaruh positif tidak signifikan. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>2</sub>: Aktivitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Peran CSR dalam Memoderasi Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate social responsibility* sudah menjadi bagian yang terintegasi dalam tujuan bisnis, dan dalam menetapkan kebijakan suatu perusahaan, yang mana dunia bisnis tidak hanya sebagai organisasi yang berorientasi pada *profit*, akan tetapi memiliki kesadaran sosial terhadap lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berada. *Corporate social responsibility* saat ini telah mengungkapkan bahwa perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja tetapi tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada *triple bottom lines*, yang terdiri dari *financial*, sosial dan lingkungan Darma (2018) dalam sisca *et al.*,(2022:24).

Hasil penelitian yang dihasilkan oleh Alida *et al.*, (2024) menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil yang positif dan signifikan. Sedangkan dalam penelitian Ramadhani (2022) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil positif dan tidak signifikan. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>3</sub>: CSR memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

### **Peran CSR dalam Memoderasi Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut Sisca *et al.*,(2022:2) mengatakan bahwa Implementasi CSR oleh perusahaan dipengaruhi oleh misi, budaya, lingkungan, profil risiko, serta kondisi operasional perusahaan, dengan prioritas pelaksanaan CSR yang ditentukan oleh ketersediaan sumber

daya. Aktivitas CSR perlu diimplementasikan dengan mempertimbangkan pengambilan keputusan inti, strategi, aktivitas, dan proses manajemen perusahaan. Menurut Kasmir (2019:175), rasio aktivitas digunakan untuk mengukur seberapa besar aktivitas perusahaan dengan cara membandingkan antara tingkat penjualan dengan investasinya dalam satu periode tertentu. Alokasi aset merupakan faktor penting dalam investasi karena untuk mengatasi risiko yang akan dihadapi pada saat melakukan investasi akibat adanya fluktuasi keuangan perusahaan. Hasil penelitian yang dihasilkan oleh Ardian *et al.*, (2023) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi *likuiditas*, *leverage*, dan aktivitas terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>4</sub>: CSR memoderasi pengaruh aktivitas terhadap nilai perusahaan.

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Penelitian

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif yakni penelitian berupa pengumpulan data dalam bentuk numerik atau data kualitatif lalu dikonversi menjadi angka, seperti yang ditemukan dalam skala pengukuran. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kausal komparatif yang menunjukkan hubungan sebab akibat dan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Populasi penelitian adalah keseluruhan dari objek yang akan diamati dan diteliti dalam suatu penelitian yaitu mencakup seluruh perusahaan pada sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023.

### Ukuran Pengambilan Sampel

Ukuran pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti adalah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:137), teknik *purposive sampling* merupakan suatu metode yang didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang sudah ditentukan peneliti sebelumnya. Teknik ini umumnya dipilih karena waktu yang terbatas, sumber daya, dan biaya, sehingga tidak memungkinkan untuk mengambil sampel yang besar atau terlalu jauh. Metode ini mengambil sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu sehingga diperoleh 75 sampel penelitian selama 5 tahun.

### Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan sektor kesehatan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Data ini dikumpulkan melalui penelusuran arsip laporan keuangan perusahaan.

### Variabel dan Definisi Operasional Variabel

#### Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menunjukkan gambaran kinerja perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI dapat diukur dengan harga saham. Nilai perusahaan diukur dengan *free cash flow* (FCF) karena dapat mengindikasikan persepsi investor terhadap harga saham perusahaan. Sedangkan *Weighted Average Cost of Capital* (WACC) adalah rata-rata tertimbang dari biaya modal yang digunakan perusahaan untuk mendanai investasinya, baik yang berasal dari ekuitas, utang, maupun saham preferen. Rumus nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$V_{firm} = \sum_{t=1}^{\infty} \frac{FCF_t}{(1+WACC)^t}$$

### Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Profitabilitas diukur dengan *Return On Asset* (ROA) karena dapat memperlihatkan seberapa besar kontribusi perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI dalam mengelola aset atau dana yang ditanamkan investor untuk menghasilkan laba atau keuntungan. Selain itu, ROA memiliki sifat komprehensif atau menyeluruh sehingga mampu mengukur efisiensi dari keseluruhan kegiatan operasi perusahaan, meliputi efisiensi produk, penggunaan modal kerja, dan penjualan. ROA dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$ROA_t = \frac{EAT_t}{TA_t}$$

### Aktivitas

Aktivitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efektivitas perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI dalam menggunakan aset yang dimilikinya, termasuk untuk mengukur tingkat efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada. Rasio ini juga digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Berdasarkan hasil pengukuran rasio tersebut dapat diambil kesimpulan apakah perusahaan telah secara efisien dan efektif dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya. Pengukuran pada rasio aktivitas ini dilakukan dengan membandingkan tingkat penjualan terhadap piutang usaha, persediaan, modal kerja (aset lancar), aset tetap, atau total aset. TATO dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TATO_t = \frac{S_t}{TA_t}$$

### Corporate Social Responsibility

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan kewajiban dan tindakan suatu perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI, berupa pertanggungjawaban sesuai dengan kemampuan perusahaan terhadap pihak-pihak yang terkena dampak dari setiap aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan atau dapat dikatakan lingkungan sekitar. *Corporate social responsibility* (CSR) dapat diukur menggunakan variabel *dummy* untuk mengidentifikasi apakah perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di BEI melakukan pengungkapan atau tidak dalam laporan tahunan atau laporan keberlanjutan. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan *dummy* : 0 : Jika perusahaan tidak melakukan kegiatan CSR; 1: Jika perusahaan melakukan kegiatan CSR.

### Hasil Analisis dan Pembahasan

#### Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan dalam proposal. Metode analisis yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji dampak dari profitabilitas dan aktivitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh CSR pada sektor barang konsumsi primer di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023.

#### Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah gambaran dan penjelasan tentang data kuantitatif yang diolah dan dianalisis berdasarkan perhitungan variabel. Penjelasan data bertujuan untuk

mengetahui nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum, dan nilai minimum. Berikut adalah hasil uji analisis statistik deskriptif.

**Tabel 1**  
**Hasil Analisis Statistik**

	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
NP	3,67	67,29	17,917	8,269
CSR	0,00	1,00	0,559	0,497
ROA	-0,90	0,36	0,033	0,121
TATO	0,09	4,91	1,246	0,845

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Hasil analisis deskriptif pada Tabel 1 sesudah data sampel yang disesuaikan dengan *Outlier*, berdasarkan 329 sampel perusahaan, rata-rata variabel nilai perusahaan yang di tentukan menggunakan *fcf* dan *wacc* pada perusahaan barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 sebesar 17,917 dengan nilai standar deviasi 8,269 serta memiliki nilai minimum 3,67 dan maksimum 67,29. Nilai rata-rata profitabilitas yang dihitung menggunakan *return on asset* pada sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 yaitu sebesar 0,033 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,121 serta memiliki nilai minimum sebesar -0,90 dan nilai maksimum sebesar 0,36.

Nilai rata-rata aktivitas yang dihitung menggunakan *total asset turnover* pada sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 yaitu sebesar 1,246 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,845 serta memiliki nilai minimum sebesar 0,09 dan nilai maksimum sebesar 4,91. Nilai rata-rata *corporate social responsibility* yang dihitung pada sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 yaitu sebesar 0,559 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,497 serta memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161), uji normalitas digunakan untuk mengukur apakah variabel independen dan dependen berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan analisis grafik uji Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 2**  
**Uji Normalitas**

	<i>Unstandardized Residual</i>
Test Statistic	0,170
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,072 <sup>c</sup>

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 2 Hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* menjelaskan bahwa nilai Sig. sebesar 0,072 yaitu lebih besar dari 0,05 ( $0,072 > 0,05$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018:107), uji multikolinearitas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antar variabel pada model regresi. Model regresi yang tergolong baik seharusnya yang tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

**Tabel 3**  
**Uji Multikolinearitas**

	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
ROA	0,583	1,714
TATO	0,405	2,466

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel ROA dan TATO memiliki angka tolerance > 0,10 dan VIF < 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi antar variabel nilai perusahaan, profitabilitas, serta aktivitas sehingga hasil yang didapat adalah tidak terjadi multikolinearitas.

**Uji Autokorelasi**

Menurut Sujarweni (2015:159), uji autokorelasi digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (waktu) dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (waktu sebelumnya) pada model regresi. Pada penelitian ini menggunakan Tes *Durbin Watson* (D-W) untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala autokorelasi.

**Tabel 4**  
**Uji Autokorelasi**

Model Regresi	Hasil <i>Durbin-Watson</i>	Kesimpulan
1	1,453	Bebas Autokorelasi

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil *Durbin-Watson* sebesar 1,453 yang artinya tidak terjadi autokorelasi karena berada diantara -2 dan +2.

**Uji Heterokedastisitas**

Menurut Ghozali (2018:137), uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan antara variance dari residual satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain masih tetap maka disebut homoskedastisitas, dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

**Tabel 5**  
**Uji Heterokedastisitas**

	T	Sig.
(Constant)	0,853	0,700
ROA	0,387	0,078
TATO	1,539	0,125
CSR	-0,850	0,396

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan hasil uji *glejser* pada tabel 5, nilai signifikansi yang diperoleh melebihi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi yang diuji.

**Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)**

Terdapat 3 jenis variabel dalam penelitian ini antara lain variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi. Menurut Ghozali (2018:221), variabel moderasi untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian regresi dengan variabel moderasi dapat dilakukan dengan uji interaksi /MRA, uji nilai selisih mutlak, dan uji residual.

**Tabel 6**  
**Hasil Uji MRA**

	<i>Unstandardized</i>		
	B	T	Sig.
(Constant)	7,538	11,730	0,000
ROA	12,758	2,645	0,009
TATO	-0,746	-1,437	0,152
ROA_CSR	1,956	2,903	0,004
TATO_CSR	-1,981	-0,408	0,684

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 6, berikut adalah persamaan regresi yang diperoleh dari *Moderated Regression Analysis* (MRA) :

$$V_{firm} = 7,538 + 12,758ROA - 0,746TATO + 1,956ROA*CSR - 1,981TATO*CSR + e$$

Mengacu pada persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Konstanta (a) bernilai 7,538 yang mengindikasikan bahwa jika variabel ROA, TATO, ROA\*CSR, dan TATO\*CSR tetap konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai perusahaan akan naik. (2) Koefisien regresi variabel profitabilitas sebesar 12,758 yang mencerminkan hubungan positif antara kinerja keuangan (ROA) dan nilai perusahaan (FCF). Jika kinerja keuangan mengalami peningkatan, maka nilai perusahaan juga akan mengalami kenaikan. Sebaliknya, penurunan profit akan menyebabkan penurunan nilai perusahaan. (3) Koefisien regresi variabel sebesar -0,746 yang mencerminkan hubungan negatif antara variabel aktivitas (TATO) terhadap nilai perusahaan (FCF) atas efisiensi penggunaan aset dan nilai perusahaan. Artinya, peningkatan TATO justru berkorelasi dengan penurunan nilai perusahaan, meskipun pengaruh ini tidak signifikan. Hal ini dapat mengindikasikan bahwa efisiensi aset belum sepenuhnya mencerminkan keberhasilan dalam meningkatkan nilai perusahaan. (4) Koefisien regresi pada variabel interaksi antara ROA dan CSR sebesar 1,956 berarti terjadi hubungan positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat interaksi antara ROA dan CSR, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa CSR berperan sebagai faktor yang memperkuat pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan. (5) Koefisien regresi variabel interaksi TATO dengan CSR sebesar -1,981 yang mencerminkan hubungan negatif. Artinya, jika interaksi antara efisiensi aset dan CSR semakin kuat, maka justru nilai perusahaan akan menurun. Sebaliknya, jika hubungan tersebut melemah, nilai perusahaan akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak mampu memperkuat, bahkan mungkin memperlemah pengaruh efisiensi aset terhadap nilai perusahaan.

### Uji Kelayakan Model (F)

Menurut Ghozali (2018:98), pengujian menggunakan uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam rumusan model dapat dikatakan layak atau tidak layak untuk dilanjutkan proses penelitian ini.

Tabel 7  
Uji Kelayakan Model (F)

Model	F	Sig.
Regression	3,565	0,004 <sup>b</sup>

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 7, menegaskan bahwa nilai probabilitas signifikansi yang jauh lebih kecil dari 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) menunjukkan bahwa model penelitian lolos uji kelayakan, sehingga penelitian ini layak untuk dilakukan.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2018:97), koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah analisis yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel penelitian.

Tabel 8  
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
1	0,429 <sup>a</sup>	0,521

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Pada Tabel 8 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* pada penelitian ini sebesar 0,521 atau 52,1%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel

ROA dan TATO dalam menjelaskan variabel Nilai Perusahaan adalah sebesar 52,1%. Sedangkan 47,9% lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dicakup dalam penelitian.

### Uji Hipotesis

Menurut Ghozali (2018:98), pengujian hipotesis digunakan untuk menunjukkan pengaruh dari masing-masing variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah secara parsial masing-masing dari variabel independen mempunyai pengaruh signifikan atau tidak signifikan terhadap variabel independen.

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Hipotesis**

	<i>Unstandardized</i> <i>Coefficients</i> B	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)	7,538	11,730	0,000
ROA	12,758	2,645	0,009
TATO	-0,746	-1,437	0,152
ROA_CSR	1,956	2,903	0,004
TATO_CSR	-1,981	-0,408	0,684

Sumber: Data Sekunder, 2025 (Diolah)

Berdasarkan Tabel 9 dapat dijelaskan bahwa (1) Nilai signifikansi ROA sebesar  $0,009 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan sebesar 2,645, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. (2) Nilai signifikansi TATO sebesar  $0,152 > 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh negatif dan tidak signifikan sebesar -1,437, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa TATO berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ditolak. (3) Nilai signifikansi ROA\*CSR sebesar  $0,004 < 0,05$ . Hal ini mengindikasikan pengaruh positif dan signifikan sebesar 2,903, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan diterima. (4) Nilai signifikansi TATO\*CSR sebesar  $0,684 > 0,05$ . Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh negatif dan tidak signifikan sebesar -0,408, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh TATO terhadap nilai perusahaan ditolak.

### Pembahasan

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019–2023. Artinya, Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan sektor barang konsumsi primer dalam mengelola aset secara efisien sehingga mampu menghasilkan laba bersih yang optimal. Hal ini dapat memberikan tingkat kepercayaan yang baik di kalangan investor, yang pada akhirnya meningkatkan minat mereka untuk menanamkan modal dan akan mendorong kenaikan saham sehingga nilai perusahaan akan meningkat. Oleh karena itu, perusahaan harus mempunyai strategi yang tepat guna meningkatkan profitabilitas sebagai upaya untuk mendongkrak nilai perusahaan. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah mengoptimalkan pengelolaan aset agar dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar di setiap periodenya. Dengan demikian, perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi primer akan semakin menarik bagi investor dan mampu menjaga pertumbuhan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sofiani *et.al.*, (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan sebaliknya, penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan

oleh Lestari *et al.*, (2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan**

Aktivitas memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019–2023. Dalam hal ini bisa dikatakan bahwa tingginya tingkat perputaran aset belum tentu menghasilkan laba yang optimal. Jika perusahaan sektor barang konsumsi primer mampu meningkatkan pendapatan dan mengelola aset lebih optimal maka akan terjadi peningkatan yang akan menambah kepercayaan investor untuk menanamkan sahamnya. Selain itu sektor barang konsumsi primer memiliki volume penjualan tinggi, namun kurang efisien dalam mengelola aset sehingga akan menurunkan nilai perusahaan. Dengan demikian, perusahaan sektor barang konsumsi primer perlu melakukan evaluasi terhadap strategi pengelolaan aset. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adjie *et al.*, (2024) menyatakan bahwa aktivitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Sedangkan sebaliknya, penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Farid *et al.*, (2023) menyatakan bahwa aktivitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Peran CSR Sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan**

Dari hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan hasil positif signifikan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa CSR memperkuat pengaruh positif ROA terhadap nilai perusahaan. Artinya, ketika perusahaan memiliki kinerja keuangan (ROA) yang baik dan di saat yang sama aktif dalam kegiatan CSR, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya CSR dapat mencerminkan sinergi yang positif terhadap investor dan masyarakat, karena mereka akan menilai bahwa perusahaan pada sektor barang konsumsi primer ini memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi dan memiliki prospek yang baik secara jangka panjang. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alida *et al.*, (2024) menyatakan bahwa CSR mampu memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil yang positif dan signifikan. Sedangkan sebaliknya, penelitian ini tidak sejalan dengan yang dilakukan oleh Ramadhani (2022) menyatakan bahwa CSR tidak mampu memoderasi profitabilitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil negatif dan tidak signifikan.

### **Peran CSR Sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan**

Dari hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) menunjukkan hasil negatif dan tidak signifikan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh aktivitas terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh negatif dan tidak signifikan dari interaksi TATO dan CSR, aktivitas CSR tidak mampu memperkuat pengaruh efisiensi aset terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa kasus bisa justru melemahkan hubungan efisiensi aset terhadap nilai perusahaan. Kemungkinan penyebab bisa disebabkan karena perusahaan yang fokus pada CSR mungkin mengalihkan perhatian atau sumber daya dari efisiensi operasional. Selain itu efisiensi operasional (TATO) yang tinggi tanpa dukungan profitabilitas (ROA) tetap tidak menarik bagi investor, meskipun disertai CSR. Dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardian *et al.*, (2023) yang menyatakan bahwa aktivitas tidak mampu memoderasi aktivitas dengan nilai perusahaan dan memiliki hasil negatif dan tidak signifikan.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas dan aktivitas terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh CSR pada perusahaan sektor barang konsumsi primer di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023, maka kesimpulan yang dapat diambil adalah: (1) Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi primer di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa apabila profitabilitas meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat, karena semakin tinggi profitabilitas menggambarkan bahwa perusahaan mampu mengelola aset dengan baik dan menghasilkan laba bersih yang tinggi yang akan memberikan persepsi baik bagi investor, sehingga nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer akan meningkat. (2) Aktivitas (TATO) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor barang konsumsi primer di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hal ini menunjukkan bahwa apabila aktivitas meningkat maka nilai perusahaan akan menurun, karena semakin tinggi aktivitas menggambarkan bahwa efisiensi pengelolaan aset kurang baik untuk menghasilkan pendapatan, sehingga dapat mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya dan nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer akan menurun. (3) *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memoderasi pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 dan menunjukkan bahwa nilai positif signifikan yang artinya CSR mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (4) *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu memoderasi pengaruh aktivitas (TATO) terhadap nilai perusahaan pada sektor barang konsumsi primer di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023 dan menunjukkan bahwa nilai negatif dan tidak signifikan yang artinya dengan adanya CSR akan memperlemah pengaruh aktivitas terhadap nilai perusahaan.

### Keterbatasan

Penelitian ini memperoleh nilai *R-Square* sebesar 52,1%, sementara 47,9% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini. Hal tersebut mengindikasikan bahwa meskipun model cukup baik dalam menjelaskan variabel independen dan dependen, masih terdapat faktor lain yang berpengaruh namun belum dianalisis dalam penelitian ini. Lalu, terdapat keterbatasan dalam mengakses data tertentu terutama untuk variabel CSR sehingga dapat membatasi kemampuan untuk melakukan analisis karena informasi yang dicantumkan pada laporan tahunan tidak dicantumkan.

### Saran

Berdasarkan analisis di atas, beberapa saran yang dapat dipertimbangkan adalah sebagai berikut: (1) Perusahaan sektor barang konsumsi primer diharapkan untuk lebih fokus meningkatkan efisiensi dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Strategi seperti optimalisasi biaya operasional, peningkatan margin keuntungan, dan investasi pada aset produktif yang memberikan imbal hasil tinggi harus lebih diprioritaskan, serta CSR juga harus tetap dijalankan karena implementasi CSR membuktikan bahwa perusahaan memberikan dampak sosial yang nyata. (2) Bagi investor diharapkan lebih cermat dalam mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti profitabilitas, aktivitas dan faktor lain untuk melakukan keputusan investasi pada perusahaan secara tepat, agar memberikan keuntungan yang besar bagi investor. (3) Diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel moderasi lain, untuk melakukan pengembangan terhadap variabel independen yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan seperti *leverage*, struktur modal, struktur aset, dan lain lain, dan menggunakan objek penelitian yang berbeda untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adjie, Fahri, dan P. Adjie *et al.*, 2021. Pengaruh CR , ROA , DER dan TATO Terhadap Nilai Perusahaan. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA ) Surabaya. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* 13(9).
- Alida, A. Putri, dan Sulastiningsih. 2024. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 4(1).
- Ardian, Vicky, dan I. Wahyudi. 2023. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, Dan Aktiva Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Mahasiswa* 5(1): 212-36.
- Ariesta, A. 2023. Dilanda-Aksi-Jual-Sektor-Barang-Konsumsi-Primer-Jadi-Penahan-Laju-Ihsg @ Www.Idxchannel.Com. *IDX Channel*. Retrieved <https://www.idxchannel.com/market-news/dilanda-aksi-jual-sektor-barang-konsumsi-primer-jadi-penahan-laju-ihsg>. Diakses pada: 11 November 2024.
- Fadrul, Budiyanto, dan N. F. Asyik. 2023. *Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan*. Cetakan Pertama. Eureka Media Aksara. Jawa Tengah.
- Farid, D. Miftah, dan Akhmadi. 2023. Peran Mediasi Profitabilitas: Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Leverage Sebagai Variabel Kontrol Pada Perusahaan Idx Bumh 20 Periode 2018-2021. *Keunis* 11(2): 118.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi Kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2020. *25 Grand Theory Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (Untuk Landasan Teori Skripsi, Tesis Dan Disertasi)*. Yoga Pratama. Semarang.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi*. Edisi Pertama. Grasindo. Jakarta.
- Kasmir. 2019. *Analisis Laporan Keuangan*. Cetakan Ketujuh. Rajawali Grafindo Persada. Jakarta.
- Kholis, A. 2020. *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasi*. Economic & Business Publishing. Medan.
- Lestari, Y. Dwi, Y. P. Anggraeni, dan A. N. Octavia. 2023. Pengaruh Return on Assets, Return on Equity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi* 21(2): 566-578.
- Ramadhani, F. 2022. Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Csr Sebagai Variabel Moderasi. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 4(12).
- Sisca, D. Abdurohim, Alfiana, dan P. Muniarty. 2022. *Corporate Social Responsibility Perusahaan*. Widina Bakti Persada. Bandung.
- Sofiani, Liana, dan E. M. Siregar. 2022. Analisis Pengaruh ROA, CR Dan DAR Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Makanan Dan Minuman. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan* 10(1): 9-16.
- Subroto, V. K. dan E. Endaryati. 2024. *Kumpulan Teori Akuntansi*. Yayasan Prima Agus Teknik. Semarang.
- Sujarweni, V. W. 2015. *Statistik Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Triyonowati, R. Rahayu, M. Zahro, D. Maryam. 2025. Environmental Uncertainty in the Influence of Strategic Change on Financial Performance. *Journal of Humanities, Social Sciences and Business*, 4(2): 371-383.