

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan merupakan suatu badan usaha yang digunakan untuk kegiatan produksi dan berkumpulnya semua faktor produksi seperti tenaga kerja, modal, sumber daya alam serta kewirausahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi. Adanya laba yang tinggi maka perusahaan dapat bertahan hidup dan terus berkembang serta dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya (*stakeholder*) sehingga nilai perusahaan juga meningkat. Hal ini yang merupakan tujuan utama bagi suatu perusahaan.

Persaingan yang terus menjadi bertambah baik di pasar dalam negeri ataupun di pasar internasional menuntut perusahaan untuk terus mempertahankan nilai perusahaannya. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan merupakan dengan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Memaksimalkan *present value* ataupun nilai saat ini dari seluruh keuntungan merupakan metode yang ditempuh buat meningkatkan kemakmuran owner ataupun pemegang saham yang diharapkan bisa diperoleh di masa depan. Kenaikan harga saham mempengaruhi pula terhadap kemakmuran pemegang saham ataupun owner saham (Ratnaningtyas, 2021).

Nilai perusahaan merupakan kondisi pencapaian perusahaan yang telah mendapatkan kepercayaan masyarakat oleh perusahaan (Putra & Sunarto, 2021). Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan tinggi rendahnya harga saham dalam suatu perusahaan. Nilai perusahaan dianggap penting karena jika nilai perusahaannya tinggi akan disertai dengan meningkatnya kesejahteraan pemilik saham (Spitsin et al., 2020). Semakin meningkatnya harga saham menunjukkan nilai perusahaan juga semakin tinggi, sehingga membuat para pemegang saham bisa mendapatkan keuntungan lebih tinggi.

Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi investor perusahaan terhadap perusahaan. Suatu perusahaan dapat dikatakan mempunyai nilai baik apabila kinerja perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat tercerminkan dari nilai sahamnya. Nilai saham yang tinggi, dapat dikatakan bahwa nilai perusahaannya juga baik. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan yaitu *Price To Book Value* (PBV).

Fenomena yang terjadi sekarang ini yaitu pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang berkembang secara pesat, baik di Indonesia maupun di seluruh dunia. Sekarang ini banyak terjadinya persaingan ketat dalam dunia usaha, sehingga para pengusaha dituntut untuk berinovasi dengan membuat strategi agar dapat mempertahankan usahanya. Semakin berkembangnya dunia usaha, maka semakin banyak pula perusahaan, sehingga hal ini menimbulkan persaingan yang ketat. Pada umumnya, perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan memperoleh hasil positif dalam artian pemantapan posisi di era

persaingan, menikmati penjualan yang signifikan, dan diiringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar. Pertumbuhan yang tinggi menyebabkan kebutuhan dana meningkat (kecenderungannya pada laba ditahan). Peningkatan aset akan diikuti dengan peningkatan hasil operasional yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi pertumbuhan perusahaan, maka nilai perusahaan juga meningkat, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut.

Di bawah ini adalah data nilai perusahaan yang diproksi menggunakan *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

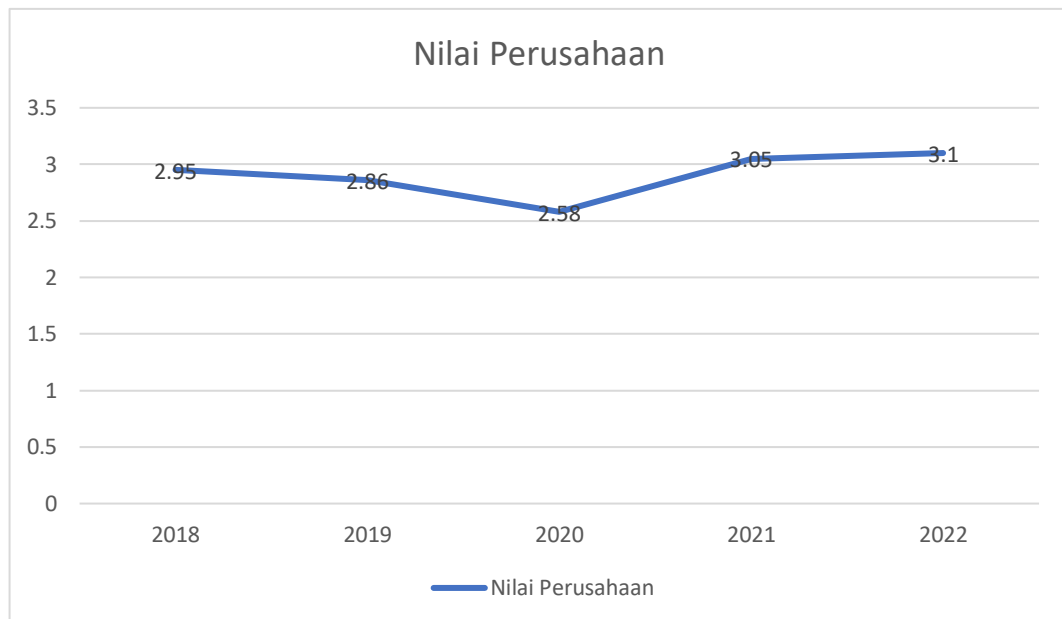
**Tabel 1.1**  
**PBV Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022**

| No. | Nama Perusahaan                    | PBV  |      |      |      |      |
|-----|------------------------------------|------|------|------|------|------|
|     |                                    | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| 1.  | PT. Akasha Wira International Tbk  | 1,13 | 1,09 | 1,23 | 2,00 | 3,17 |
| 2.  | PT. Argha Karya Prima Industry Tbk | 0,39 | 0,2  | 0,26 | 0,47 | 0,42 |
| 3.  | PT. Arwana Citramulia Tbk          | 2,81 | 2,72 | 3,83 | 3,73 | 3,98 |
| 4.  | PT. Astra International Tbk        | 1,91 | 1,5  | 1,25 | 1,07 | 0,95 |
| 5.  | PT. Betonjaya Manunggal Tbk        | 0,9  | 0,82 | 1,14 | 1,57 | 1,31 |
| 6.  | PT. Budi Starch & Sweetener Tbk    | 0,35 | 0,36 | 0,34 | 0,58 | 0,7  |
| 7.  | PT. Campina Ice Cream Industry Tbk | 2,29 | 2,35 | 1,85 | 1,67 | 1,91 |
| 8.  | PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk    | 0,84 | 0,88 | 0,84 | 0,81 | 0,76 |
| 9.  | PT. Sariguna Primatirta Tbk        | 5,36 | 7,91 | 6,7  | 5,63 | 5,62 |
| 10. | PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk | 6,11 | 5,06 | 4,58 | 3,88 | 3,52 |

|     |   |       |      |      |      |      |
|-----|---|-------|------|------|------|------|
| 11. | PT. Darya-Varia Laboratoria Tbk               | 1,81  | 1,93 | 2,04 | 2,23 | 1,89 |
| 12. | PT. Ekadharna International Tbk               | 0,16  | 0,18 | 0,18 | 0,2  | 0,88 |
| 13. | PT. Fajar Surya Wisesa Tbk                    | 4,49  | 4,07 | 4,04 | 3,7  | 2,89 |
| 14. | PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk             | 12,21 | 6,85 | 5,79 | 3,85 | 3,47 |
| 15. | PT. Buyung Poetra Sembada Tbk                 | 0,77  | 0,87 | 0,92 | 2,62 | 1,49 |
| 16. | PT. Hartadinata Abadi Tbk                     | 1,29  | 0,76 | 0,83 | 0,64 | 0,54 |
| 17. | PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk            | 5,37  | 4,88 | 2,22 | 1,85 | 2,03 |
| 18. | PT. Champion Pacific Indonesia Tbk            | 0,77  | 0,62 | 0,58 | 0,62 | 0,58 |
| 19. | PT. Impack Pratama Industri Tbk               | 0,3   | 0,33 | 0,4  | 0,67 | 0,71 |
| 20. | PT. Intanwijaya Internasional Tbk             | 0,31  | 0,23 | 0,45 | 0,27 | 0,3  |
| 21. | PT. Indofood Sukses Makmur Tbk                | 1,31  | 1,28 | 0,76 | 0,64 | 0,63 |
| 22. | PT. Indocement Tunggul Prakarsa Tbk           | 2,92  | 3,03 | 2,4  | 2,16 | 1,86 |
| 23. | PT. Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk      | 0,21  | 0,43 | 0,34 | 0,76 | 0,43 |
| 24. | PT. Multi Prima Sejahtera Tbk                 | 0,1   | 0,4  | 0,33 | 1,76 | 0,54 |
| 25. | PT. Mark Dynamics Indonesia Tbk               | 1,27  | 5,74 | 7,8  | 5,49 | 2,99 |
| 26. | PT. Multi Bintang Indonesia Tbk               | 28,9  | 28,5 | 14,3 | 15   | 17,6 |
| 27. | PT. Mayora Indah Tbk                          | 6,86  | 4,63 | 5,38 | 4,02 | 4,36 |
| 28. | PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk              | 2,55  | 2,6  | 2,61 | 2,95 | 3,05 |
| 29. | PT. Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk | 2,15  | 3,1  | 7,44 | 7,48 | 6,46 |
| 30. | PT. Sekar Bumi Tbk                            | 1,15  | 0,68 | 0,58 | 0,63 | 0,61 |
| 31. | PT. Semen Baturaja Tbk                        | 5,00  | 1,26 | 3,1  | 1,78 | 1,24 |
| 32. | PT. Semen Indonesia (Persero) Tbk             | 2,08  | 2,1  | 2,07 | 1,08 | 0,94 |
| 33. | PT. Selamat Sempurna Tbk                      | 3,75  | 3,51 | 3,01 | 2,69 | 2,66 |
| 34. | PT. Suparma Tbk                               | 0,28  | 0,34 | 0,29 | 0,95 | 0,73 |
| 35. | PT. Indo Acidatama Tbk                        | 0,79  | 0,8  | 0,59 | 0,54 | 0,48 |

|                  |  |              |             |             |             |            |
|------------------|--|--------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| 36.              | PT. Tunas Alfin Tbk                                | 0,54         | 0,37        | 0,34        | 0,38        | 0,34       |
| 37.              | PT. Tunas Baru Lampung Tbk                         | 0,97         | 0,99        | 0,85        | 0,65        | 0,54       |
| 38.              | PT. Tempo Scan Pacific Tbk                         | 1,15         | 1,08        | 0,99        | 0,98        | 0,84       |
| 39.              | PT. Ultra Jaya Milk Industry & Trading Company Tbk | 3,27         | 3,43        | 3,87        | 3,53        | 2,93       |
| 40.              | PT. Unilever Indonesia Tbk                         | 9,14         | 12,1        | 11,36       | 36,3        | 44,9       |
| 41.              | PT. Wismilak Inti Makmur Tbk                       | 0,29         | 0,34        | 0,96        | 0,68        | 0,88       |
| 42.              | PT. Integra Indocabinet Tbk                        | 1,58         | 1,6         | 1,17        | 1,47        | 0,62       |
| 43.              | PT. Wijaya Karya Beton Tbk                         | 1,04         | 1,12        | 0,99        | 0,62        | 0,46       |
| <b>Jumlah</b>    |  | <b>126,9</b> | <b>123</b>  | <b>111</b>  | <b>131</b>  | <b>133</b> |
| <b>Rata-rata</b> |  | <b>2,95</b>  | <b>2,86</b> | <b>2,58</b> | <b>3,05</b> | <b>3,1</b> |

Sumber: [www.idx.com](http://www.idx.com)



Sumber: *Data diolah Peneliti, 2024*

### Gambar 1.1

#### Perkembangan Nilai Perusahaan Manufaktur Tahun 2018-2022

Dari grafik 1.1 dapat dilihat diperoleh hasil yang fluktuatif dari tahun ke tahun yang terlihat dari inkonsistensi data untuk tahun 2018-2022 dimana berdasarkan grafik diatas dinyatakan bahwa Nilai Perusahaan yang diprosikan dengan PBV bervariasi. Pada tahun 2018 terlihat rata-rata PBV 2,95, pada tahun

2019 terlihat rata-rata PBV 2,86, pada tahun 2020 rata-rata PBV 2,58, pada tahun 2021 rata-rata PBV 3,05, dan pada tahun 2022 rata-rata PBV 3,1. Variasi naik turunnya ini menunjukkan bahwa pada perusahaan manufaktur setiap perusahaan memiliki strategi dan pertimbangan tertentu yang menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang dihadapi oleh perusahaan demi mencapai nilai perusahaan yang optimal.

Investor memerlukan informasi akuntansi berupa kondisi keuangan sebagai bahan dasar evaluasi. Informasi ini penting, karena akan menentukan keputusan investor di masa depan. Apabila kondisi keuangan perusahaan dinilai kurang menguntungkan, ada kemungkinan investor akan berpindah investasi ke perusahaan lain. Beberapa rasio keuangan yang digunakan oleh investor dalam menentukan keputusan berinvestasi yaitu rasio likuiditas, rasio profitabilitas, dan rasio *leverage*.

Rasio likuiditas merupakan suatu rasio yang sanggup menampilkan keahlian perusahaan dalam memenuhi kewajiban ataupun membayar hutang jangka pendeknya. Rasio ini bisa mengukur seberapa likuidnya sesuatu perusahaan. Jika perusahaan sanggup penuhi kewajiban yang dimilikinya, hingga perusahaan tersebut likuid. Tetapi jika tidak, hingga perusahaan tersebut ilikuid. Menurut (Ari, 2018) likuiditas menunjukan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan yang harus segera dipenuhi atau kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat ditagih. Konsep likuiditas dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam melunasi sejumlah utang jangka pendek, umumnya kurang dari satu

tahun. Dimensi konsep likuiditas mencakup *Current Ratio*, *Quick Ratio*, *Cash Ratio* dan *Net Working Capital to Total Assets Ratio*. Dalam penelitian ini rasio likuiditas diproksikan dalam bentuk *Current Ratio* (CR) yaitu dengan membagi antara aset lancar dengan utang atau kewajiban lancar. *Current Ratio* adalah rasio keuangan yang mengukur kemampuan suatu perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya.

Peneliti (Amaechi et al., 2022) menemukan bahwa likuiditas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai likuiditas perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Perusahaan dalam kondisi nyaman lebih diminati oleh investor sehingga mereka lebih yakin kalau perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik serta tidak terlilit hutang. Perihal ini sanggup membagikan image positif dari *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut yang nantinya membuat nilai perusahaan menjadi bertambah. Dalam hal ini *corporate social responsibility* mampu memoderasi pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan (Rachman, R & Priyadi, M, 2022) (Yan, 2021).

Rasio profitabilitas sendiri merupakan perbandingan buat mengenali keahlian perusahaan dalam memperoleh laba (*profit*) dari pemasukan (*earning*) terpaut penjualan, peninggalan, serta ekuitas atas bawah pengukuran tertentu. Profitabilitas dinilai oleh investor serta kreditur (bank) buat memperhitungkan laba investasi yang hendak diperoleh investor serta besaran laba perusahaan buat memperhitungkan keahlian suatu perusahaan dalam membayarkan utang kepada kreditur bersumber pada tingkatan konsumsi peninggalan serta sumber

energi yang lain, sehingga nampak pula tingkatan efisiensi perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini rasio profitabilitas diproksikan dalam bentuk *Return on Assets* (ROA) yaitu pembagian antara laba bersih dengan total aset. *Return on Assets* adalah rasio keuangan yang mengukur seberapa efektif suatu perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba.

Penelitian yang dilakukan oleh (Creixans-Tenas & Arimany-Serrat, 2018) yang memperoleh hasil di mana profitabilitas memiliki pengaruh positif kepada nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan semakin menunjukkan baiknya kinerja suatu perusahaan yang dapat meningkatkan permintaan saham dari investor (Pondrinal et al., 2022). Respon inilah yang mampu membuat harga saham meningkat dan nilai perusahaan ikut meningkat. Dalam hal ini *corporate social responsibility* mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Darmawan et al., 2020). Sedangkan menurut (Lestari et al., 2022) *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sepanjang mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Maksudnya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan buat membiayai aktivitas usahanya bila dibanding dengan menggunakan modal sendiri. *Leverage* akan membagikan keuntungan untuk investor bila keuntungan yang diperoleh lebih besar dari biaya wajib yang dikeluarkan perusahaan (Markonah et al., 2020). Di sisi lain, pemakaian *leverage* yang kelewatan bisa menimbulkan perusahaan terjebak dalam tingkatan hutang yang besar serta susah buat membebaskan beban hutang



tersebut. Perihal ini bisa menimbulkan nilai saham perusahaan menyusut sehingga memunculkan rasa enggan pada investor buat berinvestasi ( Nugroho, 2021). Dalam penelitian ini rasio *leverage* diproksikan dalam bentuk *Debt to Equity Ratio* (DER) yaitu rasio keuangan yang mengukur proporsi antara utang dan ekuitas suatu perusahaan. Rasio ini memberikan gambaran tentang sejauh mana perusahaan membiayai aktivitasnya dengan menggunakan utang dibandingkan dengan ekuitasnya sendiri.

Penelitian yang dilakukan oleh (Metel'skaya, 2021) yang memperoleh hasil dimana *leverage* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi nilai *leverage* perusahaan menandakan bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik. Perusahaan yang mampu mendapatkan pinjaman menunjukkan bahwa perusahaan layak dan mampu melunasi kewajibannya di masa mendatang. Dalam hal ini *corporate social responsibility* tidak dapat memoderasi pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan (Maulinda, W & Hermi, 2022). Analisis rasio dan model regresi data panel telah digunakan untuk mempelajari hubungannya.

Meningkatnya likuiditas, profitabilitas, serta *leverage* industri didukung oleh tanggungjawab sosial industri yang besar. Menurut (Rachman, 2021) mengungkapkan kalau tanggungjawab sosial perusahaan ( *corporate social responsibility*) selaku kebutuhan dalam menunjang *going concern* serta investasi jangka panjang yang bisa menunjang keunggulan perusahaan. Perusahaan bukan cuma bertanggungjawab terhadap pemegang saham saja namun pula bertanggungjawab kepada warga dan area dekat perusahaan.

Perusahaan wajib menghindari timbulnya akibat negatif, disebabkan perihal tersebut dapat merangsang terdapatnya pemikiran kurang baik oleh investor terhadap perusahaan tersebut yang menyebabkan turunnya nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan yang bertujuan untuk menyelesaikan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh kegiatan operasional perusahaan. Perusahaan dalam pengelolaan CSR perusahaan terhadap lingkungan sekitar baik, maka nilai yang didapatkan oleh perusahaan akan meningkat. Investor juga semakin menaruh harapan dan kepercayaan terhadap perusahaan, karena memiliki citra atau nama baik di masyarakat. Sehingga loyalitas pelanggan dan profitabilitas perusahaan juga meningkat dan nilai saham pun juga ikut meningkat (Lestari et al., 2022).

Meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan utama sebuah perusahaan. Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungannya. Oleh sebab itu penerapan *corporate social responsibility* yang tepat dan baik akan memberikan pandangan baik dari masyarakat maupun investor sehingga akan meningkatkan reputasi perusahaan tersebut. Seperti yang dinyatakan oleh (Wahyuniyasanti & Mertha, 2022) bahwa tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) bermanfaat untuk meningkatkan reputasi perusahaan, menjaga *image* dan strategi perusahaan. Dalam hal ini termasuk meningkatkan tanggungjawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) tidak hanya membutuhkan upaya dari perusahaan itu sendiri tetapi juga dukungan dari

lingkungan institusionalnya yang tepat (Li et al., 2022).

Penelitian *Corporate Social Responsibility* diukur menggunakan 91 indeks GRI G4. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan variabel dummy yaitu dengan membagi  $\sum x_{ij}$  (jumlah item yang diungkapkan) dengan  $n_j$  (jumlah item pengungkap) yang berjumlah 91. Dimana jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan  $j$  yang dinotasikan dengan angka 1 = jika item diungkapkan; 0 = jika item tidak diungkapkan oleh perusahaan  $j$ .

Undang-Undang tentang kewajiban *corporate social responsibility* yaitu Undang-Undang No.25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 1 ayat 3 yang menyebutkan bahwa PT. yang menjalankan usaha dibidang dan/atau bersangkutan dengan sumber daya alam wajib menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Berdasarkan penjelasan di atas maka Saya sebagai peneliti akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022).”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah merupakan bagian dari proses penelitian yang dapat dipahami sebagai upaya mendefinisikan problem serta membuat definisi tersebut menjadi lebih terukur atau measurable sebagai suatu langkah awal penelitian. Dari

latar belakang diatas, maka Saya dapat mengidentifikasi masalah-masalah yang ada yaitu sebagai berikut:

1. Nilai perusahaan yang cenderung fluktuatif menjadi pertimbangan investor untuk tetap menanamkan modal di perusahaan tersebut atau investor lebih tertarik terhadap perusahaan dengan nilai perusahaan yang stabil.
2. Nilai perusahaan yang rendah disebabkan oleh kecilnya tingkat keuntungan yang didapatkan oleh perusahaan. Sehingga pentingnya pemanfaatan rasio profitabilitas untuk mengukur nilai suatu perusahaan.
3. Penurunan harga saham akan berdampak negatif pada perusahaan yang akan membuat penurunan nilai perusahaan. Akibatnya para investor mungkin mengalami kerugian nilai investasinya.
4. Kurangnya pemahaman investor terhadap pentingnya *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Pengungkapan CSR oleh perusahaan di Indonesia masih sangat kurang, aturan yang ada belum maksimal dalam kewajiban pengungkapan CSR oleh perusahaan.
6. Tingkat rasio Likuiditas yang rendah akan memungkinkan perusahaan mengalami kesulitan dalam membayar utang sehingga membuat Nilai Perusahaan semakin menurun. Hal ini akan membuat para investor dan kreditor ragu untuk membeli saham di suatu perusahaan.

7. Tingkat rasio Profitabilitas yang rendah menandakan perusahaan kesulitan dalam menghasilkan profit. Sehingga Nilai Perusahaan akan semakin menurun. Akibatnya perusahaan akan mengalami kebangkrutan karena para investor enggan untuk menanamkan modalnya.
8. Tingkat rasio *Leverage* yang tinggi menandakan perusahaan memiliki tingkat utang yang tinggi. Sehingga mengakibatkan penurunan Nilai Perusahaan. Hal ini membuat para investor mungkin kehilangan kepercayaannya terhadap perusahaan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini hanya menggunakan sampel Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022 saja dan berdasarkan uraian latar belakang serta identifikasi masalah penelitian, maka variabel independen adalah likuiditas, profitabilitas, dan *leverage*. Dan variabel dependen dengan nilai perusahaan. Serta variabel moderatingnya adalah *corporate social responsibility*.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang ada di latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang Saya angkat adalah:

1. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 ?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 ?

3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 ?
4. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 ?
5. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 ?
6. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui:

1. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan
2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan
3. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan
4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan.
5. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

6. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam memoderasi pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan pembahasan di atas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yakni:

### 1. Bagi Peneliti

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sarana untuk memperluas wawasan dan mengembangkan wawasan peneliti tentang pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai sarana untuk pengaplikasian teori-teori ke dalam permasalahan yang nyata, serta menambah wacana dan wawasan keilmuan.

### 2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan dan dapat dimanfaatkan oleh khalayak umum khususnya mahasiswa, dosen dan segenap lingkungan Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

### 3. Bagi Pengguna Laporan Keuangan / Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk mengambil keputusan yang nantinya dapat digunakan sebagai sarana pertimbangan untuk berinvestasi di pasar modal.

#### 4. Bagi Perusahaan yang Diteliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengaplikasikan variabel-variabel penelitian ini untuk membantu meningkatkan nilai perusahaan.

#### 5. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan informasi untuk penelitian selanjutnya yang akan melakukan penelitian mengenai topik-topik yang berkaitan dengan penelitian ini, baik yang bersifat lanjutan maupun pelengkap.