

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LIQUIDITY, AND FIRM SIZE AS DETERMINANTS OF
PROFIT GROWTH AND FIRM VALUE: EVIDENCE FROM THE INDONESIAN FOOD AND
BEVERAGE INDUSTRY**

Suyono¹, William Hamdani Benjo², Luciana Fransisca³, Andi⁴, Novita Yulia Putri⁵

^{1,2,3,4,&5}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia

Email Author: suyono@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.35145/procuratio.v13i3.5479>

Received: 14/9/2025, Revised: -, Accepted: 17/9/2025

ABSTRACT

This research purposed to determine the effect of current ratio, corporate social responsibility, and company size on profit growth and company value on food and beverages sub sector companies listed on Indonesian Stock Exchange for the 2017-2022 period. This study uses secondary data. This research has a population of 90 companies with purposive sampling as the sampling technique. The number of samples obtained were 24 companies. The analysis method of this research uses descriptive analysis, multiple linear regression and several types of evaluation used SPSS and SmartPLS software. From this research, it can be concluded that current ratio, corporate social responsibility, and company size have no significant effect on profit growth. Likewise, corporate social responsibility, company size, and profit growth has no significant effect on company value. On the other hand, current ratio has negative effect on company values. Suggestions for the future research are to consider the use of other variables that can influence profit growth and company value. Such as profitability ratios and Debt to Asset Ratio (DER) which have a significant effect on profit growth and company value.

Keywords : *Company Value; Profit Growth; Current Ratio; Corporate Social Responsibility; Company Size*

**TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, LIKUIDITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN
SEBAGAI DETERMINAN PERTUMBUHAN LABA DAN NILAI PERUSAHAAN: STUDI
PERUSAHAAN INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI INDONESIA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *current ratio*, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2017-2022. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Penelitian ini memiliki jumlah populasi sebanyak 90 perusahaan dengan menggunakan *purposive sampling* sebagai teknik pemilihan sampel pada penelitian ini. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 24 perusahaan. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, regresi linier berganda serta beberapa jenis evaluasi dengan menggunakan bantuan *software* SPSS dan SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rasio lancar, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Begitu pula dengan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan laba yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, rasio lancar memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Saran bagi peneliti selanjutnya (*future research*) adalah untuk mempertimbangkan penggunaan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan. Seperti rasio profitabilitas dan *Debt to Asset Ratio* (DER) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai Perusahaan; Pertumbuhan Laba; Rasio Lancar; Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; Ukuran Perusahaan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan era globalisasi dan teknologi memengaruhi banyak aspek dengan tempo yang sangat cepat, hal tersebut juga meliputi keinginan, kebutuhan, hingga kemampuan ekonomi masyarakat. Setiap aspek kehidupan manusia juga selalu terpengaruh dan mengalami perubahan pada masa sekarang ini. Namun satu hal yang tidak pernah berubah yaitu kebutuhan masyarakat atas makanan dan minuman, yang merupakan salah satu kebutuhan primer atau dasar manusia. Berkembangnya teknologi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara seseorang dalam menjalankan perusahaan mereka. Berbagai cara dan sudut pandang baru juga telah ditemukan berkat mudahnya penyebaran informasi yang berasal dari berbagai tempat dan waktu.

Sekarang ini, harga dan produk yang baik saja tidak cukup untuk turut serta pada persaingan ketat yang terjadi pada pasar. Setiap perusahaan memiliki cara dan teknik masing-masing untuk meningkatkan perusahaan, baik dari segi nama maupun penjualan. Timbulnya gaya hidup baru juga menjadi pemicu meningkatnya pasar pada sektor makanan dan minuman di Indonesia. Kebiasaan masyarakat yang jarang di rumah, mendorong kebutuhan masyarakat untuk membeli makanan dan minuman dari luar pada saat bekerja ataupun bepergian. Minat masyarakat untuk mencoba hal baru juga menjadi pemicu munculnya banyak bisnis makanan dan minuman yang sangat variatif karena sifat manusia sekarang yang cenderung mudah penasaran dan suka mencoba hal baru, terutama yang sedang tren di pasaran.

Setelah mengalami penurunan penjualan pada masa pandemi, industri pada sektor makanan dan minuman telah berhasil bangkit kembali, hingga menjadi aspek terkuat dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan 1 tahun 2023. Menurut data yang berasal dari Kementerian Perindustrian Indonesia, sektor makanan dan minuman memiliki kontribusi sebesar 38,61% terhadap PDB industri pengolahan nonmigas dan 6,47% terhadap PDB nasional, yang menjadikan industri makanan dan minuman sebagai subsektor dengan kontribusi PDB terbesar.

Berdasarkan data per 21 Februari 2023 dari Bursa Efek Indonesia, terdapat beberapa perusahaan memiliki kinerja produk emiten makanan dan minuman mengalami peningkatan yang terbilang signifikan. Dimana momentum yang diberikan cukup berpengaruh terutama pada perekonomian negara Indonesia yang saat ini sedang dalam proses kenaikan yang memiliki pergerakan fluktuatif positif. Pencabutan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) dan kenaikan upah minimum menjadi faktor yang mendorong peningkatan kemampuan dan konsumsi masyarakat pada segala bidang, termasuk makanan dan minuman. Dengan PT Indo Boga Sukses Tbk. (IBOS) menduduki peringkat puncak sebagai emiten makanan dan minuman dengan kenaikan harga saham tertinggi sebesar 84,88%. Peningkatan kinerja harga saham pada sub sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia menjadikan nilai perusahaan menjadi salah satu variabel yang akan diteliti pada penelitian kali ini.

Pertumbuhan laba perusahaan merupakan salah satu faktor yang mendasar dan paling memengaruhi peningkatan pendapatan dari sebuah perusahaan yang berpengaruh terhadap PDB industri makanan dan minuman, hingga PDB Nasional. Adanya pertumbuhan PDB yang tidak stabil pada industri makanan dan minuman selama periode 2017-2022 menyebabkan pertumbuhan laba menjadi variabel yang menarik untuk diteliti pada penelitian kali ini. Banyak faktor yang memengaruhi naik atau turunnya pertumbuhan laba dan nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terjadi setiap tahunnya menciptakan pertanyaan baru mengenai hal-hal apa saja yang memengaruhinya. Menurut hasil penelitian dari Yuliana dan Djunaedi (2023), Sari (2023), Khofifah *et al.* (2022), Sulistiana dan Pranjoto (2022), dan Fahira (2021) diantaranya dipengaruhi oleh faktor *current ratio*, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan. Hal ini didukung pula oleh hasil penelitian terdahulu yang memiliki hasil variatif pada setiap penelitiannya, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai fenomena tersebut. Penelitian kali ini akan berfokus pada subsektor D2 (makanan dan minuman) yang merupakan bagian dari sektor D (barang konsumsi primer).

Dengan menggunakan rasio likuiditas, kita dapat mengetahui kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih, atau dengan kata lain untuk melihat tingkat likuiditas perusahaan baik atau tidak baik. Sehingga rasio likuiditas merupakan salah satu faktor yang akan dijadikan acuan pada penelitian ini. Rasio likuiditas yang baik menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan berjalan dengan baik, dan dapat mendorong terjadinya pertumbuhan laba dan meningkatnya nilai perusahaan. Sehingga informasi ini akan berguna bagi pihak internal maupun eksternal dalam keputusan manajemen hingga keputusan investasi oleh investor. Secara teori, rasio likuiditas perusahaan akan memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan.

Sebelumnya fenomena ini juga sudah pernah dibahas pada beberapa penelitian terdahulu, namun peneliti menemukan perbedaan dari hasil penelitian dari fenomena tersebut. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Djunaedi (2023) dan Widiastara *et al.* (2021) menunjukkan bahwa rasio likuiditas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan laba, sedangkan penelitian Rahayu (2019), Diyanti dan Anwar (2021) dan Petra *et al.* (2020) menyatakan bahwa pertumbuhan laba dipengaruhi secara signifikan oleh rasio likuiditas. Selain itu, Nilai perusahaan merupakan salah satu hal yang paling krusial dalam mengetahui kemampuan dan kinerja dari perusahaan tersebut. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Sulistiana dan Pranjoto (2022), dan Likha dan Fitria (2019) yang menyatakan bahwa rasio likuiditas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Akan

tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Thoha dan Hairunnisa (2022), Tsaniatuzaima dan Maryanti (2022), dan Wahid *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa rasio likuiditas tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan juga tidak kalah penting dalam penilaian suatu perusahaan. Pada dasarnya, CSR merupakan cara perusahaan berinteraksi dengan masyarakat dan lingkungan sekitar. Sehingga penerapan ini akan menguntungkan pihak perusahaan, konsumen, masyarakat, lingkungan, investor, dan pemegang saham sekalipun. Adanya tanggung jawab perusahaan akan lingkungan dan sekitarnya akan meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen maupun investor, sehingga akan menjadi faktor pendukung meningkatnya penjualan dan sumber permodalan sehingga akan mendorong pertumbuhan laba dan nilai perusahaan.

CSR merupakan salah satu faktor yang secara teori memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan. Fenomena ini juga telah diteliti oleh Anita Sari (2023) dan Rosdewianti *et al.* (2016) memiliki hasil penelitian yang signifikan terhadap pertumbuhan laba. Namun, berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Anthoni dan Yusuf (2022). Dimana penelitian tersebut menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh insignifikan terhadap pertumbuhan laba perusahaan. CSR yang merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap seluruh pemangku kepentingan ini dibuktikan oleh Khofifah *et al.* (2022), Puspitasari dan Ermayanti (2019), dan Rahmantari *et al.* (2019) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian berbeda didapatkan melalui penelitian oleh Ramadhan dan Linda (2023) yang memiliki hasil penelitian bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Faktor lain yang secara teori memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, yang menunjukkan skala besar atau kecilnya suatu perusahaan dari berbagai aspek. Ukuran perusahaan juga dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan, yang akan menjadi acuan bagi para investor dalam menilai sebuah perusahaan. Karena perusahaan besar akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Sehingga ukuran perusahaan yang lebih besar juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan investor terhadap perusahaan tersebut. Selain itu, konsumen juga cenderung akan lebih percaya terhadap produk dari perusahaan dengan ukuran yang lebih besar, begitu juga dengan investor. Sehingga akan memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan dapat menjadi faktor yang menentukan pertumbuhan laba dari suatu perusahaan seperti hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Petra *et al.* (2020) dimana penelitian dari fenomena tersebut memiliki hasil yang signifikan. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan Yuliana dan Djunaedi (2023), dan Rahayu (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba dari perusahaan. Selain itu, Khofifah *et al.* (2022), Sulistiana dan Pranjoto (2022), dan Wahid *et al.* (2022) juga telah melakukan penelitian terhadap fenomena yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan hal tersebut mereka buktikan dengan hasil yang signifikan. Namun, pada penelitian serupa yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2021) memberikan hasil yang berbanding terbalik dimana ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan di masa mendatang. Keputusan investasi juga akan dipengaruhi oleh sinyal atau pengumuman yang diberikan perusahaan, yang menjelaskan mengenai kondisi keuangan dari perusahaan tersebut. Sinyal yang didapatkan oleh investor ini dapat memiliki hasil dua arah terhadap perdagangan saham perusahaan, baik peningkatan maupun penurunan volume perdagangan perusahaan. Sehingga, informasi dari manajemen akan sangat berpengaruh terhadap keputusan investasi dari pihak investor dan juga calon investor. (Sudarno *et al.*, 2022)

Teori Agensi

Teori Agensi merupakan teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara dua pihak, yaitu prinsipal dan agen. Prinsipal adalah pihak yang memiliki posisi sebagai pemilik atau pemberi tugas, sedangkan agen adalah pihak yang diberi tugas untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal. Tujuan dari teori agensi ini adalah untuk membangun hubungan formal antara prinsipal dan agen guna mencapai kepentingan perusahaan. Hubungan ini dibentuk dalam suatu kontrak dimana prinsipal memerintah agen untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan terbaik bagi prinsipal. (Manossoh, 2016)

Rasio Likuiditas

Menurut Sudarno *et al.* (2022), rasio likuiditas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan jangka pendek secara lancar dan tepat waktu. Apabila perusahaan ditagih maka akan mampu memenuhi (membayar) utang terutama utang yang sudah jatuh tempo. Pada penelitian kali ini, indikator dalam pengukuran variabel likuiditas adalah *Current Ratio* (CR), yang dapat menunjukkan

kemampuan operasional perusahaan, yaitu untuk kelancaran proses produksi. Angka rasio yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut likuid, yang berarti tagihan jangka pendek dapat dilunasi sehingga proses produksi akan berjalan dengan lancar.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 butir 3 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan bahwa CSR atau tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam Pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. CSR menekankan pada penciptaan pembangunan ekonomi berkelanjutan bagi perseroan itu sendiri maupun bagi masyarakat.

Ukuran Perusahaan

Menurut Sudarno *et al.* (2022), ukuran perusahaan adalah nilai yang memberitahukan besar kecilnya perusahaan. Terdapat banyak sekali aspek yang bisa dipakai untuk mewakili ukuran perusahaan yakni jumlah karyawan, total aktiva, nilai pasar saham, total penjualan, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi. Ukuran perusahaan terbagi pada 3 kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki pengawasan yang lebih ketat dari investor. Sehingga perusahaan dengan total aktiva yang besar lebih mudah dalam mendapat pendanaan dari pihak kreditur untuk menambah modal perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Muliani *et al.* (2014) adalah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan dimata pelanggannya. Menurut beliau, saham juga menjadi indikator dari nilai perusahaan jika harga sahamnya tinggi maka nilainya pun akan tinggi. Nilai perusahaan mencerminkan kepercayaan masyarakat, investor, hingga lembaga keuangan (perbankan) untuk memperoleh pinjaman dengan lebih mudah dan juga kepercayaan dari para *supplier*. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham juga dapat menunjukkan nilai dari suatu perusahaan. Semakin tinggi harga saham menunjukkan bahwa nilai perusahaan yang semakin tinggi pula. Maka hal ini akan berdampak positif pada kepercayaan pasar dan prospek di masa yang akan datang. Selain itu, nilai perusahaan yang baik mencerminkan bahwa perusahaan memiliki manajemen dan kinerja yang efektif dan efisien.

Pertumbuhan Laba

Menurut Suwardjono (2018), laba merupakan imbalan atas upaya perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa. Hal ini menandakan laba merupakan kelebihan atas pendapatan diatas biaya. Laba dapat dikatakan sebagai hasil operasi sebuah perusahaan dalam suatu periode akuntansi. Laba juga berfungsi sebagai pengukuran kinerja perusahaan terhadap peningkatan maupun penurunan operasional dari berbagai sumber transaksi. Secara ringkas, laba merupakan selisih antara pendapatan dan beban, apabila pendapatan lebih besar daripada beban maka perusahaan akan mendapatkan laba, apabila sebaliknya perusahaan mendapatkan kerugian. Kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan usahanya dalam perkembangan ekonomi dapat ditunjukkan oleh pertumbuhan laba.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap Pertumbuhan Laba

Perhitungan *Current Ratio* dilakukan dengan cara membandingkan aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Sehingga menurut Murhadi (2015) nilai *current ratio* yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi pula untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek, yang memudahkan perusahaan untuk membayar hutang dan akan memengaruhi pertumbuhan laba perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah diteliti oleh Rahayu (2019) dan Petra *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba. Namun penelitian Yuliana dan Djunaedi (2023) dan Widiasmara *et al.* (2021) menyatakan bahwa tidak berpengaruh dan penelitian Diyanti dan Anwar (2021) yang memiliki hasil berpengaruh negatif.

H₁: *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Pertumbuhan Laba

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 1 butir 3 tentang Perseroan Terbatas menciptakan pembangunan ekonomi berkelanjutan bagi perseroan maupun masyarakat, dimana dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Semakin diminatinya produk perusahaan di pasaran maka laba yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah diteliti oleh Rosdwianti *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Namun

terdapat hasil berbeda dari penelitian Sari (2023) yang menyatakan berpengaruh negatif dan penelitian Anthoni dan Yusuf (2022) yang memiliki hasil tidak berpengaruh.

H₂: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba

Menurut Sudarno *et al.* (2022), perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar dan lebih mudah dalam mendapat pendanaan dari pihak kreditur untuk menambah modal perusahaan. Sehingga dengan memiliki total aktiva yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tingkat kedewasaan, dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan telah menjadi positif dan dianggap telah memiliki prospek yang baik untuk jangka waktu yang relatif lama, selain itu perusahaan dengan total aktiva yang besar mencerminkan bahwa perusahaan relatif stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibandingkan perusahaan yang memiliki total aktiva yang kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah diteliti oleh Petra *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Namun hasil berbeda dinyatakan dalam penelitian oleh Yuliana dan Djunaedi (2023) dan Rahayu (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba.

H₃: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pertumbuhan Laba.

Pengaruh *Current Ratio* (CR) terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Widyawati (2021), semakin besar *current ratio* dalam perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan semakin tinggi. Karena *current ratio* yang mampu dipenuhi kewajibannya menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam kegiatan operasional sehingga dapat memengaruhi pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga banyak investor menjadi tertarik untuk berinvestasi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah diteliti oleh Sulistiana dan Pranjoto (2022), dan Likha dan Fitria (2019) yang menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dimana berbeda dengan hasil penelitian Hutapea *et al.* yang memiliki hasil berpengaruh negatif dan Tsaniatuzaima dan Maryanti (2022), dan Wahid *et al.* (2022) yang memiliki hasil tidak berpengaruh.

H₄: *Current Ratio* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Putri (2017) menyatakan bahwa CSR sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor, sehingga CSR dapat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi bergantung pada kemampuan sebuah organisasi menyeimbangkan kepentingan dari berbagai pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan ekonomi dan non ekonomi, yaitu melalui penerapan CSR. Dimana penerapan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang sebelumnya telah diteliti oleh Khofifah *et al.* (2022), dan Puspitasari dan Ermayanti (2019) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian Rahmantari *et al.* (2019) memiliki hasil berpengaruh negatif dan penelitian oleh Ramadhan dan Linda (2023) menyatakan tidak berpengaruh.

H₅: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Sudarno *et al.* (2022), ukuran perusahaan dapat diukur salah satunya melalui total aset perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan, saat ini arus kas perusahaan positif, dan prospeknya bagus dalam periode yang relatif stabil, dan lebih menguntungkan daripada perusahaan dengan total aktiva rendah sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Khofifah *et al.* (2022), dan Sulistiana dan Pranjoto (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berbeda dengan hasil penelitian Wahid *et al.* (2022) yang menyatakan berpengaruh negatif dan penelitian oleh Sari *et al.* (2021) yang memiliki hasil penelitian tidak berpengaruh.

H₆: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

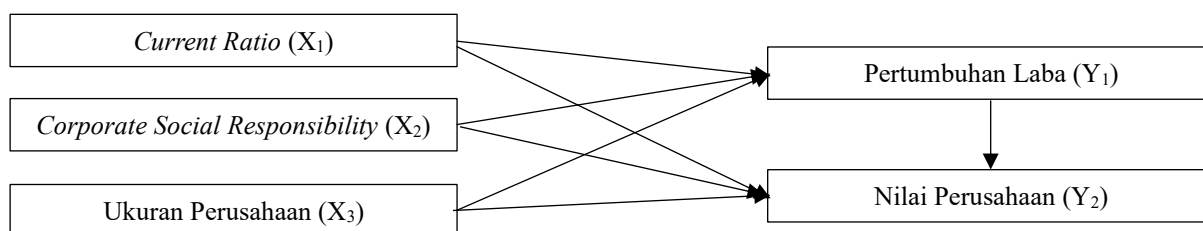
Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hargiansyah (2015) pertumbuhan laba merupakan persentase kenaikan laba yang diperoleh perusahaan. Pertumbuhan laba yang baik mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai kondisi yang baik, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan harga saham, oleh karena itu pertumbuhan laba dapat memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desiyanti *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian Likha dan Fitria (2019) yang memiliki hasil penelitian tidak berpengaruh.

H₇: Pertumbuhan Laba berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hubungan antara *Current Ratio*, *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba dan Nilai Perusahaan dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: Jurnal Terdahulu, 2023

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan Bursa Efek Indonesia sebagai tempat penelitian karena pada Bursa Efek Indonesia memiliki data perusahaan yang lengkap mengenai perusahaan yang sudah terbuka untuk publik. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia melalui situs www.idx.co.id. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2023.

Populasi dan Sampel

Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2023 yang berjumlah sebanyak 90 perusahaan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*, teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan kriteria pertimbangan pengambilan sampel dalam penelitian ini yang terlampir pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan makanan dan minuman yang telah terdaftar di BEI.	90
2	Perusahaan yang IPO dimulai tahun 2017.	(47)
3	Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap.	(3)
4	Perusahaan yang pernah mengalami kerugian dalam periode penelitian.	(16)
5	Perusahaan yang tidak mempublikasikan CSR dalam periode penelitian.	(0)
Jumlah Sampel yang Memenuhi Kriteria		24

Sumber : Data Olahan, 2023

Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel eksogen dan variabel endogen yang akan digunakan terdiri dari:

Current Ratio (X₁)

Pada penelitian kali ini, indikator dalam pengukuran variabel likuiditas adalah *Current Ratio*, yang dapat menunjukkan kemampuan operasional perusahaan, yaitu untuk kelancaran proses produksi. Angka rasio yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut likuid, yang berarti tagihan jangka pendek dapat dilunasi sehingga proses produksi akan berjalan dengan lancar. Menurut Sihombing *et al.* (2018) rumus dari *Current Ratio* yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar (Current Assets)}}{\text{Kewajiban Lancar (Current Liabilities)}}$$

Corporate Social Responsibility (X₂)

Pada penelitian ini, perhitungan indeks *Corporate Social Disclosure Index* (CSDI) dilakukan dengan menggunakan pendekatan dikotomi, dimana setiap unit pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dalam setiap laporan tahunan masing-masing akan diberi nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan. Menurut Pradipta dan Supriyadi (2015), CSR dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{CSRD}I_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sebagai Determinan Pertumbuhan Laba dan Nilai Perusahaan: Studi Perusahaan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia (Suyono, William Hamdani Benjo, Luciana Fransisca, Andi, dan Novita Yulia Putri)

Ukuran Perusahaan (X_3)

Menurut Maryam (2014) ukuran perusahaan dapat diukur dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan karena aktiva memiliki nilai yang relatif lebih stabil dibandingkan penjualan. Sehingga pada penelitian ini ukuran perusahaan akan dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Asset})$$

Pertumbuhan Laba (Y_1)

Labanya yang terus meningkat merupakan impian dari setiap perusahaan. Karena hal tersebut merupakan salah satu poin penting bagi pihak internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan laba yang konstan menunjukkan bahwa perusahaan terus berjalan ke arah yang lebih positif dari waktu ke waktu. Menurut Ningsih dan Utiyati (2020) pertumbuhan laba menggunakan laba setelah pajak perusahaan dan dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba bersih (t)} - \text{Laba bersih (t - 1)}}{\text{Laba Bersih (t - 1)}} \times 100\%$$

Nilai Perusahaan (Y_2)

Perhitungan atas nilai perusahaan pada penelitian ini menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV) dimana rasio ini dapat memberikan pandangan mengenai perusahaan yang dianggap baik oleh investor, yang berarti berisiko rendah dan memiliki pertumbuhan yang tinggi. Menurut Abbas *et al.* (2021) perhitungan PBV dilakukan dengan cara membandingkan harga saham dengan nilai buku perusahaan agar memberikan hasil yang menguntungkan jika perusahaan memiliki manajemen yang tepat. Rumus dari PBV dapat dihitung sebagai berikut:

$$\text{Price to Book Value} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

Teknik Analisis Data**Analisis Statistik Deskriptif**

Menurut Ghazali (2018), analisis deskriptif menggambarkan atau mendeskripsikan suatu data yang dilihat dari jumlah data, nilai rata-rata, modus, median, standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum. Analisis deskriptif merupakan suatu statistik yang menggambarkan atau mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2018), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal atau tidak dengan analisis grafik dan uji statistik. Menurut Ghazali (2018), Alpha (α) merupakan suatu batas kesalahan yang maksimal yang dijadikan sebuah patokan oleh peneliti. Semisal melakukan suatu penelitian, peneliti menetapkan *alpha* sebesar 10% atau 0,10 dengan kaidah keputusan jika signifikan lebih dari $\alpha=0,10$ maka dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Apabila data tidak berdistribusi normal, maka penelitian akan dilanjutkan menggunakan aplikasi SmartPLS.

Uji Normalitas juga dapat dilakukan dengan melihat grafik *Normal Probability Plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal, dan titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dan menunjukkan pola distribusi normal, maka disimpulkan bahwa data normal (Kusumawardhani & Sapari, 2021).

Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali (2018), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi penelitian terdapat korelasi antar variabel eksogen (bebas). Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel eksogen dan bebas dari gejala multikolinearitas. Mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel eksogen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai $VIF < 10,00$ dan nilai *tolerance* $> 0,10$.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dapat dengan melihat grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yaitu ada atau tidaknya pola tertentu. Dasar pengambilan keputusannya yaitu: (1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola

tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas; (2) Jika tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sebagai cara untuk memperkuat uji scatterplot terdapat cara lain yaitu dengan pengujian uji *park*. Yaitu apabila variabel eksogen memiliki nilai tingkat signifikansi melebihi 0,10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Uji F

Menurut Ghozali (2018), uji statistik F yaitu ketepatan terhadap fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai yang aktual. Jika nilai signifikan $F < 0,10$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel eksogen. Uji statistik F juga memperlihatkan apakah semua variabel eksogen yang dimasukkan dalam model yang memengaruhi secara bersama-sama terhadap variabel endogen. Uji statistik F mempunyai signifikan 0,10. Kriteria pengujian hipotesis dalam penggunaan statistik F adalah ketika nilai signifikansi $F < 0,10$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua eksogen secara simultan dan signifikan memengaruhi variabel endogen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel endogen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel eksogen dalam menjelaskan variasi variabel endogen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel eksogen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel endogen.

Path Analysis

Menurut Ghozali (2018), *path analysis* merupakan sebuah pengembangan dari analisis linier berganda. Analisis jalur juga disebut sebagai penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Kedua analisis jalur dan regresi menganalisis model kausalitas, dengan perbedaan tingkat kerumitan model. Dimana analisis regresi lebih banyak menganalisis variabel dependen sebagai dampak dari variabel independen. Ketika terdapat variabel dependen menyebabkan variabel dependen lainnya, maka analisis jalur atau *path analysis* ini lebih cocok digunakan. Analisis jalur memungkinkan peneliti melakukan analisis model yang lebih kompleks yang tidak dapat dilakukan pada analisis regresi linier berganda.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2018), uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel eksogen pada variabel endogen. Kriteria pengujian ini ditetapkan berdasarkan probabilitas. Pada tingkat signifikan sebesar 10%, jika probabilitas $H_a > 0,10$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas $H_a < 0,10$ maka dinyatakan signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dan distribusi frekuensi dari model penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Variabel	Rata-rata	Minimum	Maksimum	Stdev
<i>Current Ratio</i>	2.66	0.73	9.95	1.86
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0.55	0.43	0.65	0.06
Ukuran Perusahaan	22.71	20.27	25.92	1.36
Pertumbuhan Laba	0.59	-0.94	47.08	3.98
Nilai Perusahaan	2.93	0.23	33.79	4.85

Sumber: Data Olahan, 2023

Current Ratio (CR)

Nilai rata-rata CR selama periode penelitian bernilai 2,66, yang termasuk dalam kategori baik karena masih berkisar pada angka ideal CR. Dengan standar deviasi selama periode penelitian sebesar 1,86. Rata-rata CR tahun 2017 adalah 2,54; tahun 2018 adalah 2,61; tahun 2019 adalah 2,53; tahun 2020 adalah 2,68; tahun 2021 adalah 2,57; tahun 2022 adalah 3,02. Perusahaan dengan CR tertinggi adalah Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. (CEKA) pada tahun 2022 dengan nilai CR sebesar 9,95, sedangkan perusahaan dengan CR terendah adalah Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) pada tahun 2019 dengan nilai CR sebesar 0,73.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) dalam periode penelitian bernilai 0,55, nilai ini bagus karena berarti perusahaan telah menerapkan lebih dari setengah poin penerapan CSR. Dengan standar deviasi selama periode penelitian sebesar 0,06. Rata-rata CSRDI tahun 2017 adalah 0,55; tahun 2018 adalah 0,54; tahun 2019 adalah 0,55; tahun 2020 adalah 0,54; tahun 2021 adalah 0,54; tahun 2022 adalah 0,56. Perusahaan dengan CSRDI tertinggi adalah Tigaraksa Satria Tbk. (TGKA) dan Sawit Sumbermas Sarana Tbk. (SSMS) tahun 2017, BISI International Tbk. (BISI) tahun 2018, Tunas Baru Lampung Tbk. (TBLA) tahun 2019, Tigaraksa Satria Tbk. (TGKA) dan PP London Sumatra Indonesia Tbk. (LSIP) tahun 2020, BISI International Tbk. (BISI) tahun 2021, Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF), Charoen Pokphand Indonesia Tbk. (CPIN), dan FKS Multi Agro Tbk. (FISH) tahun 2022 sebesar 0,65, sedangkan nilai CSRDI terendah adalah Sekar Bumi Tbk. (SKBM) tahun 2020 dan BISI International Tbk. (BISI) tahun 2022 sebesar 0,43.

Ukuran Perusahaan (UP)

Nilai rata-rata ukuran perusahaan dalam periode penelitian ini adalah 22,71, dengan nilai maksimum rata-rata sebesar 25,57 dan nilai minimum rata-rata sebesar 20,50. Dengan standar deviasi selama periode penelitian sebesar 1,37. Rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2017 adalah 22,50; tahun 2018 adalah 22,62; tahun 2019 adalah 22,64; tahun 2020 adalah 22,76; tahun 2021 adalah 22,84; tahun 2022 adalah 22,90. Perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan tertinggi adalah Indofood Sukses Makmur Tbk. (INDF) pada tahun 2022 dengan nilai sebesar 25,92, sedangkan perusahaan dengan nilai ukuran perusahaan terendah adalah Sekar Laut Tbk. (SKLT) pada tahun 2017 dengan nilai sebesar 20,27.

Pertumbuhan Laba (PL)

Nilai rata-rata pertumbuhan laba dalam periode penelitian ini adalah 0,59, yang berarti rata-rata perusahaan memiliki pertumbuhan laba yang positif. Dengan standar deviasi selama periode penelitian sebesar 2,09. Rata-rata pertumbuhan laba tahun 2017 adalah 0,06; tahun 2018 adalah 0,05; tahun 2019 adalah 0,07; tahun 2020 adalah 2,46; tahun 2021 adalah 0,68; tahun 2022 adalah 0,22. Perusahaan dengan pertumbuhan laba tertinggi adalah SSMS pada tahun 2020 dengan pertumbuhan laba sebesar 47,08, sedangkan perusahaan dengan pertumbuhan laba terendah atau penurunan laba tertinggi adalah SKBM pada tahun 2019 dengan penurunan laba sebesar negatif 0,94.

Nilai Perusahaan (PBV)

Nilai rata-rata *Price to Book Value* (PBV) dalam periode penelitian ini adalah 0,93, yang dinilai baik karena memiliki nilai PBV diatas 1 yang menyiratkan peningkatan kinerja perusahaan. Dengan standar deviasi selama periode penelitian sebesar 4,56. Rata-rata PBV tahun 2017 adalah 4,36; tahun 2018 adalah 3,47; tahun 2019 adalah 2,51; tahun 2020 adalah 2,42; tahun 2021 adalah 2,38; tahun 2022 adalah 2,44. Perusahaan dengan PBV tertinggi adalah Multi Bintang Indonesia Tbk. (MLBI) pada tahun 2018 dengan nilai PBV sebesar 33,79, sedangkan perusahaan dengan PBV terendah adalah Sekar Laut Tbk. (SKLT) pada tahun 2022 dengan nilai PBV sebesar 0,23.

Uji Asumsi Klasik**Uji Normalitas**

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,000. Dimana nilai tersebut kurang dari 0,10 yang memiliki arti data penelitian tidak terbebas dari gejala normalitas (tidak terdistribusi normal). Pada gambar hasil uji *P-Plot*, titik-titik data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan hasil uji normalitas data menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* maupun *P-Plot* menunjukkan hasil tidak berdistribusi normal. Sehingga pengujian akan dilanjutkan menggunakan aplikasi SmartPLS.

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki data dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *tolerance* > 0,10. Hal ini berarti tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengujian grafik *scatterplot*, terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka, dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan dalam penelitian. Berdasarkan tabel uji *park*, setiap variabel eksogen memiliki nilai signifikansi sebesar 0,583 untuk CSR, 0,236 untuk ukuran perusahaan, dan 0,721 untuk pertumbuhan laba. Dimana setiap nilai signifikansi variabel tersebut melebihi 0,10. Sedangkan CR memiliki nilai signifikansi sebesar 0,098 yang berarti terjadi heteroskedastisitas. Sehingga penelitian akan dilanjutkan menggunakan aplikasi SmartPLS.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pada tabel hasil uji koefisien determinasi R^2 , nilai R^2 *adjusted* pada *Price to Book Value* (PBV) sebesar 0,000 dan pada pertumbuhan laba sebesar -0,015. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model belum dapat menerangkan variasi variabel endogen. Sehingga korelasi variabel dinilai lemah hingga tidak memiliki korelasi terhadap variabel endogen pada penelitian kali ini.

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 3. Hasil Path Analysis dan Uji T

Hipotesis	Variabel	Original sample (O)	T statistics (O/STDEV)	P values	Hipotesis	Kesimpulan
H1	CR → PL	-0.030	0.480	0.631	S +	TS
H2	CSRDI → PL	0.073	0.553	0.580	S +	TS
H3	UP → PL	0.007	0.089	0.929	S +	TS
H4	CR → PBV	-0.143	1.860	0.063	S +	TS
H5	CSRDI → PBV	-0.046	0.673	0.501	S +	TS
H6	UP → PBV	-0.102	1.425	0.154	S +	TS
H7	PL → PBV	-0.030	0.586	0.558	S +	TS

Sumber: Data Olahan SmartPLS, 2023

*Signifikan jika P Value < 0,10

Persamaan hasil *path analysis* yang terlampir pada Tabel 3 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y1 = -0,030X1 + 0,073X2 + 0,007X3$$

$$Y2 = -0,143X1 - 0,046X2 - 0,102X3 - 0,030Y1$$

Pengaruh *Current Ratio* terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel *Current Ratio* (CR) terhadap pertumbuhan laba memiliki nilai *original sample* sebesar -0,030 yang berarti CR berpengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan nilai P Value sebesar 0,631 dengan α 0,10 (P Value > 0,10) dan nilai koefisien sebesar -0,030. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) terhadap pertumbuhan laba memiliki nilai *original sample* sebesar 0,073 yang berarti CSR berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan nilai P Value sebesar 0,580 dengan α 0,10 (P Value > 0,10) dan nilai koefisien sebesar 0,073. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa CSRDI tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel ukuran perusahaan terhadap pertumbuhan laba memiliki nilai *original sample* sebesar 0,007 yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan nilai P Value sebesar 0,929 dengan α 0,10 (P Value > 0,10) dan nilai koefisien sebesar 0,007. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel CR terhadap PBV memiliki nilai *original sample* sebesar -0,143 yang berarti CR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai P Value sebesar 0,063 dengan α 0,10 (P Value < 0,10) dan nilai koefisien sebesar -0,143. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh positif terhadap *Price to Book Value* (PBV), melainkan berpengaruh negatif.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) terhadap PBV memiliki nilai *original sample* sebesar -0,046 yang berarti CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai P Value sebesar 0,501 dengan α 0,10 (P Value > 0,10) dan nilai koefisien sebesar -0,046. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa CSRDI tidak berpengaruh terhadap PBV.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sebagai Determinan Pertumbuhan Laba dan Nilai Perusahaan: Studi Perusahaan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia (Suyono, William Hamdani Benjo, Luciana Fransisca, Andi, dan Novita Yulia Putri)

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel ukuran perusahaan terhadap PBV memiliki nilai *original sample* sebesar -0,102 yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai *P Value* sebesar 0,154 dengan *alpha* 0,10 (*P Value* > 0,10) dan nilai koefisien sebesar -0,102. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap PBV.

Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 3, Variabel pertumbuhan laba terhadap PBV memiliki nilai *original sample* sebesar -0,030 yang berarti pertumbuhan laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan nilai *P Value* sebesar 0,558 dengan *alpha* 0,10 (*P Value* > 0,10) dan nilai koefisien sebesar -0,030. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap PBV.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Pengaruh Current Ratio terhadap Pertumbuhan Laba**

Perhitungan *Current Ratio* (CR) dilakukan dengan cara membandingkan aktiva lancar dengan kewajiban lancar. Sehingga menurut Murhadi (2015) nilai CR yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan yang tinggi pula untuk memenuhi kewajiban finansial jangka pendek, yang memudahkan perusahaan untuk membayar hutang dan akan memengaruhi pertumbuhan laba perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, baik mengalami penurunan rata-rata CR pada tahun 2021 dan kenaikan pada tahun 2022, rata-rata pertumbuhan laba tetap mengalami penurunan pada tahun 2021 dan 2022 tersebut. Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara CR dan pertumbuhan laba. Hal ini dapat disebabkan karena nilai *current ratio* yang dimiliki perusahaan terlalu rendah atau bahkan terlalu tinggi. Sehingga terdapat perusahaan yang akan kesulitan untuk memenuhi kewajiban jangka pendek mereka dan di sisi lain terdapat perusahaan yang memiliki tingkat produktifitas aset yang rendah.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Djunaedi (2023) dan Widiastara *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Rahayu (2019), Diyanti dan Anwar (2021), dan Petra *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *current ratio* memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Pertumbuhan Laba

Menurut Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menciptakan pembangunan ekonomi berkelanjutan bagi perseroan maupun masyarakat, dimana dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga reputasi perusahaan juga meningkat di mata masyarakat. Semakin diminatinya produk perusahaan di pasaran maka laba yang dapat dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, baik mengalami penurunan rata-rata CSR pada tahun 2019 dan kenaikan pada tahun 2020, rata-rata pertumbuhan laba tetap mengalami kenaikan pada tahun 2019 dan 2020 tersebut.

Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara CSR dan pertumbuhan laba. Tidak berpengaruhnya CSR dapat terjadi karena isu CSR merupakan hal baru yang kurang dipahami konsumen, dan belum menjadikan produk-produk perusahaan yang ramah dan peduli terhadap CSR sebagai produk prioritas, padahal arti penting CSR bagi keberlanjutan di masa depan sangat penting, perusahaan yang memperhatikan dengan baik aktivitas CSR, tentunya perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap reputasi dan keberlangsungan kehidupan.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anthoni dan Yusuf (2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Rosdewianti *et al.* (2016) dan Sari (2023) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba

Menurut Sudarno *et al.* (2022), perusahaan yang memiliki total aktiva yang besar dan lebih mudah dalam mendapat pendanaan dari pihak kreditur untuk menambah modal perusahaan. Sehingga dengan memiliki total aktiva yang

besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tingkat kedewasaan, dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan telah menjadi positif dan dianggap telah memiliki prospek yang baik untuk jangka waktu yang relatif lama, selain itu perusahaan dengan total aktiva yang besar mencerminkan bahwa perusahaan relatif stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibandingkan perusahaan yang memiliki total aktiva yang kecil.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, baik mengalami kenaikan rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2020 dan 2021, sedangkan rata-rata pertumbuhan laba mengalami kenaikan pada tahun 2020 dan mengalami penurunan pada tahun 2020. Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba. Hal ini terjadi karena perusahaan dengan total aktiva yang tinggi, tidak memberikan jaminan bahwa perusahaan dapat mengorganisasikan asetnya dengan baik dalam menciptakan laba yang akan berdampak pada pertumbuhan laba.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana dan Djunaedi (2023) dan Rahayu (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan laba. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Petra *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan laba.

Pengaruh *Current Ratio* terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Widyawati (2021), semakin besar *current ratio* dalam perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan semakin tinggi. Karena *current ratio* yang mampu dipenuhi kewajibannya menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang baik dalam kegiatan operasional sehingga dapat memengaruhi pada peningkatan nilai perusahaan, sehingga banyak investor menjadi tertarik untuk berinvestasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, ketika mengalami kenaikan rata-rata CR pada tahun 2018 dan 2020, rata-rata nilai perusahaan sebaliknya mengalami penurunan pada tahun 2018 dan 2020 tersebut. Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh positif antara CR dan nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa likuiditas yang tinggi merupakan sinyal negatif bagi calon investor. Investor dan calon investor akan menilai perusahaan tidak mempunyai kemampuan untuk memutar modal kerja dengan baik, akibatnya akan terdapat banyak dana yang menganggur sehingga kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan juga rendah. Kondisi ini akan menurunkan minat investor untuk berinvestasi yang kemudian menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutapea *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *current ratio* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian Sulistiana dan Pranjoto (2022), dan Likha dan Fitria (2019) yang menyatakan bahwa *current ratio* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan Tsaniatuzaima dan Maryanti (2022), dan Wahid *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa *current ratio* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Putri (2017) menyatakan bahwa CSR sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan yang berdampak terhadap nilai perusahaan di mata investor, sehingga CSR dapat menjadi salah satu upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Keberlanjutan dan kesuksesan sebuah organisasi bergantung pada kemampuan sebuah organisasi menyeimbangkan kepentingan dari berbagai pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan ekonomi dan non ekonomi, yaitu melalui penerapan CSR. Dimana penerapan CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, yang akan meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, baik mengalami kenaikan rata-rata CSR pada tahun 2019 dan penurunan pada tahun 2020, rata-rata nilai perusahaan tetap mengalami penurunan pada tahun 2019 dan 2020 tersebut. Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara CSR dan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena penerapan CSR masih baru dan kurang diperhatikan oleh para investor dan calon investor. Beberapa penerapan CSR masih dinilai sebagai nilai pemasaran semata. Sehingga belum banyak investor yang memperhatikan nilai dan penerapan CSR sebuah perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dan Linda (2023) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Khofifah *et al.* (2022), Puspitasari dan Ermayanti (2019), dan Rahmantari *et al.* (2019) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sebagai Determinan Pertumbuhan Laba dan Nilai Perusahaan: Studi Perusahaan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia (Suyono, William Hamdani Benjo, Luciana Fransisca, Andi, dan Novita Yulia Putri)

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Sudarno *et al.* (2022), ukuran perusahaan dapat diukur salah satunya melalui total aset perusahaan. Perusahaan dengan total aset yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan, saat ini arus kas perusahaan positif, dan prospeknya bagus dalam periode yang relatif stabil, dan lebih menguntungkan daripada perusahaan dengan total aktiva rendah sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, baik mengalami kenaikan rata-rata ukuran perusahaan pada tahun 2021 dan 2022, sedangkan rata-rata nilai perusahaan mengalami penurunan pada tahun 2021 dan mengalami kenaikan pada tahun 2022.

Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena ukuran perusahaan tidak menjadi faktor utama dalam pertimbangan investor sebelum berinvestasi. Karena ukuran perusahaan belum dapat menjamin bahwa dengan jumlah aset yang besar maka kemakmuran dari pemegang saham akan meningkat, karena jumlah aset yang besar juga tidak dapat menjamin keuntungan maksimal yang diharapkan oleh investor.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Khofifah *et al.* (2022), Sulistiana dan Pranjoto (2022), dan Wahid *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hargiansyah (2015) pertumbuhan laba merupakan persentasi kenaikan laba yang diperoleh perusahaan. Pertumbuhan laba yang baik mengisyaratkan bahwa perusahaan mempunyai kondisi yang baik, yang dapat meningkatkan harga saham, oleh karena itu pertumbuhan laba dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam periode 2017-2022. Seperti halnya pada analisis deskriptif, baik mengalami kenaikan rata-rata pertumbuhan laba pada tahun 2020 dan penurunan pada tahun 2021, nilai perusahaan tetap mengalami penurunan pada tahun 2020 dan 2021. Begitu pula dengan hasil uji t yang menunjukkan hasil bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara pertumbuhan laba dan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena pertumbuhan laba yang baik saja tidak cukup untuk dijadikan patokan oleh para investor dalam menanamkan modal mereka. Terdapat banyak faktor lagi yang akan menentukan keputusan berinvestasi mereka, salah satunya kualitas laba dan kemampuan manajerial perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Likha dan Fitria (2019) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun bertentangan dengan hasil penelitian penelitian oleh Fahira (2021) yang menyatakan bahwa pertumbuhan laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Current Ratio*, *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba dan Nilai Perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode penelitian 2017 hingga 2022. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Variabel *Current Ratio* (CR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba; (2) Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba; (3) Variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Pertumbuhan Laba; (4) Variabel *Current Ratio* (CR) berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan; (5) Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan; (6) Variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan; (7) Variabel Pertumbuhan Laba tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, bagi peneliti selanjutnya yang akan menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan referensi maupun bagi para praktisi yang akan menggunakan hasil penelitian ini sebagai dasar pengambilan keputusan, diharapkan memerhatikan beberapa keterbatasan pada penelitian ini, antara lain: (1) Penelitian ini awalnya menggunakan pengujian SPSS, tetapi hasil pengujian menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Sehingga, peneliti melanjutkan pengujian menggunakan SmartPLS; (2) Hasil Pengujian R^2 *Adjusted* bernilai negatif, yang berarti bahwa kemampuan variabel eksogen dalam menjelaskan variasi variabel endogen sangat terbatas; (3) Penelitian ini menunjukkan bahwa CR, CSR, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan, hanya CR yang memiliki pengaruh, yaitu negatif terhadap nilai perusahaan; (4) Penelitian ini menggunakan data perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2022, tetapi dengan adanya beberapa perusahaan

yang memiliki data perusahaan yang kurang lengkap dan sesuai, sehingga peneliti harus mengurangi sampel pada penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka adapun beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti dan diharapkan dapat berguna bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut: (1) Bagi perusahaan, tidak perlu terlalu fokus dalam meningkatkan *current ratio*, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan untuk mendorong pertumbuhan laba dan meningkatkan nilai perusahaan. Karena variabel tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan; (2) Bagi akademis yang ingin melakukan penelitian terhadap sub sektor makanan dan minuman untuk mempertimbangkan penggunaan variabel lain yang dapat memberikan pengaruh terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan. Seperti rasio profitabilitas dan *Debt to Asset Ratio* (DER) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan; (3) Bagi investor, tidak perlu memerhatikan CR, CSR, dan ukuran perusahaan sebagai faktor pembanding dalam keputusan berinvestasi. Karena tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba dan nilai perusahaan.

DAFTAR RUJUKAN

- Anthoni, L., & Yusuf. (2022). *Moderasi Manajemen Laba pada Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan*. *Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 3(1), 52–62. <https://doi.org/10.55122/jabisi.v3i1.417>
- Diyanti, N., & Anwar, M. (2021). *Pengaruh Likuiditas terhadap Pertumbuhan Laba dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Consumer Goods Industry yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1286–1297.
- Fahira, D. (2021). *Pengaruh Pertumbuhan Laba dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perdagangan Eceran yang Terdaftar di BEI*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25* (Vol. 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hargiansyah, R. F. (2015). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. *Artikel Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 6–10.
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)*. *Jurnal Bisnis*, 3(1), 17–25.
- Likha, M., & Fitria, A. (2019). *Pengaruh Pertumbuhan Laba, Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Corporate Social Responsibility*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(5), 1–19.
- Manossoh, H. (2016). *Good Corporate Governance untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Keuangan*. PT. Norlive Kharisma Indonesia.
- Maryam, S. (2014). *Analisis Pengaruh Firm Size, Growth, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. *Skripsi*. Makassar: Universitas Hasanudin.
- Murhadi, W. R. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Salemba Empat.
- Petra, B. A., Apriyanti, N., Agusti, A., Nesvianti, & Yulia, Y. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Current Ratio dan Perputaran Persediaan terhadap Pertumbuhan Laba*. *Jurnal Online Insan Akuntan*, 5(Desember), 197–214.
- Pradipta, D. H., & Supriyadi. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak*. *Simposium Nasional Akuntansi XVIII*.
- Puspitasari, E., & Ermayanti, D. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018)*. 29–40. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46>
- Putri, V. A. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Komponen Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi kasus pada perusahaan barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2013-2015)*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 1689–1699.
- Rahayu, P. D. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pertumbuhan Laba*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(6), 1–18.
- Rahmantari, N. L. L., Sitiari, N. W., & Dharmanegara, I. B. A. (2019). *Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange*. *Jurnal Internasional Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 6(2), 121–129. <https://doi.org/10.22225/jj.6.2.1352.121-129>
- Ramadhan, A. R., & Linda, R. (2023). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Dewan Komisaris Independen, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2021 yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia*. *Embistek*, 2(2), 175–187. <https://embistek.org/jurnal/index.php/embistek>

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan sebagai Determinan Pertumbuhan Laba dan Nilai Perusahaan: Studi Perusahaan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia (Suyono, William Hamdani Benjo, Luciana Fransisca, Andi, dan Novita Yulia Putri)

- Rosdwianti, M. K., Dzulkriom AR, Moch., & Zahroh Z.A. (2016). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2014)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 38(2), 16–20.
- Sari, A. (2023). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia Periode 2019- 2021)*. www.idx.co.id
- Sari, N. M. W., Sukadana, I. W., & Widnyana, I. W. (2021). *Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. *Jurnal Emas*, 2(1), 201–217.
- Sihombing, M. J. T., Nasution, S., & Nainggolan, S. (2018). *Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Return Harga Saham Dengan Harga Saham Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. *Journal of Information Technology and Accounting*. I(1), 1-16.
- Sudarno, Renaldo, N., Hutauruk, M. B., Junaedi, A. T., & Suyono. (2022). *Teori Penelitian Keuangan* (Andi, Ed.; 1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi. www.penerbitlitnus.co.id
- Sulistiana, E., & Pranjoto, R. G. H. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas, Aktivitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020*. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 2(1), 17–25.
- Suwardjono. (2018). *Teori Akuntansi, Perekayasaan Pelaporan Keuangan*. BPFE.
- Thoha, M. N. F., & Hairunnisa, L. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Likuiditas dan Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020*. *Jurnal Sosial Dan Manajemen*, 3(4), 94–104. <http://www.ijosmas.org>94
- Tsaniatuzaima, Q., & Maryanti, E. (2022). *Pengaruh CR, ROA, DER terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi*. *Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2253–2265. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.880>
- Wahid, R. R., Ambarwati, S. D. A., & Satmoko, A. (2022). *THE EFFECT OF CURRENT RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO, FIRM SIZE, AND NET PROFIT MARGIN ON COMPANY VALUE (Study on Fast Moving Consumer Goods Company (FMCG) In 2016-2020)*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 1–13. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Widiasmara, A., Kusherawati, A., Cahyaningati, R., & Paramita, R. W. D. (2022). *The Effect of Current Ratio, Debt to Equity Ratio, Return On Assets, and Net Profit Margin on Profit Growth*. *Jurnal Internasional Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(1), 8–15. <https://doi.org/10.30741/assets.v6i1.831>
- Widyawati, C. E. (2021). *Pengaruh Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG sebagai Variabel Moderasi Pada Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019*. *Doctoral Dissertation Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 1–13.
- Yuliana, M. V., & Djunaedi, M. K. D. (2023). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas terhadap Pertumbuhan Laba*. *Kalbisiana*, 9(1), 23–34.