

Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Kepemilikan Manejerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi

Maria Reviyona Tos¹, Eka Kusuma Dewi ²
Universitas Pamulang, Indonesia
E-mail: revitos509@gmail.com¹, dosen00955@gmail.com²

Article History:

Received: 26 November 2025

Revised: 02 Januari 2026

Accepted: 19 Januari 2026

Keywords:

Kinerja
Keuangan, Kepemilikan
Manejerial, Ukuran
Perusahaan, Nilai Perusahaan,
*Corporate Social
Responsibility*.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kinerja keuangan, struktur kepemilikan manejerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan dengan menganalisis laporan keuangan perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020 – 2024. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel yang didapat sebanyak 10 perusahaan dari total 95 perusahaan pada sektor makanan dan minuman. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan dari setiap perusahaan yang telah dijadikan sampel penelitian ini. Analisa hasil penelitian menggunakan bantuan perangkat lunak Eviews 12. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model yang terbaik adalah Fixed Effect Model (FEM). Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa kinerja keuangan, struktur kepemilikan manejerial dan ukuran perusahaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, dan struktur kepemilikan manejerial secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, serta ukuran berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan, sementara itu, corporate social responsibility tidak mampu memoderasi pengaruh struktur kepemilikan manejerial terhadap nilai perusahaan, serta corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Ekonomi digital didorong oleh pesatnya pertumbuhan ekonomi, pembangunan infrastruktur, dan perkembangan teknologi informasi global, yang menciptakan persaingan pasar domestik dan internasional yang semakin ketat. Kondisi ini memaksa perusahaan untuk senantiasa meningkatkan daya saing, melakukan inovasi, dan merumuskan strategi bisnis agar dapat bertahan dan menghindari kebangkrutan. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus fokus penuh pada operasional, finansial, dan shareholder demi mencapai keunggulan kompetitif. Bagi pemegang saham, nilai perusahaan merupakan aspek penting yang harus dipertimbangkan dalam investasi di pasar bursa, sebab hal tersebut secara langsung mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham (Gulo & Arita 2021).

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai ukuran ekonomi yang mencerminkan nilai pasar dari sebuah bisnis, yang diukur melalui fluktuasi harga saham di pasar sekunder. Hal ini menunjukkan keyakinan masyarakat terhadap suatu perusahaan; semakin baik nilai saham, semakin tinggi kepercayaan investor, yang bersedia membayar lebih untuk saham tersebut (Silaban Pryanti dkk., 2020). Nilai perusahaan diartikan sebagai pencapaian yang mencerminkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan (Nasution, Maksum, dan Rujiman, 2020). Semakin tinggi nilai dan kepercayaan, semakin besar minat investor untuk berinvestasi. Nilai ini tercermin dari tinggi atau rendahnya harga saham di pasar modal (Fahmi, 2015). Selain itu, perusahaan harus secara aktif memberikan nilai untuk menarik dan mempertahankan pelanggan (Mayangsari, 2018).

PT Garudafood Tbk (GOOD), industri makanan dan minuman dengan merek ikonik, melaporkan penurunan laba bersih 8,11% (menjadi Rp 213,61 miliar) pada semester I 2022. Penurunan ini dipicu oleh lonjakan harga bahan baku dan biaya transportasi ekstrem akibat krisis global. Namun, perusahaan menunjukkan ketahanan kuat dengan mencatat kenaikan penjualan signifikan 23,8% (mencapai Rp 5,1 triliun), didorong oleh pemulihan domestik, dengan segmen makanan sebagai kontributor utama. Untuk mengatasi tekanan biaya, Garudafood mengambil langkah strategis: menaikkan harga jual, mengamankan pasokan bahan baku jangka panjang, dan digitalisasi logistik. Kondisi keuangan perusahaan tetap stabil dan kokoh, menunjukkan kemampuan adaptasi dan fokus pada peningkatan volume penjualan di tengah ketidakpastian (Teti, 2022).

Kinerja keuangan didefinisikan sebagai evaluasi dan analisis keuangan perusahaan yang meliputi pengukuran, interpretasi, dan penilaian hasil keuangan dalam periode tertentu (Supriyadi et al., 2025).

Kepemilikan manajerial adalah proporsi saham yang dimiliki oleh manajemen dan direktur suatu perusahaan. Menurut (Suminar and Luh Nadi, 2020), kepemilikan manajerial mencakup total kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham yang dikelola.

Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai upaya untuk menilai perusahaan berdasarkan jumlah aset, jumlah penjualan, dan nilai pasar saham, sebagaimana dijelaskan oleh Hery (2017) dalam Nuraini & Nugroho, (2021) Ukuran perusahaan diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, karena investor cenderung lebih tertarik untuk membeli saham perusahaan yang lebih besar.

Corporate Sosial Responsibility adalah bentuk kepedulian dan tanggung jawab perusahaan, memberikan kontribusi bagi masyarakat umum dalam rangka memperbaiki kesenjangan social dan kerusakan lingkungan akibat aktivitas operasional Perusahaan (Fajri Deep et,al 2023). Corporate Social Responsibility merupakan komitmen pembangunan yang berkelanjutan serta didukung dengan cara kerja sama antara karyawan dan keluarga, perwakilan mereka, komunitas,

dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup, pertumbuhan ekonomi, dan untuk pengembangan.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung kinerja keuangan, struktur kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. Menurut penelitian Hasanah et al. (2025) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang diprosikan oleh Return on Assets (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang didasarkan pada logika bahwa tingginya ROA mencerminkan efisiensi aset dan profit margin yang baik, sehingga meningkatkan kepercayaan pihak luar dan nilai perusahaan. Menurut penelitian Pratiwa dan Widyawati, (2020) memberikan hasil bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian (Silalahi et al., 2022), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian Hasanah et al., (2023) menyatakan bahwa CSR dapat memperkuat hubungan antara Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. Menurut penelitian Widyaningsih (2020) CSR sebagai variabel moderasi terbukti mampu memperkuat hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan tersebut. Menurut penelitian Fadhilah, (2021) menunjukkan bahwa CSR berperan dalam memoderasi hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kasus pada kasus PT GarudaFood Putra Putri Jaya Tbk yang mengalami penurunan laba, yang selanjutnya berimplikasi pada merosotnya nilai korporasi. Melalui analisis kasus konkret, penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai sejauh mana fenomena atau praktik yang melatarbelakangi penurunan tersebut terjadi.

LANDASAN TEORI

Teori sinyal dikemukakan pertama kali oleh Michael Spence pada tahun 1973. Menurut teorinya, pemilik informasi berusaha menyampaikan informasi mengenai kondisi perusahaan yang dapat dipergunakan oleh penerima sinyal. Teori sinyal berkaitan dengan adanya ketidaksamaan informasi antara pihak manajemen dengan pihak-pihak berkepentingan atas informasi tersebut.

Hubungan Teori sinyal Dengan Kinerja keuangan, ukuran perusahaan, dan tanggung jawab sosial (CSR) berperan sebagai sinyal positif bagi investor menurut teori sinyal. Kinerja keuangan yang tercermin dari tingginya Return on Asset (ROA) menandakan pengelolaan perusahaan yang baik, sehingga menarik minat investasi dan mendorong kenaikan harga saham (Susanto & Suryono, 2020). Sementara itu, ukuran perusahaan yang besar yang ditunjukkan oleh total aset menggambarkan stabilitas, kedewasaan, dan prospek jangka panjang, yang juga menjadi pertimbangan penting bagi investor (Setiyadi, 2021). Selain itu, pengungkapan CSR yang menunjukkan komitmen perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan berfungsi sebagai sinyal kredibel untuk membangun reputasi dan kepercayaan. Secara keseluruhan, sinyal ini meningkatkan keyakinan investor, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Aprilia dkk, 2021).

Teori keagenan dari Jensen dan Meckling (1976) dalam Sunarsih (2021) mendefinisikan Teori Agensi merupakan teori yang digunakan oleh perusahaan dalam melihat hubungan manajemen dan pemilik modal terhadap proses menjalankan bisnisnya. Hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (principal) mempekerjakan orang lain (agent) untuk memberikan suatu jasa yang kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Berisi landasan teori yang dipakai pada penelitian ini.

Teori keagenan menggambarkan hubungan konflik antara pemilik perusahaan (*prinsipal*) dan manajer (*agen*) yang dikelola, di mana manajer dapat bertindak untuk kepentingan diri sendiri kepentingan pemilik. ketika manajer memiliki saham perusahaan menjadi salah satu solusi untuk menyelaraskan kepentingan kedua belah pihak. Dengan memiliki saham, manajer tidak hanya berperan sebagai *agen* tetapi juga sebagai *prinsipal*, sehingga kesuksesan perusahaan yang meningkatkan nilai saham akan langsung meningkatkan kekayaan mereka sendiri. Hal ini mendorong pengambilan keputusan yang berorientasi pada pertumbuhan jangka panjang dan mengurangi biaya pengawasan agency cost (Shanti & Kusumawardhan, 2024).

Nilai Perusahaan

Menurut Rahma, M. (2023) nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Ini merupakan alat ukur investor terhadap kemakmuran dan keberhasilan perusahaan, dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti turut meningkatkan kemakmuran dan keberhasilan perusahaan. Nilai perusahaan adalah faktor utama yang digunakan untuk menarik para investor menanamkan sahamnya, karena sebelum menanamkan sahamnya, para investor akan menganalisa terlebih dahulu perusahaan-perusahaan yang mampu memberikan return yang tinggi. Menurut “Noerirawan (2012) dalam Anggraini, A. at al., (2021) menyatakan nilai Perusahaan adalah kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini”

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan ukuran keberhasilan atau kegagalan atas pelaksanaan fungsi-fungsi keuangan dan hal ini sangat penting, baik bagi investor maupun bagi perusahaan yang bersangkutan. (Wiryawati, K et al., 2023). Kinerja keuangan sebagai salah satu faktor yang menunjukkan efektivitas dan efisiensi suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Efektivitas dapat diartikan bahwa manajemen memiliki kemampuan dalam memilih tujuan atau suatu alat yang tepat untuk mencapai tujuan yang ditentukan. (Novius et al., 2023) Untuk mengetahui kinerja yang dicapai maka dilakukan pengukuran kinerja. kinerja yang umum dilakukan yaitu ukuran kinerja keuangan. kinerja keuangan perusahaan ditunjukkan oleh laporan keuangannya. Kinerja perusahaan dapat diukur dari laporan keuangan yang dikeluarkan secara periodik yang memberikan suatu gambaran tentang posisi keuangan perusahaan.

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Struktur Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial (Managerial Ownership) merujuk pada proporsi saham yang dimiliki oleh manajemen perusahaan seperti direksi dan komisaris. Hal ini membuat pihak manajemen untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan (Roos & Manalu, 2019). Ketika adanya kepemilikan saham oleh manajemen maka akan ikut bertanggung jawab atas setiap keputusan yang diambil. Dengan demikian, perusahaan akan terdorong untuk

meningkatkan kinerja agar nilai perusahaan semakin tinggi (Anggraeni, A. 2024).

$$KMJ = \frac{\% \text{ Kepemilikan Saham Menejer}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dikelompokkan berdasarkan besar kecilnya perusahaan, dan dapat menggambarkan kegiatan operasional perusahaan dan pendapatan yang diperoleh perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain (Haryati, I.,2022).

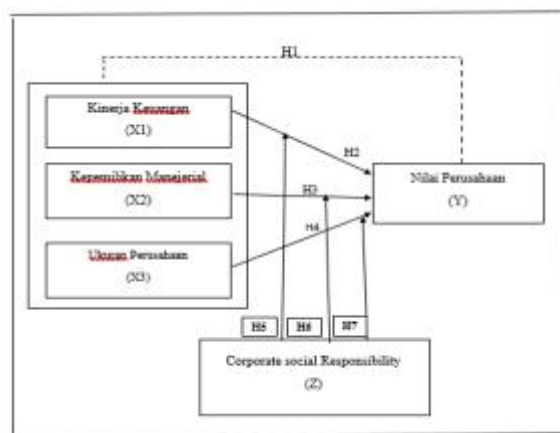
$$\text{Size} = \text{Ln (Total Aset)}$$

Corporate Social Responsibility

Menurut Rizki dkk., (2019) CSR merupakan komitmen yang berkelanjutan berdasarkan perilaku bisnis yang beretika dalam bentuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi dengan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat pada umumnya. Sedangkan pengungkapan (*disclousure*) adalah penyediaan sejumlah informasi yang diperlukan untuk berfungsinya pasar modal yang efisien secara optimal (Putra, W. E. 2022). *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sorotan untuk menarik perhatian masyarakat sekitar di mana seseorang akan cenderung merasa bangga jika suatu perusahaan juga peduli terhadap lingkungan disekitarnya, perusahaan tersebut dianggap sama-sama memperhatikan aspek sosial dan lingkungannya (Afifah et al., 2021).

$$CSR_i = \frac{\sum xy_i}{ni}$$

Kerangka Berpikir



Keterangan :

- Nilai perusahaan : Variabel dependen (Y)

- Kinerja keuangan : Variabel independen (X1)
- Struktur kepemilikan manajerial : Variabel independen (X2)
- Ukuran perusahaan : Variabel independen (X3)
- *Corporate social responsibility*: Variabel moderasi (Z)

METODE PENELITIAN

Metode pada penelitian ini adalah kuantitatif, dengan jenis data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan atau tahunan. Penelitian ini memfokuskan populasinya pada perusahaan sektor energy yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2020-2024. Pemilihan sampel menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria berikut:

1. Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2020- 2024.
2. Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan keuangan secara berturut-turut dan lengkap pada periode 2020-2024.
3. Perusahaan makanan dan minuman yang menggunakan mata uang rupiah dalam pengungkapan laporan keuangan periode tahun 2020-2024.
4. Perusahaan makanan dan minuman yang memiliki laba karena mengikuti proksi pada kinerja keuangan perusahaan selama periode 2020-2024.
5. Perusahaan makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan kepemilikan manajerial yang lengkap selama periode 2020-2024.
6. Perusahaan makanan dan minuman yang menerbitkan sustainability report secara berturut-turut selama periode 2020-2024.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel. 1 Descriptive Statistics

	NP Y	KK X1	KMJ X2	UP X3	CSR Z
Mean	1.042923	0.219698	0.092052	33.11151	0.460440
Median	0.697821	0.081239	0.011809	33.57117	0.500000
Maximum	3.947083	6.483209	0.487516	37.93089	0.637363
Minimum	0.032414	0.025250	0.000157	28.33270	0.197802
Std. Dev.	1.011277	0.904962	0.136593	3.088407	0.139872
Skewness	1.508641	6.831416	1.587516	-0.014905	-0.384305
Kurtosis	4.760437	47.78962	4.449780	1.513671	1.590696
Jarque-Bera	25.42319	4568.298	25.38060	4.604299	5.368543
Probability	0.000003	0.000000	0.000003	0.100044	0.068271
Sum	52.14617	10.98490	4.602617	1655.575	23.02198
Sum Sq. Dev.	50.11141	40.12888	0.914231	467.3746	0.958640
Observations	50	50	50	50	50

Diketahui nilai rata-rata dari variabel dependen Y (nilai perusahaan) sebesar 1.042923 dan standar deviasi sebesar 1.011277. Nilai tertinggi (maximum) 3.947083 dari PT. Siantar Top Tbk yang terdapat pada tahun 2023 sedangkan nilai terendah (minimum) sebesar 0.032414 PT. sekar laut Tbk (SKLT) terdapat pada tahun 2021. Kondisi ini menggambarkan bahwa nilai rata-

rata lebih tinggi dibandingkan simpang baku (standar deviasi) yakni $1.042923 > 1.011277$ artinya variabel memiliki variasi data yang rendah. Keadaan tersebut mengidentifikasikan hasil datanya baik, oleh karena itu hasil data menunjukkan normal dan tidak mengakibatkan data bias, sehingga dapat dikatakan bahwa data bersifat seragam (homogen).

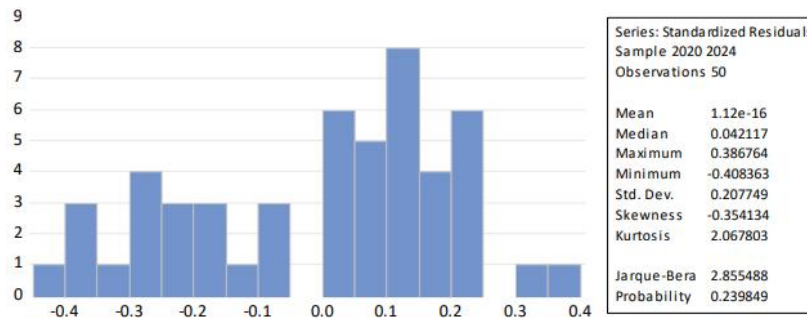
Diketahui nilai rata-rata variabel independen X1 (Kinerja keuangan) sebesar 0.219698 standar deviasi sebesar 0.904962. Nilai tertinggi (maximum) 6.483209 dari PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) yang terdapat pada tahun 2024, sedangkan nilai terendah (minimum) 0.025250 dari PT. Tunas Baru Lampung Tbk (TBLA) terdapat pada tahun 2024. keadaan tersebut memperlihatkan variasi bahwa nilai mean lebih rendah dari pada nilai simpang baku(standar deviasi) yakni $0.219698 < 0.904962$ artinya variabel kinerja keuangan memiliki variasi data yang tinggi. Oleh karena itu datanya kurang baik atau data bias.

Diketahui nilai rata-rata (mean) dari variabel independen X2 (Stuktur kepemilikan manejerial) sebesar 0.092052 dan standar deviasi sebesar 0.136593. Nilai tertinggi (maximum) sebesar 0.487516 pada PT. Ultrajaya Milk Industry & Trad UL TJ yang terdapat pada tahun 2022, sedangkan nilai terendah (minimum) 0,000157 dari PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) tahun 2020 -2024. Keadaan tersebut memperlihatkan bahwa nilai mean sebesar 0.092052 lebih rendah dari pada nilai simpang baku (standar deviasi) yakni 0.136593 artinya variabel kepemilikan manejerial memiliki variasi data yang tinggi. Oleh karena itu datanya kurang baik atau data bias.

Dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) dari variabel independen X3 (Ukuran perusahaan) sebesar 33.11151 dan standar deviasi sebesar 3.088407, nilai tertinggi (maximum) 37.93089 dari PT. Mayora Indah Tbk (MYOR) yang terdapat pada tahun 2024. Sedangkan nilai terendah (minimum) 28.33270 yang terdapat pada PT. BISI International Tbk (BISI) pada tahun 2020. Keadaan tersebut memperlihatkan bahwa nilai mean lebih tinggi dari pada nilai simpang baku (standar deviasi) yakni $33.11151 > 3.088407$ artinya variabel ukuran perusahaan memiliki variasi data yang rendah. Keadaan tersebut mengidentifikasikan hasil datanya baik, oleh karena itu hasil data menunjukkan normal dan tidak mengakibatkan data bias, sehingga data dianggap seragam atau homogen

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak.



Gambar 4. hasil uji normalitas dengan nilai *probability* menjadi 0,239849, yang berarti lebih besar dari signifikansi 0,05, hal ini mengindikasikan bahwa distribusi data sudah normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan sebagai alat untuk mendeteksi korelasi antar

variabel independen di dalam model. Hasil pengujian ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolonieritas

	KK_X1	KMJ_X2	UP_X3
KK_X1	1.000000	-0.080532	-0.218544
KMJ_X2	-0.080532	1.000000	-0.042929
UP_X3	-0.218544	-0.042929	1.000000

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada table 2 diatas menunjukan bahwa dari semua korelasi antar variabel independent tidak ada yang memiliki nilai lebih dari 0.90, sehingga dapat di simpulkan bahwa model regresi ini tidak terdapat korelasi antar variabel independen karena nilainya tidak melebihi 0.90.

3. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengidentifikasi adanya perbedaan varian residual pada setiap pengamatan dalam model. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji white, sebagaimana ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser			
Null hypothesis: Homoskedasticity			
F-statistic	2.066657	Prob. F(4,5)	0.2230
Obs*R-squared	6.231145	Prob. Chi-Square(4)	0.1825
Scaled explained SS	2.959739	Prob. Chi-Square(4)	0.5646

Hasil pengujian menunjukkan nilai probability Chi-Square pada Obs*R-squared sebesar 0,2814, yang berarti lebih besar dari signifikansi 0,05, hal ini berarti tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Autokorelasi dideteksi dengan pendekatan *Durbin-Watson*, yang hasilnya disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.954651	Mean dependent var	1.042923
Adjusted R-squared	0.938276	S.D. dependent var	1.011277
S.E. of regression	0.251246	Akaike info criterion	0.306727
Sum squared resid	2.272483	Schwarz criterion	0.842094
Log likelihood	6.331823	Hannan-Quinn criter.	0.510598
F-statistic	58.29616	Durbin-Watson stat	1.563272
Prob(F-statistic)	0.000000		

Uji autokorelasi adalah uji yang dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidak autokorelasi dalam model. Menurut Sugiyona (2012:184) menyatakan metode untuk mendeteksi autokorelasi antara lain metode grafik, *durbin-watson*, *run* dan *lagrange multiplier* Jika nilai prob. *Chi square* > 0,05 maka tidak terjadi autokorelasi atau Nilai DW 1,55-2,46 artinya tanpa ada autokorelasi Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel 4. menunjukkan nilai *DurbinWatson Statistik* sebesar 1.563272 dimana nilai statistik ini lebih dari 1,55 dan kurang dari 2 atau $-2 < 1.563272 < 2$. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa data yang digunakan oleh penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Data Panel

Tabel 5. Hasil Analisis Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-58.40136	9.349968	-6.246156	0.0000
KK X1	-11.95724	4.648935	-2.572038	0.0147
KMJ X2	3.688346	2.356998	1.564849	0.1269
UP X3	1.825366	0.288414	6.328989	0.0000

Berdasarkan tabel 5 merupakan hasil analisis regresi berganda, sehingga diperoleh persamaan linear berganda dalam penelitian, yaitu: $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$

NP = -58.4013622601 -11.9572363794*X1 +3.68834643771*X2 + 1.82536633669*X3 + e

1. Berdasarkan tabel 5 nilai konstanta memiliki hasil perolehan -58.40136 yang artinya ketika seluruh variabel independen dianggap 0, maka yang terjadi nilai pada variabel dependen nilai perusahaan adalah turun sebesar -58.40136.
2. Koefisien regresi yang terjadi pada variabel kinerja keuangan (X1) diperoleh hasil -11.95724 dengan koefisien berarah positif. Hal tersebut mengartikan bahwa ketika variabel kinerja keuangan (X1) meningkatkan satu-kesatuan, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan -11.95724 dengan asumsi yang lain konstan.
3. Koefisien regresi yang terjadi pada variabel struktur kepemilikan manajerial (X2) diperoleh hasil 3.688346 dengan koefisien berarah positif. Hal tersebut mengartikan ketika variabel struktur kepemilikan manajerial (X2) meningkatkan satu-kesatuan, maka nilai perusahaan mengalami kenaikan 3.688346 dengan asumsi yang lain konstan.
4. Koefisien regresi yang terjadi pada variabel ukuran perusahaan (X3) diperoleh hasil 1.825366 dengan koefisien berarah positif. Hal tersebut mengartikan ketika variabel ukuran perusahaan (X3) meningkatkan satu-kesatuan, maka nilai perusahaan mengalami kenaikan 1.825366 dengan asumsi yang lain konstan.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R²)

R-squared	0.954651	Mean dependent var	1.042923
Adjusted R-squared	0.938276	S.D. dependent var	1.011277
S.E. of regression	0.251246	Akaike info criterion	0.306727
Sum squared resid	2.272483	Schwarz criterion	0.842094
Log likelihood	6.331823	Hannan-Quinn criter.	0.510598
F-statistic	58.29616	Durbin-Watson stat	1.563272
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan tabel 6 memperoleh nilai Adjusted R-Squared sebesar 0.938276, hal tersebut menunjukkan bahwa persentase pengaruh dari variabel independen yaitu kinerja keuangan, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 93% dan sisanya sebesar 7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur dalam model penelitian ini.

3. Uji Silmutan (F)

Tabel 7. Hasil Uji F

R-squared	0.954651	Mean dependent var	1.042923
Adjusted R-squared	0.938276	S.D. dependent var	1.011277
S.E. of regression	0.251246	Akaike info criterion	0.306727
Sum squared resid	2.272483	Schwarz criterion	0.842094
Log likelihood	6.331823	Hannan-Quinn criter.	0.510598
F-statistic	58.29616	Durbin-Watson stat	1.563272
Prob(F-statistic)	0.000000		

Uji F ini dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Penarikan kesimpulan ini dilakukan apabila signifikan $\alpha > 0,05$ maka semua variabel independen tidak terhubung signifikan dengan perubahan variabel dependen dan sebaliknya. Berdasarkan penjelasan uji F, peneliti memiliki nilai koefisien sebesar 58.29616 dan prob 0.0000 < 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8 Uji T

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-58.40136	9.349968	-6.246156	0.0000
KK X1	-11.95724	4.648935	-2.572038	0.0147
KMJ X2	3.688346	2.356998	1.564849	0.1269
UP X3	1.825366	0.288414	6.328989	0.0000

Uji t dilakukan untuk menguji kebenaran apakah variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan dengan variabel dependen. Jika nilai dari tabel 8 menunjukan signifikansi < 0,05, maka hipotesis diterima (berpengaruh).

1. Kinerja keuangan terhadap Nilai perusahaan. Variabel kinerja keuangan menunjukan koefisien alpha 5% nilai t-statistic = -2.572038 dan prob 0.0147 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kinerja keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (alpha 0,05) pada perusahaan makan dan minuman periode 2020-2024.
2. Struktur kepemilikan manajerial terhadap Nilai perusahaan . Variabel struktur kepemilikan manajerial menunjukan koefisien alpha 5% nilai t-statistik = 1.564849 dan prob 0.1269 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel struktur kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman periode 2020- 2024.
3. Ukuran perusahaan terhadap Nilai perusahaan. Variabel ukuran perusahaan menunjukan koefisien alpha 5% nilai t-statistik = 6.328989 dan prob 0.0000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (alpha 0,05) pada perusahaan makanan dan minuman periode 2020-2024.

5. Uji Moderasi

Tabel 9 Uji Moderated Regresion Analysis (MRA)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-58.40136	9.349968	-6.246156	0.0000
KK X1	-11.95724	4.648935	-2.572038	0.0147
KMJ X2	3.688346	2.356998	1.564849	0.1269
UP X3	1.825366	0.288414	6.328989	0.0000
KK_Z	21.83644	7.799480	2.799731	0.0084
KMJ_Z	-0.543452	2.821064	-0.192641	0.8484
UP_Z	-0.083433	0.024054	-3.468602	0.0014

Berdasarkan tabel 9 diatas mengenai pengujian persamaan regresi logistic tersebut maka diperoleh model regresi tersebut. $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta X_1_Z + \beta X_2_Z + \beta X_3_Z + e$
 $Y = -58.4013622601 - 11.9572363794 * X_1 + 3.68834643771 * X_2 + 1.82536633669 * X_3 + 21.8364433413 * X_1_Z - 0.543451547695 * X_2_Z - 0.0834334612418 * X_3_Z + e$

Hasil persamaan regresi diatas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Corporate social responsibility (CSR) memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai Perusahaan Berdasarkan tabel 9 diatas bahwa variabel moderasi memiliki nilai koefisien sebesar 21.836444 dengan nilai probability sebesar $0.0084 < 0,05$. Maka disimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.
2. Corporate social responsibility (CSR) memoderasi pengaruh struktur kepemilikan manejerial terhadap nilai perusahaan Berdasarkan tabel 9 diatas bahwa variabel moderasi memiliki nilai koefisien sebesar -0.543452 dengan nilai probabilitas sebesar 0.8484. maka disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi hubungan antara stuktur kepemilikan manejerial terhadap nilai perusahaan
3. Corporate social responsibility (CSR) memoderasi pengaruh ukuran Perusahaan terhadap nilai Perusahaan Berdasarkan tabel 9 diatas variabel moderasi memiliki nilai koefisien sebesar - 0.083433 dengan nilai probabilitas sebesar 0.0014. Maka disimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Pembahasan

Kinerja Keuangan, Struktur Kepemilikan Manejerial dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Hipotesis pertama penelitian ini adalah bahwa kinerja keuangan, struktur kepemilikan manejrial dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh hasil uji signifikansi simultan (uji F) yang menunjukkan nilai Probabilitas (F-Statistics) sebesar 0.000000, lebih kecil dari 0.05. hasilnya menunjukkan bahwa ketiga komponen tersebut memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan, sehingga hipotesis H_1 dapat diterima.

Kinerja Keuangan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada tabel 8 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji pada kinerja keuangan secara parsial berpegaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makan dan minuman yang terdaftar dibursa efek Indonesia. Hal ini didukung oleh nilai probabilitas, yaitu $0.0147 < 0.05$ dengan koefisien sebesar -11.95724. Hasil pemeriksaan menunjukan bahwa H_2 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kinerja keaungan

berpegaruh signifikan secara negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan cukup kuat untuk mempegaruhi nilai perusahaan.

Hal ini didukung dengan teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan dengan nilai return on asset (ROA) yang tinggi akan menjadi sinyal baik untuk investor karena hal itu mencerminkan kinerja keuangan perusahaan dalam kondisi baik. Sebaliknya nilai ROA rendah akan menjadi sinyal negatif untuk investor. Hal itu mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang dimana investor tentu akan tertarik melakukan investasi pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik. Karena kinerja keuangan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor serta meningkatkan harga saham. Hal tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan (Lillah., 2024).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Herdianti et al., (2024) tentang pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. mendapatkan hasil menunjukkan bahwa kinerja keuangan (ROA) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai Perusahaan. Hal ini muncul karena investor menafsirkan sinyal kinerja yang baik secara berbeda, yang kemudian memicu respons pasar negatif. Hal ini terjadi karena investor saat ini tidak lagi hanya mengandalkan potensi keuntungan internal perusahaan, tetapi juga sangat memperhitungkan risiko internal yang terkait dengan risiko pasar. Buktinya, tingkat pengambilan aset yang rendah relatif terhadap harga saham mengindikasikan bahwa investor tidak hanya fokus pada return aset, tetapi justru menimbang faktor risiko yang melekat sebelum berinvestasi. Oleh karena itu, kinerja keuangan yang tampak positif justru dapat memicu kekhawatiran risiko dan, pada akhirnya, menurunkan nilai perusahaan.

Peneliti menyimpulkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan pengaruh negatif kinerja keuangan yang diproksi dengan (ROA) terhadap nilai perusahaan dapat terjadi jika perusahaan mengalami kerugian, yang menunjukkan bahwa modal yang diinvestasikan belum mampu menghasilkan laba dari keseluruhan asetnya. Namun, secara umum, ROA yang lebih tinggi dianggap sebagai sinyal positif bagi investor karena menunjukkan efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimilikinya.

Struktur Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada tabel 8 dapat disimpulkan bahwa struktur kepemilikan manajerial secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini tidak didukung oleh nilai probabilitas, yaitu $0.1269 > 0.05$, dengan koefisien sebesar 3.688346. berdasarkan hasil tersebut hipotesis H_3 ditolak. Yang berarti kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hubungan teori keagenan dan kepemilikan manajerial adalah bahwa kepemilikan manajerial yang tinggi dapat mengurangi masalah keagenan, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Teori keagenan menjelaskan potensi konflik kepentingan antara pemilik (prinsipal) dan manajer (agen), namun kepemilikan saham oleh manajer akan menyelaraskan kepentingan mereka. Manajer yang juga menjadi pemilik cenderung mengambil keputusan yang lebih berhati-hati dan bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan agar keuntungan mereka sebagai pemilik juga ikut bertambah (Rahmatia & Andayani, 2016)

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Qoyyimah & Nursiam, 2025) yang berpendapat bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Return pemegang saham akan meningkat seiring dengan meningkatnya kinerja perusahaan itu

sendiri. Hasil yang berpengaruh positif ini disebabkan oleh besarnya proporsi kepemilikan manajerial di dalam perusahaan akan membuat para pemangku kepentingan (manajer) bekerja lebih optimis, agar tercapainya kepentingan pemegang saham, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori keagenan dalam teori agensi, konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat dikurangi dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Semakin besar kepemilikan manajerial, semakin besar pula dorongan bagi manajer untuk meningkatkan kinerja perusahaan demi kepentingan pemegang saham serta kepentingan pribadi mereka. Kepemilikan saham yang tinggi dapat membatasi tindakan berlebihan dari manajer dan memotivasi mereka untuk lebih aktif dalam pengelolaan perusahaan. Hal ini pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, manajer dengan kepemilikan saham rendah cenderung melakukan tindakan yang merugikan perusahaan demi keuntungan pribadi mereka.

Peneliti menyimpulkan bahwa kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, karena proporsi saham yang dimiliki manajemen perusahaan relatif rendah dan umumnya hanya sebagai pemegang saham minoritas, sehingga tidak memiliki kendali yang kuat dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan dan menyebabkan manajemen tidak meningkatkan kinerjanya seperti yang diharapkan sehingga kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) pada tabel 8 diatas dapat disimpulkan bahwa hasil uji pada ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Hal ini didukung oleh nilai probabilitas, yaitu $0.0000 < 0.05$ dengan koefisien sebesar 1.825366. Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa H_3 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan secara positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan cukup kuat untuk mempengaruhi nilai perusahaan.

Hubungan teori sinyal dengan ukuran perusahaan bahwa perusahaan besar dianggap memberikan sinyal positif kepada investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena ukuran sering dikaitkan dengan stabilitas, pertumbuhan, dan prospek yang lebih baik. Teori sinyal menjelaskan bahwa manajemen perusahaan menggunakan informasi (seperti ukuran perusahaan) untuk memberi sinyal kepada pihak eksternal, yang kemudian ditafsirkan oleh investor untuk membuat keputusan investasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sujati & Suzan, (2025) dan Wilyaka, P. (2025) didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Mereka berpendapat bahwa semakin besar suatu perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hal ini karena perusahaan besar cenderung memiliki akses yang lebih mudah ke sumber pendanaan eksternal dan internal, menawarkan sinyal positif kepada investor mengenai pertumbuhan dan stabilitas, sehingga dapat menarik minat investasi yang lebih besar. Selain itu, perusahaan besar sering kali mengungkapkan lebih banyak informasi, termasuk upaya tanggung jawab sosial, yang dapat meningkatkan citra dan nilai perusahaan.

Peneliti menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar sering kali lebih menarik bagi investor dan lebih mudah mendapat pendanaan, yang dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) Memoderasi Pengaruh Kinerja keuangan terhadap

Nilai perusahaan

Berdasarkan hasil uji model regresi yang dilakukan pada tabel 9 menunjukkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2020-2024. Hal ini didukung oleh nilai probabilitas, yaitu $0.0084 < 0.05$. Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa H5 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal kinerja keuangan mencerminkan seberapa baik perusahaan dalam mengelola aset, modal dan sumber daya lainnya untuk menghasilkan laba dan pertumbuhan berkelanjutan. Ditambah dengan adanya CSR dapat memperkuat hubungan antara kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Karena CSR memiliki peran penting dalam membangun reputasi perusahaan ketika perusahaan berkomitmen untuk berkontribusi pada masyarakat dan lingkungan, hal ini menciptakan citra positif di mata konsumen dan para investor. Karena investor akan lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang tidak hanya menguntungkan tetapi juga peduli pada lingkungan dan sosialnya hal tersebut dapat memberikan reputasi yang baik pada perusahaan. Sehingga kinerja keuangan yang baik ketika didukung oleh CSR dapat secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan (Aprilia dkk, 2021).

Menurut penelitian Novianti et al.,(2023) dan Pradita, R. A ., (2019) mengenai pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi. Didapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR sebagai variabel pemoderasi dapat memperkuat pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan akan mendapat nilai yang positif dari investor karena aktivitas sosial yang dilakukan menunjukkan bahwa perusahaan peduli dengan lingkungan disekitarnya.

Peneliti menyimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. CSR dapat memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan bahkan nilai perusahaan memiliki pengaruh yang negatif terhadap nilai perusahaan. Dengan adanya CSR dapat membangun reputasi yang positif untuk perusahaan. sehingga meskipun kinerja keuangan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. CSR dapat memperkuat hubungan tersebut. Artinya, jika kinerja keuangan perusahaan kurang baik, nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan juga melakukan praktik CSR dengan baik. Hal ini terjadi karena CSR membangun reputasi positif, meningkatkan citra perusahaan, dan menarik investor yang lebih tertarik pada perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Corporate Social Responsibility (CSR) Memoderasi Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji model regresi yang dilakukan pada tabel 9 menunjukkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh struktur kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Hal ini didukung oleh nilai probabilitas, yaitu $0.8484 > 0.05$. Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa H6 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori keagenan menjelaskan bahwa CSR mampu memoderasi hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Teori keagenan menjelaskan bagaimana kepemilikan manajerial dan Corporate Social Responsibility (CSR) memengaruhi nilai

perusahaan. Kepemilikan manajerial (manajer sekaligus pemegang saham) memperkuat hubungan CSR, karena manajer yang memiliki saham cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola perusahaan dan meningkatkan reputasi melalui CSR. Hal ini mengurangi masalah keagenan, meningkatkan kepercayaan investor, dan berpotensi meningkatkan nilai perusahaan (Rahmatia & Andayani, 2016).

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian Widyaningsih,(2022) yang menyatakan bahwa CSR dapat memoderasi pengaruh struktur kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. CSR sebagai variabel moderasi terbukti mampu memperkuat hubungan tersebut. Hasil uji interaksi menunjukkan bahwa pengungkapan CSR meningkatkan efek positif kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. Artinya ketika perusahaan mengungkapkan CSR dengan baik, pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan semakin kuat. Karena CSR meningkatkan kepercayaan investor dan publik, sehingga manajer yang juga pemegang saham lebih termotivasi untuk menjaga keberlanjutan dan reputasi perusahaan.

Peneliti menyimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh struktur kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. CSR tidak dapat memoderasi hubungan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa perusahaan yang memiliki alokasi tanggung jawab sosial yang tinggi dengan kepemilikan manajerial yang rendah tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji model regresi yang dilakukan pada tabel 9 menunjukan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2024. Hal ini didukung oleh nilai probabilitas, yaitu $0.0014 > 0.05$. Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa H_7 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hubungan teori sinyal dengan CSR dalam memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan Teori sinyal menjelaskan bahwa CSR bertindak sebagai sinyal positif yang memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan yang besar dan nilai perusahaan, terutama karena perusahaan besar memiliki tanggung jawab sosial yang lebih besar dan lebih banyak tekanan untuk mengungkapkannya. CSR membantu perusahaan besar memberikan sinyal kepada investor bahwa mereka beroperasi secara etis dan bertanggung jawab, sehingga dapat meningkatkan citra dan menarik investor, yang pada gilirannya akan meningkatkan nilai perusahaan. (Setiyadi,2021).

Hal ini sejalan dengan penelitian (Pradita,2019), menyatakan bahwa CSR mampu memperkuat hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka Masyarakat akan semakin memperhatikan program sosial yang dilaksanakan sehingga semakin besar perusahaan dan perusahaan tersebut melakukan kegiatan CSR dapat menarik dan meningkatkan kepercayaan investor

Peneliti menyimpulkan bahwa CSR mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. CSR dapat memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan, karena CSR dapat berperan sebagai variabel pemoderasi yang memengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar

cenderung memiliki dampak positif pada nilai perusahaan, tetapi CSR bisa memoderasi hubungan ini dengan memperkuatnya, terutama karena perusahaan besar memiliki kapasitas lebih untuk melakukan program sosial yang konsisten dan berdampak pada citra perusahaan di mata *stakeholder*.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. kinerja keuangan, struktur kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Kinerja keuangan, berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
3. Struktur kepemilikan manajerial secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan .
5. Corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai Perusahaan
6. Corporate social responsibility tidak mampu memoderasi pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai Perusahaan.
7. Corporate social responsibility mampu memoderasi pengaruh ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346-364.
- ANGGRAENI, A. (2024). MENGEKSPLORASI PENGARUH MEDIA EXPOSURE, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN PRAKTIK ESG (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN LQ45 YANG TERCANTUM DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018- 2022) (Doctoral dissertation, Nusa Putra University)
- Aprilia, F., & Yanti, H. B. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 4(2), 1051-1058.
- Fahmi, I. (2015). Pengantar Manajemen Keuangan; Teori dan soal jawab.
- Gulo Niatman, Hasrat, and Enny Arita. 2021. "Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, Profitabilitas, Kepemilikan In." IX(1): 1–5.
- Haryati, I. (2022). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Financial Leverage, dan Reputasi Auditor terhadap Perataan Laba (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS PUTRA BANGSA).
- Herdianti, N. F., Pristiana, U., & Rahmiyati, N. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan, Firm Size, CSR, dengan Intervening Risiko Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Tekstil dan Garmen. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(3), 326-341.
- Lillah, A. I. N. (2024). *Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi* (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas).
- Mayangsari, R. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan Sektor Aneka Industri yang Listing di Bursa

- Efek Indonesia Periode 2012-2016. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 6(4).
- Novianti, E., Asmeri, R., & Silvera, D. L. (2023). Pengaruh kinerja keuangan, ukuran dan umur perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel moderasi. *EPJA*, 1(4), 345–357.
- Pradita, R. A., & Suryono, B. (2019). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 8(2).
- Putra, W. E. (2022). *Corporate Social Responsibility & Tax Avoidance (Perspektif Perusahaan Syariah)*. Penerbit Adab.
- Qoyyimah, F. D. (2025). Pengaruh Struktur Modal, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 8(2), 1028-1038.
- Rahmatia, T. L., & Andayani, A. (2016). Pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan: tanggung jawab sosial sebagai variabel moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 4(3).
- Silaban Pryanti, & Siagian Harlyn L. (2020). Pengaruh penghindaran pajak dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terlisting di beise periode 2017-2019. *Jurnal Terapan Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3 No. 2, 54–67
- Sujati, H., & Suzan, L. (2025). Pengaruh intellectual capital, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap nilai perusahaan (Studi kasus perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022). *e-Proceeding of Management*, 12(1), 131. ISSN: 2355-9357.
- Supriyadi, H., Adhani, I., & Aini, N. A. N. (2025). Analisis pengaruh earning per share (eps), price earning ratio (per), dan price book value (pbv) terhadap harga saham pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di beise tahun 2018–2023. *Accounting Research and Business Journal*, 2(2), 38-51.
- Teti, P. (2022, july 30). cnbcindonesia. Retrieved from <https://www.cnbcindonesia.com/:https://www.cnbcindonesia.com/market/20220730022119-17-359773/terdampak-perang-laba-garuda-food-turun-8-jadi-rp-21361-m>.
- Widianingsih, D. (2020). Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, komisaris independen, serta komite audit pada nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR sebagai variabel moderating dan firm size sebagai variabel kontrol. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 19(1), 38–52. <https://doi.org/10.29040/jap.v19i1.196>.
- Wilyaka, P. (2025). Pengaruh profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur sub sektor. *GA*, 4(1). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga> (eISSN: 2828-0822).