

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN
SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Desi Ratna Aminah

NIM: 31402000050

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2023

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN
SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun Oleh:

Desi Ratna Aminah

NIM: 31402000050

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI

SEMARANG

2023

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN
SEBAGAI VARIABEL KONTROL**

(Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2020-2022)

Disusun Oleh:


Desi Ratna Aminah

NIM: 31402000050

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan ke hadapan sidang panitia ujian skripsi
Program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung

Semarang, 2 Desember 2023

Pembimbing



Dr. Sri Anik, S.E., M.Si

NIK : 210493033

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN
SEBAGAI VARIABEL KONTROL

Disusun Oleh:

Desi Ratna Aminah
NIM: 31402000050

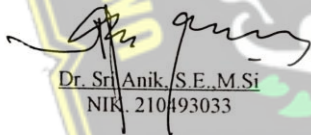
Telah dipertahankan di depan dosen penguji


Pada tanggal 7 Desember 2023

Susunan Dewan Penguji

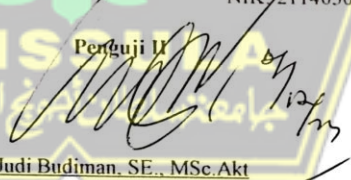
Dosen Pembimbing

Penguji I


Dr. Sri Anik, S.E., M.Si
NIK. 210493033


Rustam Hanafi, SE., MSc., Ak., CA
NIK. 211403011

Penguji II


Judi Budiman, SE., MSc. Akt
NIK. 211403015

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana
Akuntansi pada tanggal 7 Desember 2023

Ketua Program Studi Akuntansi


Provita Wijayanti, SE., M.Si., Ak., CA., IFP., AWP.
NIK. 211403012

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Desi Ratna Aminah

NIM : 31402000050

Fakultas : Ekonomi/ Akuntansi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Dengan Ini Saya Menyatakan Bahwa Skripsi Yang Berjudul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol”** adalah benar-benar hasil karya peneliti sendiri, bukan merupakan hasil plagiasi atau mengambil alih seluruh atau sebagian besar karya tulis orang lain tanpa menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari skripsi ini terbukti ditemukan pelanggaran terhadap hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 2 Desember 2023

Yang memberi pernyataan



Desi Ratna Aminah

NIM. 31402000050

PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desi Ratna Aminah

NIM : 31402000050

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* dengan judul :

"PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *PROFITABILITAS* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL KONTROL"

dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 21 Februari 2024
Yang menyatakan,

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '1000', 'METER', and 'TEMBEL'. The signature is written in black ink over the stamp.

(Desi Ratna Aminah)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

Barangsiapa menempuh jalan untuk mendapatkan ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga

(HR. Muslim)

Dan sungguh akan Kami berikan cobaan Anda, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan, harta, jiwa dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar

(QS. Al-Baqarah: 155)

Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(QS. Al Baqarah: 286)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

“Allah SWT, karena kepada-Nya kami menyembah dan kepada-Nya kami meminta pertolongan

“Keluarga kecil saya Bapak Sukat dan Ibu Mundiya, kakak saya Lilik Rahmawati, dan adik saya Adi Retno Suyoto yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam hidup saya”

“Ibu Dr. Sri Anik, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan dalam penyusunan skripsi ini”

ABSTRAK

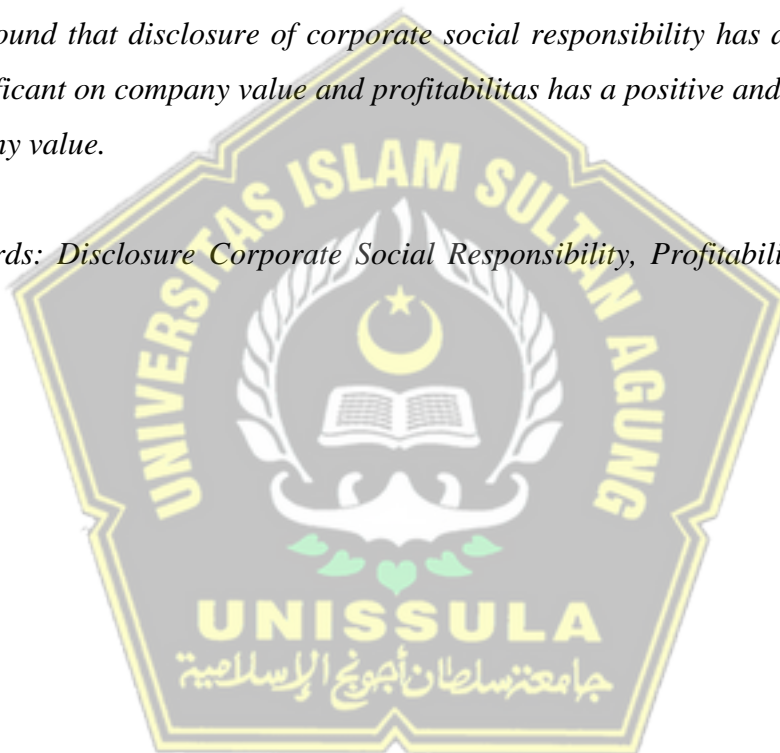
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan. Pada penelitian ini nilai perusahaan diproksikan dengan PBV. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2020-2022. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 57 sampel perusahaan. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to analyze the Disclosure Corporate Social Responsibility and Profitabilitas on Company Value. PBV is used to measure company value in this study. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2020-2022. The sampling method used a purposive sampling method and obtained 57 company samples. The analytical technique used to test the hypothesis is analytical multiple linear regression. The study found that disclosure of corporate social responsibility has a negative and insignificant on company value and profitabilitas has a positive and significant on company value.

Keywords: Disclosure Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Company Value



INTISARI

Pada penelitian ini berfokus pada pengaruh yang menyebabkan nilai perusahaan mengalami kenaikan maupun penurunan. Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas*. Terdapat 2 hipotesis dalam penelitian ini, yaitu: 1) Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang bersumber pada *annual report* dan *sustainability report* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2020-2022. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yakni pengambilan sampel yang menekankan pada kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dari 196 perusahaan yang telah diteliti terdapat 57 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria.

Pengujian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan IBM SPSS 26, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

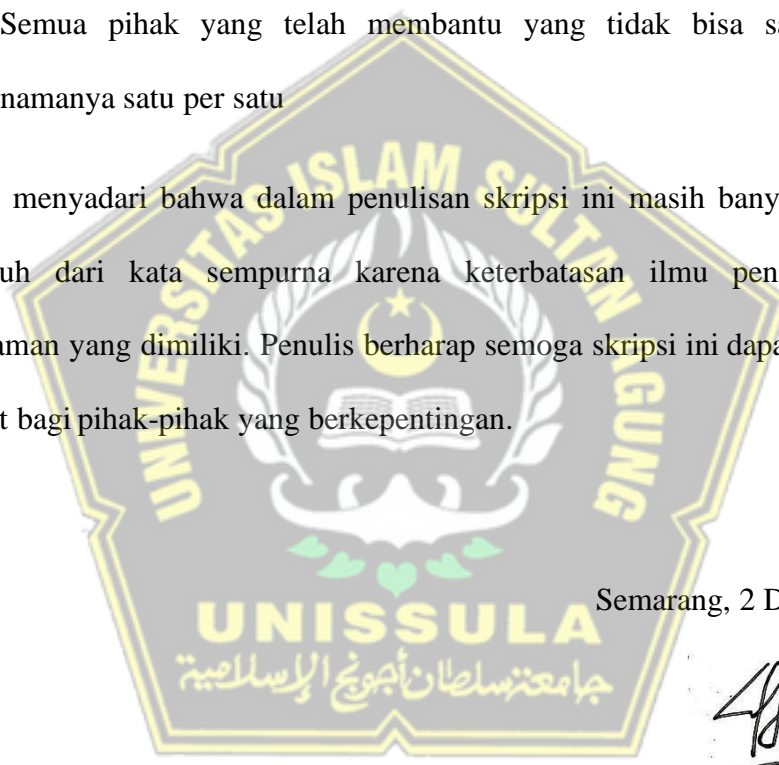
Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol”. Penulis menyadari sepenuhnya, telah mendapat banyak bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran dan waktunya, sehingga dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Heru Sulistyono., S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
2. Ibu Provita Wijayanti, SE., M.Si, Ak, CA., IFP., AWP. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung
3. Ibu Dr. Sri Anik, S.E.,M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan dengan baik sehingga penelitian yang dilakukan membuahkan hasil yang maksimal
4. Kedua orang tua yang paling saya cintai dan sayangi Bapak Sukat dan Ibu Mundiayah yang ikhlas memberikan doa dan kasih sayang yang tulus dan tidak pernah putus memberikan dukungan baik secara moril maupun material

5. Kakak saya Lilik Rahmawati dan adik saya Adi Retno Suyoto yang memberikan semangat untuk segera menyelesaikan kuliah dan skripsi
6. Seluruh Dosen Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membimbing, mengarahkan, dan memberikan ilmu pengetahuannya
7. Untuk teman-teman Jurusan Akuntansi 2020
8. Semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna karena keterbatasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



Semarang, 2 Desember 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Desi Ratna Aminah', with a horizontal line underneath it.

Desi Ratna Aminah

NIM. 314020000

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Teori Sinyal	10
2.1.2 Teori Stakeholder	11
2.1.3 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.1.4 <i>Profitabilitas</i>	14
2.1.5 <i>Leverage</i>	15
2.1.6 Ukuran Perusahaan	17
2.1.7 Nilai Perusahaan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	23

2.3.2	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	25
2.4	Kerangka Berpikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....		27
3.1	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Populasi dan Sampel	27
3.2.1	Populasi	27
3.2.2	Sampel.....	27
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	28
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	29
3.5	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
3.5.1	Variabel Dependen	30
3.5.2	Variabel Independen.....	30
3.5.3	Variabel Kontrol	32
3.5	Teknik Analisis	36
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	37
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	37
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.6.4	Uji <i>Goodness of Fit</i>	40
3.6.5	Uji Hipotesis.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		43
4.1	Deskripsi Sampel Penelitian.....	43
4.2	Statistik Deskriptif.....	44
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	46
4.3.1	Uji Normalitas	46
4.3.2	Uji Multikolinearitas	47
4.3.3	Uji Autokorelasi	48
4.3.4	Uji Heteroskedastisitas	49
4.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.5	Uji <i>Goodness of Fit</i>	52
4.5.1	Uji Statistik F	52
4.5.1	Koefisien Determinasi	53
4.6	Uji Hipotesis	54
4.6.1	Uji Statistik T	54
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	56

4.7.1	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	56
4.7.2	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	57
4.7.3	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	58
4.7.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	59
BAB V PENUTUP.....		60
5.1	Kesimpulan	60
5.2	Keterbatasan Penelitian	60
5.3	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA.....		62
LAMPIRAN		67



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	34
Tabel 4. 1 Kriteria Sampel Penelitian	43
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	51
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik F.....	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Nilai Perusahaan (PBV) Manufaktur 2020-2022.....	3
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	26
Gambar 4. 1 Grafik <i>Scatter Plot</i>	50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator <i>Corporate Social Responsibility</i> Berdasarkan GRI 4.0	68
Lampiran 2 Perusahaan Sampel Penelitian	75
Lampiran 3 Tabulasi Data	76
Lampiran 4 Statistik Deskriptif	78
Lampiran 5 Uji Normalitas	79
Lampiran 6 Uji Multikolinieritas	80
Lampiran 7 Uji Autokorelasi	81
Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda	82
Lampiran 9 Uji Statistik F	83
Lampiran 10 Koefisien Determinasi	84



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan yang didirikan harus memiliki tujuan. Menarik investor untuk bisa menanamkan modalnya merupakan salah satu tujuan dari perusahaan. Indikator yang digunakan perusahaan untuk menarik investor adalah nilai perusahaan. Menurut Purbawangsa *et al.* (2020) nilai perusahaan merupakan hal penting bagi investor untuk mengevaluasi kinerja perusahaan secara menyeluruh. Meningkatkan nilai perusahaan harus menjadi tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus bisa mengembangkan strategi agar bisa memaksimalkan nilai perusahaannya demi mendapatkan kepercayaan investor.

Nilai perusahaan mengacu pada perspektif investor yang sering dikaitkan dengan kinerja perusahaan. *Profitabilitas* merupakan salah satu indikator yang sering digunakan untuk melihat sejauh mana perusahaan dalam memperoleh laba. Sedangkan menurut Savitri *et al.* (2021) mengemukakan bahwa *profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam waktu tertentu dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk melakukan kegiatan operasional. Semakin besar nilai *profitabilitas* maka nilai perusahaan akan semakin baik. Sehingga dengan nilai perusahaan yang baik maka akan menarik lebih banyak investor untuk bisa menanamkan modalnya. Penilaian investor terhadap *profitabilitas* digunakan

sebagai tolak ukur pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Investor akan menganalisis laporan keuangan suatu perusahaan untuk menilai baik buruknya kinerja perusahaan dimasa lalu maupun dimasa yang akan mendatang.

Mengingat tujuan didirikannya perusahaan yaitu untuk mendapatkan masukan modal dari investor serta memperoleh laba, maka perusahaan juga harus memperhatikan dampak yang timbul dari kegiatan operasionalnya. Dampak yang sering dirasakan oleh masyarakat sekitar yaitu adanya dampak negatif, seperti pencemaran lingkungan berupa polusi udara, polusi suara, limbah maupun rusaknya ekosistem di sekitar perusahaan. Namun, perusahaan sering mengabaikan dampak tersebut padahal hal tersebut akan menjadi boomerang bagi perusahaan. Dimana sekarang ini investor tidak hanya memperhatikan laba dari suatu perusahaan saja melainkan meliputi tiga aspek yaitu aspek ekonomi, aspek sosial, dan aspek lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk memperhatikan dampak yang ditimbulkan dan bagaimana upaya untuk mengatasinya. Dengan memperhatikan hal tersebut tentu akan meningkatkan nilai perusahaan pada jangka panjang. Sehingga investor memberikan penilaian positif terhadap perusahaan.

Menurut Nuryana & Bhebhe (2019) tanggungjawab sosial perusahaan atau sering disebut dengan *corporate social responsibility* merupakan salah satu program untuk mewujudkan keberlangsungan dalam upaya mengejar keuntungan ekonomi serta menunjukkan tanggung jawab terhadap kepedulian perusahaan dalam pemeliharaan lingkungan hidup (*triple, bottom, line*). Hal tersebut akan menjadi indikator penting bagi investor untuk mengevaluasi sejauh mana

perusahaan telah mencapai tujuannya. Semakin banyak perusahaan dalam mengungkapkan item sosialnya dan kualitas yang diungkapkan semakin bagus, maka semakin bagus pula nilai perusahaan tersebut. Oleh karena itu, sekarang ini pengungkapan CSR merupakan bagian dari aset perusahaan.

Pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang paling dominan di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang terdiri dari beberapa sub sektor diantaranya sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Berikut ini diagram nilai perusahaan manufaktur yang diukur dengan *price to book value* (PBV) selama tahun 2020-2022:



Sumber: Data sekunder yang diolah

Gambar 1. 1 Diagram Nilai Perusahaan (PBV) Manufaktur 2020-2022

Berdasarkan gambar 1.1 menggambarkan bahwa nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang diukur menggunakan *price to book value* (PBV) cenderung memiliki kenaikan dan penurunan dari tahun 2020-2022. Pada tahun

2021 rata-rata nilai PBV mengalami penurunan yang cukup signifikan yakni dari 2,36% turun menjadi 1,26%. Penurunan sebesar 1,1% ini diakibatkan karena kegiatan operasional yang menurun. Berdasarkan laporan *Purchasing Managers Index* (PMI) penurunan angka ini disebabkan oleh rendahnya permintaan produksi sehingga berdampak pada penurunan kegiatan pembelian. Rendahnya permintaan produksi ini disebabkan oleh kenaikan biaya akibat dari inflasi karena adanya covid 19. Kenaikan harga mendorong perusahaan manufaktur untuk mengurangi persediaan produksinya. Dengan adanya fenomena tersebut menyebabkan investor akan kehilangan kepercayaan pada perusahaan manufaktur karena perkiraan ekonomi yang naik turun.

Fenomena lain yang terjadi di Indonesia terkait kasus CSR dilansir dari metrojambi.com yaitu pada Kabupaten Tanjung Jabung Barat (Tanjabbar), banyak perusahaan yang tidak melaporkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di akhir tahun 2022. Dimana ada 37 perusahaan di Tanjabbar, namun hanya 25 perusahaan saja yang melaporkan CSR. Tidak hanya itu saja, ada juga perusahaan dengan ukuran besar di Tanjabbar namun CSR yang dikeluarkan dirasa masih terlalu sedikit, sehingga tidak sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. Dari kasus tersebut Bupati Tanjung Jabung Barat (Tanjabbar), Anwar Sadat meminta agar perusahaan yang beroperasi di Tanjabbar untuk lebih peka terhadap kondisi lingkungan sekitarnya. Hal ini tentu sudah melanggar Peraturan Daerah Tanjung Jabung Barat nomor 1 tahun 2015 bagian kedua bahwa bagi perusahaan yang tidak melaporkan program dan kegiatan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan (TJSLP) akan diberikan surat teguran. (www.metrojambi.com).

Hal tersebut menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* bukan hanya bersifat sukarela, melainkan bersifat wajib yang harus dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut sudah diatur di dalam Peraturan Perundang-Undangan Perseroan Terbatas Nomor 40 Tahun 2007 pasal 47, menyatakan bahwa: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. (2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan hal yang wajib untuk dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan akan diberikan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Di Indonesia, masih banyak kasus yang terjadi akibat kurangnya kesadaran perusahaan mengenai tanggung jawab sosial sehingga muncul masalah terkait kerusakan lingkungan. Seperti halnya kasus pada perusahaan manufaktur pada PT. Kimu Sukses Abadi (KSA) pada tahun 2022. Dimana perusahaan tersebut telah melakukan pencemaran lingkungan sehingga pemerintah mengeluarkan surat paksaan yang berisi pelanggaran sebagai berikut: (1) Belum adanya dokumen lingkungan dan persetujuan lingkungan. (2) Membuang air limbah ke saluran drainase masyarakat sekitar sampai mengalir ke sungai. (3) Belum memiliki persetujuan teknik pemenuhan baku mutu air limbah. (4) Menyimpan limbah B3 berupa kemasan bekas tinta B321-4 di halaman perusahaan. (5) Belum memiliki tempat penyimpanan limbah B3 sesuai dengan ketentuan teknik. (6) Belum memiliki rincian teknik terkait penyimpanan limbah

B3. (www.bekasi.tribunnews.com).

Penelitian ini akan menggunakan *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol/penjelas yang digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah data dari objek penelitian yang dilakukan memiliki perbedaan karakteristik secara signifikan. Variabel kontrol ini perlu untuk dinetralkan pengaruhnya agar dapat meminimalisir pengaruh lain dari variabel independen dengan variabel dependen. *Leverage* merupakan rasio yang digunakan oleh perusahaan untuk menggambarkan bagaimana perusahaan dalam membayar hutang-hutangnya. Apabila perusahaan memiliki nilai rasio *leverage* yang tinggi maka investor akan menghindari dari perusahaan tersebut karena berpotensi memiliki hutang yang cukup banyak serta perusahaan tersebut dapat berisiko tidak dapat membayar hutangnya dengan tepat waktu.

Selain itu, alasan ukuran perusahaan digunakan sebagai variabel kontrol karena ukuran perusahaan ini merupakan perbandingan yang digunakan untuk melihat besar kecilnya suatu perusahaan. Seberapa banyak pengungkapan informasi dalam laporan keuangan juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Secara umum, perusahaan dengan ukuran besar tentunya akan lebih banyak memerlukan pengungkapan informasi terkait laporan keuangan daripada perusahaan dengan ukuran kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan akan lebih fleksibel dalam mengelola sumber dayanya sehingga dianggap mampu untuk meningkatkan laba perusahaan. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan akan memberikan sinyal positif sehingga calon investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, masih terdapat hasil yang tidak selaras terhadap faktor-faktor seperti pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* dalam mempengaruhi nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh Rehanil *et al.* (2021) mendapatkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan tetapi ulasan yang dikemukakan oleh Arum & Nurhayati (2022) memperoleh hasil yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian mengenai variabel *profitabilitas* yang dilakukan oleh Anisa *et al.* (2022) menemukan hubungan positif dan berpengaruh signifikan antara *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan namun terdapat hasil penelitian yang berbeda yang dilakukan oleh Aisyah & Sartika (2022) yaitu *profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahrizal *et al.* (2022) pada penelitian Syahrizal *et al.* (2022) leverage dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen kemudian diubah menjadi variabel kontrol. Selain itu, penelitian ini menambah variabel independen berupa pengungkapan *corporate social responsibility* serta periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tahun 2020-2022 dengan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Berdasarkan latar belakang di atas tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Secara garis besar adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan
2. Untuk menganalisis pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan pengetahuan bagi para peneliti selanjutnya. Selain itu dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur bagi pembaca mengenai

pengungkapan *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, dan nilai perusahaan. Serta diharapkan penelitian ini dapat memperkuat hasil dari penelitian sebelumnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan manfaat bagi investor sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan investasi, yang dapat dilihat dari tanggung jawab perusahaan dalam melestarikan lingkungan sekitar dan *profitabilitas* yang dihasilkan perusahaan tersebut.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal

Menurut Rehanil *et al.* (2021) menyatakan bahwa teori sinyal merupakan suatu petunjuk yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang kondisi perusahaan. Dalam hal ini investor dan manajer mempunyai kesamaan dalam mengungkapkan informasi terkait kondisi perusahaan. Informasi yang diungkapkan tersebut tertuang dalam laporan keuangan. Sehingga dengan demikian, dapat meminimalisir terjadinya asimetri informasi. Menurut Mudjijah *et al.* (2019) asimetri informasi dapat terjadi karena pihak manajer mempunyai informasi yang berbeda (lebih baik) dari pada yang dimiliki investor terkait prospek perusahaan. Informasi yang diberikan oleh investor bisa diartikan sebagai sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang buruk (*bad news*). Informasi dapat dikategorikan sebagai sinyal baik (*good news*) jika *profitabilitas* yang dilaporkan meningkat sehingga hal ini mencerminkan kondisi perusahaan yang baik. Sebaliknya informasi dapat dikategorikan sebagai sinyal buruk (*bad news*) jika *profitabilitas* yang dilaporkan menurun sehingga hal ini mencerminkan kondisi perusahaan yang tidak baik. Oleh karena itu, teori sinyal ini dapat disimpulkan sebagai teori yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Selain *profitabilitas*, menurut Risqi & Suyanto (2022) pengungkapan

corporate social responsibility juga menjadi salah satu sinyal positif yang dilakukan perusahaan sehingga investor dapat memberikan sinyal baik (*good news*) kepada perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan. Perusahaan tentunya mengharapkan adanya sinyal positif dari investor karena bisa memberikan keuntungan serta dapat memberikan nilai lebih bagi perusahaan. Teori sinyal ini lebih menekankan betapa pentingnya pengungkapan informasi terkait kondisi perusahaan untuk keputusan investasi oleh pihak eksternal. Dimana seorang investor sangat membutuhkan informasi yang lengkap, akurat, dan relevan sebagai pedoman untuk keputusan dalam berinvestasi. Informasi yang terdapat di dalam laporan keuangan dapat digunakan sebagai sinyal untuk para stakeholder. Informasi yang dilaporkan dapat berupa informasi akuntansi maupun informasi non akuntansi.

2.1.2 Teori Stakeholder

Stakeholder merupakan sekelompok orang yang memiliki hubungan dengan perusahaan secara langsung maupun tidak langsung, baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Menurut Halim (2022) teori stakeholder mengemukakan bahwa perusahaan dapat dikatakan berhasil tergantung dari hubungan antara manajer dan pemangku kepentingan seperti investor, pelanggan, pemasok, karyawan, pemerintah, masyarakat, dan entitas lain yang berkontribusi dalam pencapaian tujuan perusahaan. Jika para stakeholder percaya mengenai informasi laporan tahunan yang diungkapkan maka dengan begitu dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga kedua belah pihak tercipta hubungan yang baik. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan

tidak dapat berdiri sendiri dan selalu membutuhkan dukungan dari berbagai pihak untuk menjalankan kegiatan operasionalnya.

Menurut Wibawa & Khomsiyah (2022) menyatakan bahwa keterlibatan para stakeholder sangat berpengaruh bagi perusahaan sehingga stakeholder dapat menjadi pertimbangan dalam melaporkan suatu informasi melalui laporan keuangan. Pada dasarnya tujuan didirikannya perusahaan tidak hanya untuk memaksimalkan laba untuk kepentingan stakeholder saja. Namun, perusahaan juga perlu memperhatikan aspek lingkungan demi mencapai tujuannya yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaannya sebagai jaminan keberlangsungan bisnis. Dengan demikian perusahaan harus mengungkapkan informasi yang valid atas tanggung jawabnya dalam melestarikan lingkungan sekitar sebagai suatu bagian dari stakeholder untuk meningkatkan nilai perusahaannya.

Terdapat beberapa alasan perusahaan harus memperhatikan kepentingan stakeholders yaitu sebagai berikut: (1) Isu terkait lingkungan yang dapat mengganggu masyarakat sekitar dalam menjalankan aktivitasnya; (2) Era globalisasi menjadikan produk-produk yang diperjualbelikan harus ramah lingkungan; (3) Para investor dalam melakukan investasi cenderung lebih memilih perusahaan yang mengedepankan kualitas lingkungan; (4) Perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan akan dikritik oleh LSM (Lembaga Sosial Masyarakat) dan pecinta lingkungan.

2.1.3 Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

*a. Pengertian *Corporate Social Responsibility**

Pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut Mardhatillah *et al.* (2020), CSR merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalisir dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan terhadap para stakeholder dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan guna mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tentu memerlukan prioritas dan strategi. Prioritas perusahaan dalam hal ini merupakan pencapaian laba dalam jangka panjang. Perusahaan dalam mencapai laba jangka panjang tentu memerlukan strategi. Strategi yang digunakan akan terealisasi jika keberadaan perusahaan didukung oleh stakeholder. Menurut Sudarsono & Harahap (2021) dukungan dari stakeholder dapat terwujud jika dampak negatif pada bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan dapat diminimalisir, bahkan sangat diharapkan jika bisa memberikan dampak positif bagi stakeholder.

b. Aspek Tiga Dimensi CSR

Menurut Sudarsono & Harahap (2021) CSR memiliki tujuan untuk menjadikan budaya dalam kegiatan operasional perusahaan berkelanjutan dalam tiga aspek yaitu:

1) Aspek ekonomi

Terdiri dari pemahaman mengenai dampak ekonomi dari kegiatan operasional perusahaan.

2) Aspek sosial

Pada era globalisasi saat ini, sudah banyak perusahaan yang memfokuskan perhatiannya terhadap aspek sosial. Hal tersebut artinya perusahaan

bertanggung jawab terhadap dampak sosial akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung.

3) Aspek lingkungan

Secara umum, dampak yang ditimbulkan dalam kegiatan operasional perusahaan terhadap aspek lingkungan adalah adanya dampak negatif seperti pencemaran lingkungan yang bisa menyebabkan polusi udara, polusi suara, limbah maupun rusaknya ekosistem di sekitar perusahaan.

c. *Sustainability Reporting*

Tanggung jawab sosial perusahaan disajikan didalam laporan yang sering disebut dengan *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* merupakan laporan tahunan mengenai kebijakan sosial, ekonomi, dan lingkungan serta pengaruh kinerja perusahaan maupun produk yang dihasilkan dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Sedangkan menurut *Global Reporting Initiative (GRI) Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap kegiatan operasional perusahaan.

2.1.4 *Profitabilitas*

a. Pengertian *Profitabilitas*

Menurut Savitri *et al.* (2021) mengemukakan bahwa *profitabilitas* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam waktu tertentu dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk melakukan kegiatan operasional. Sedangkan menurut Aulia *et al.* (2020) *profitabilitas* merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba baik melalui total aset, total modal maupun total pembelian.

Profitabilitas dalam kegiatan operasional perusahaan dianggap sebagai bagian paling penting untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan pada masa mendatang. Perusahaan dapat dikatakan berhasil jika perusahaan mampu bersaing dipasar. Selain itu, investor juga akan melihat seberapa besar laba yang dihasilkan suatu perusahaan sehingga nantinya bisa melihat keuntungan di masa depan apabila investor ingin menanamkan modal di perusahaan tersebut.

b. Indikator pengukuran *profitabilitas*

ROA (*Return on Asset*) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur *profitabilitas*. ROA digunakan untuk mengukur rasio pendapatan suatu perusahaan atas laba yang dihasilkan. Berikut ini keunggulan dari ROA adalah sebagai berikut:

- 1) ROA mudah untuk dipahami dan dihitung
- 2) ROA sebagai alat ukur penilaian manajemen terkait keadaan keuangan suatu perusahaan
- 3) Manajemen memfokuskan perhatiannya dengan memanfaatkan asetnya untuk memperoleh laba semaksimal mungkin

2.1.5 *Leverage*

a. Pengertian *Leverage*

Menurut Satria Bagaskara *et al.* (2021) *leverage* merupakan rasio yang digunakan perusahaan sebagai tolak ukur untuk membayar semua hutangnya, baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek. Hutang tersebut digunakan oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional dengan tujuan dapat memberikan gambaran kondisi perusahaan terhadap para stakeholder.

Apabila perusahaan memiliki rasio *leverage* yang tinggi maka akan menjadikan boomerang bagi perusahaan itu sendiri. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi termasuk kedalam kategori perusahaan *extreme leverage*. Perusahaan *extreme leverage* merupakan perusahaan yang sudah terjebak hutang yang tinggi dan kemungkinan besar sulit untuk membayar beban hutang tersebut. Sedangkan perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang rendah umumnya menggunakan modal sendiri untuk menjalankan kegiatan operasionalnya.

b. Tujuan Leverage

Berikut ini merupakan tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui sejauh mana posisi perusahaan mengenai kewajibannya kepada kreditor
- 2) Untuk menilai bagaimana kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang bersifat tetap
- 3) Untuk menilai berapa total asset perusahaan yang dibiayai oleh hutang
- 4) Untuk menilai bagaimana keseimbangan antara nilai aset terutama aset hutang
- 5) Untuk menilai berapa besar pengaruh hutang perusahaan dalam mengelola asetnya
- 6) Untuk menilai berapa total modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
- 7) Untuk menilai berapa total dana pinjaman yang segera akan ditagih oleh kreditor

2.1.6 Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Febrianti *et al.* (2020) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu usaha yang dapat diklasifikasikan ke dalam perusahaan besar, perusahaan sedang maupun perusahaan kecil. Dalam hal ini ukuran perusahaan dapat diukur melalui besarnya jumlah aset yang dimiliki perusahaan yang digunakan untuk membiayai kegiatan operasionalnya. Pada umumnya, perusahaan dengan skala besar memiliki kondisi keuangan yang cukup stabil sehingga tahan terhadap risiko kebangkrutan. Kondisi keuangan yang stabil juga berpengaruh pada naiknya harga saham perusahaan. Sedangkan untuk perusahaan dengan skala kecil akan cenderung memakai modalnya sendiri ataupun hutang jangka pendek daripada hutang jangka panjang, karena biaya yang dikeluarkan jauh lebih sedikit.

b. Klasifikasi ukuran perusahaan

Berdasarkan Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis yaitu sebagai berikut:

- 1) Perusahaan besar merupakan perusahaan yang memiliki kriteria dibawah ini diantaranya:
 - (a) Memiliki kekayaan bersih > Rp 10 miliar termasuk tanah dan bangunan
 - (b) Memiliki pendapatan tahunan > Rp 50 miliar
- 2) Perusahaan menengah merupakan perusahaan yang memiliki kriteria dibawah ini diantaranya:

- (a) Memiliki kekayaan bersih antara Rp 1 miliar – Rp 10 miliar termasuk tanah dan bangunan
 - (b) Memiliki pendapatan tahunan antara Rp 1 miliar – Rp 50 miliar
- 3) Perusahaan kecil merupakan perusahaan yang memiliki kriteria dibawah ini diantaranya:
- (a) Memiliki kekayaan bersih Rp > 200 juta tidak termasuk bangunan dan tanah
 - (b) Memiliki pendapatan tahunan Rp < 1 miliar

2.1.7 Nilai Perusahaan

a. Pengertian Nilai Perusahaan

Menurut Febrianti *et al.* (2020) nilai perusahaan merupakan nilai terkait harga saham yang beredar di pasar modal dan siap untuk diperjualbelikan. Pemilik perusahaan maupun calon investor berhak untuk menentukan harga pasar terkait saham suatu perusahaan pada saat terjadinya penjualan maupun pembelian. Sedangkan pengertian menurut Yuliartanti & Handayani (2022) nilai perusahaan merupakan perspektif seorang pemegang saham untuk menilai sebuah perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Oleh karena itu, sebelum membeli saham calon investor akan melakukan penilaian terlebih dahulu. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin tinggi pula harga saham sebuah perusahaan di pasar modal, sebaliknya jika nilai perusahaan turun maka harga saham sebuah perusahaan di pasar modal juga akan menurun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga saham perusahaan yang beredar di BEI sangat bergantung pada nilai perusahaan.

b. Jenis jenis nilai perusahaan

Menurut Pujarini (2020) berdasarkan metode perhitungan terdapat 5 jenis nilai perusahaan diantaranya sebagai berikut:

1) Nilai Nominal

Nilai yang tercantum di dalam neraca perusahaan dan juga tercantum di dalam lembar saham.

2) Nilai Pasar (Kurs)

Kurs merupakan harga yang terjadi dari kegiatan tawar menawar di pasar saham. Nilai ini hanya dapat dihitung jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3) Nilai intrinsik

Nilai intrinsik mengacu pada taksiran nilai riil yang ditentukan oleh perusahaan. Nilai ini bukan hanya dilihat dari harga dari kumpulan aset saja melainkan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan di masa depan.

4) Nilai buku

Nilai buku perusahaan dapat dihitung dengan menggunakan dasar- dasar akuntansi dengan mengalikan jumlah saham yang beredar dengan selisih antara total aset dan total hutang.

5) Nilai likuiditas

Nilai likuiditas merupakan jumlah uang yang dapat dihasilkan dari suatu aktivitas atau kelompok aset. Sedangkan nilai likuidasi merupakan harga jual semua aset perusahaan, dikurangi hutang yang belum dibayar.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan penelitian yang akan diteliti yaitu tentang pengungkapan CSR, *profitabilitas*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan . Berdasarkan dari penelitian terdahulu masih terdapat perbedaan hasil penelitian. Hasil penelitian tersebut dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitidan Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Ahmad Syahrizal, Efni Anita, dan Anik ; 2022	Pengaruh <i>Profitabilitas</i> , <i>Leverage</i> dan <i>Firm Size</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Firm Size</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. <i>Profitabilitas</i>, <i>Leverage</i> dan <i>Firm Size</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

2.	Ni Made Esmi Damayanti, dan Ni Putu Ayu Darmayanti ; 2022	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Likuiditas</i> , <i>Profitabilitas</i> , dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi dan Logistik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
3.	Dinda Nur Khofifah, Vhika Meiriasari, dan Reny Aziatul Pebriani ; 2022	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan, dan <i>Profitabilitas</i> Terhadap Nilai Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Profitabilitas</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. <i>Corporate social responsibility</i>, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

4.	Rizal Hanif Musthofa dan Yuli Chomsatu ; 2022	Determinan Nilai Perusahaan Sektor Property yang Terdaftardi BEI Periode 2019- 2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kebijakan hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
5.	Evi Irmalasari, Etty Gurendrawati, dan Indah Muliastari ; 2022	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> (GCG), dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Sebagai Variabel Kontrol	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dewan komisaris berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. Komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. <i>Corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 5. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh pada nilai perusahaan
6.	Shafa Najmi Aprillia Aminudin, Sri Murni, dan Victoria N. Untu ; 2023	Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Transportasi di Bursa Efek Indonesia	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Return on Asset</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Current Ratio</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai

			perusahaan 4. <i>Return on Asset, Current Ratio, dan Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7.	Ari Irawan, Debbi Chyntia Ovami, Argo Putra Prima, dan Arie Pratania Putri ; 2023	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI	1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8.	Luh PandeEka Setiawati, Ni Putu Ayu Mirah Mariati, dan Kadek Indah Kusuma Dewi ; 2023	Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran Terhadap	1. <i>Return on Asset</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Current Ratio</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3. <i>Debt to Equity Ratio</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 4. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2.3 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Mardhatillah *et al.* (2020) CSR merupakan mekanisme bagi suatu perusahaan yang secara wajib harus mengintegrasikan kepedulian lingkungan dan sosialnya ke dalam kegiatan operasionalnya. CSR sebagai ide

korporasi tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab *single, bottom, line* yang tercermin dalam kondisi keuangannya saja. Tetapi tanggung jawab perusahaan harus bertumpu pada *triple, bottom, line* yaitu keuangan, sosial, dan lingkungan. Kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin pertumbuhan nilai perusahaan yang berkelanjutan (*sustainable*). Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan. Dimensinya ada pada pelaksanaan CSR oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan.

Perusahaan akan mengungkapkan beberapa informasi terkait kegiatan operasional dengan memperhatikan kondisi sosial dan lingkungan melalui *Sustainability report*. *Sustainability report* merupakan proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi perusahaan kepada masyarakat. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dengan baik akan direspon secara positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Jika perusahaan mengungkapkan CSR dengan buruk, maka akan muncul keraguan dari investor, sehingga direspon secara negatif melalui penurunan harga saham. Dengan demikian, penerapan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari harga saham dan laba perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesumastuti & Dewi (2021), penelitian oleh Khofifah *et al.* (2022) serta penelitian yang dilakukan oleh Rehanil *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut maka

penulis dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

2.3.2 Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

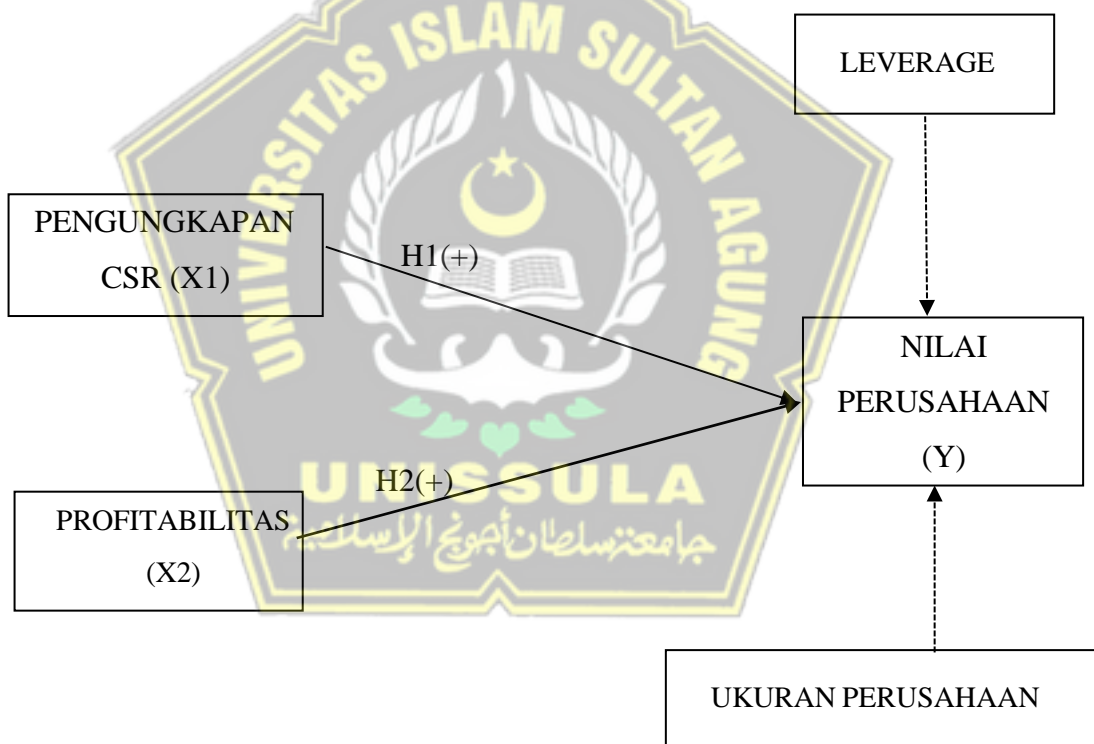
Menurut Savitri *et al.* (2021) mengemukakan bahwa *profitabilitas* yang diproksikan dengan ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam waktu tertentu dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk melakukan kegiatan operasional. Semakin besar nilai *return on asset* semakin besar pula laba yang diperoleh suatu perusahaan. Artinya, bahwa tingginya nilai *return on asset* menggambarkan semakin efektif perusahaan tersebut dalam mengelola asetnya dan perusahaan bisa diprediksi akan memperoleh keuntungan bagi investor. Hal tersebut tentunya sangat berpengaruh pada naiknya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisa *et al.* (2022), penelitian oleh Damayanti & Darmayanti (2022) serta penelitian yang dilakukan oleh Khofifah *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut maka penulis dapat mengajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Profitabilitas* Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Nilai Perusahaan

2.4 Kerangka Berpikir

Perusahaan memiliki tanggung jawab terkait kegiatan operasional yang

dilakukannya. Tanggung jawab tersebut berupa tanggung jawab mengenai kerusakan lingkungan maupun tindakan ekonomi yang dilakukan. Dampak dari kerusakan lingkungan mengharuskan perusahaan untuk lebih memperhatikan pengungkapan CSR dalam melakukan kegiatan operasionalnya. Dengan demikian, jika suatu perusahaan mengungkapkan CSR dan perusahaan memperoleh laba yang besar maka akan direspon positif oleh investor, hal tersebut tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. 1
Kerangka Penelitian

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory research*. Penelitian *explanatory research* merupakan penelitian yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel X dan variabel Y. Menurut Sari Permata (2020) penelitian *explanatory* merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis guna memperkuat atau memperlemah hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Penelitian *explanatory research* ini bersifat mendasar guna untuk memperoleh informasi terkait hal-hal yang belum diketahui. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu memberikan penjelasan yang lebih akurat terkait tujuan yang ingin dicapai.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Najmi *et al.* (2023) populasi merupakan wilayah dari generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang menunjukkan karakteristik dan ciri-ciri tertentu yang ditentukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian sehingga nantinya peneliti dapat menarik kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

3.2.2 Sampel

Sampel menurut Najmi *et al.* (2023) merupakan bagian dari jumlah dan

ciri-ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode pemilihan sampel yang memiliki karakteristik yang berhubungan dengan populasi. Metode ini digunakan dengan alasan karena penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yang didasarkan pada fenomena yang sedang terjadi, dimana penelitian kuantitatif ini umumnya menggunakan data berupa angka yang digunakan untuk menguji hubungan sebab akibat terkait variabel X terhadap variabel Y. Pada metode *purposive sampling* ini lebih menekankan pada kriteria-kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sehingga diharapkan dengan adanya kriteria tersebut dapat mengatasi permasalahan yang sedang terjadi. Adapun kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022
- b) Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan *annual report* selama periode 2020-2022
- c) Perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2020-2022
- d) Perusahaan manufaktur yang memperoleh laba selama periode 2020-2022
- e) Perusahaan manufaktur yang menerbitkan *sustainability report* selama periode 2020-2022

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Sumber data dalam penelitian merupakan objek dari mana data tersebut diperoleh. Sumber data pada penelitian ini diperoleh dari *annual report* dan *sustainability report* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan website dari masing-masing perusahaan. Menurut Robbani *et al.* (2023) data sekunder merupakan data yang diperoleh dari pihak lain dan sudah diolah dalam bentuk dokumen atau arsip yang kemudian dipublikasikan dalam Bursa Efek Indonesia. Data tersebut diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia atau *Indonesian Stock Exchange* (IDX) melalui situs www.idx.co.id.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Menurut Aisyah & Sartika (2022) metode dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk mencari data dengan menggunakan catatan peristiwa masa lalu dalam bentuk buku, majalah, surat kabar, transkrip dan sebagainya. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan mereview beberapa artikel, internet, buku, dan majalah yang berhubungan dengan sektor manufaktur guna mendapatkan landasan teori dan data yang mendukung atas penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan bersumber dari data sekunder yakni dilakukan dengan studi kepustakaan dan manual. Data tersebut diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia atau *Indonesian Stock Exchange* (IDX) melalui situs www.idx.co.id dan langsung dari website perusahaan.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis variabel yaitu variabel dependen, variabel independen, dan variabel kontrol.

3.5.1 Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dikenai pengaruh dan dijelaskan oleh variabel lain atau variabel yang menjadi pusat perhatian oleh peneliti. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Menurut Yuliartanti & Handayani (2022) nilai perusahaan merupakan perspektif seorang pemegang saham untuk menilai sebuah perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Apabila nilai perusahaan > 1 maka dapat dikatakan bahwa harga saham naik dan jika harga saham naik maka akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan rumus dalam Hidayat & Khotimah (2022) yaitu:

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

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *price to book value* dengan alasan sifatnya yang relatif stabil sehingga bagi investor yang kurang percaya terhadap estimasi arus kas, maka *price to book value* merupakan cara yang paling sederhana untuk membandingkannya.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang menimbulkan pengaruh positif maupun negatif terhadap variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini ada dua variabel independen yakni

pengungkapan *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan.

a. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu langkah perusahaan dalam melestarikan lingkungan sekitar akibat dari kegiatan operasional perusahaan sehingga kedepannya dapat meningkatkan citra perusahaan dimata para stakeholder. Pengungkapan *corporate social responsibility* ini dapat dilihat melalui laporan tahunan berupa *sustainability report*. Indikator yang digunakan dalam pengungkapan CSR ini menggunakan indikator yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative yang diperoleh dari situs www.globalreporting.org. Adapun komponen yang diungkapkan dalam CSR berdasarkan GRI G4 diantaranya sebagai berikut: Kinerja Ekonomi (9 item), Kinerja Lingkungan (34 item), dan Kinerja Sosial (48 item) yang klasifikasikan ke dalam beberapa bagian diantaranya Kesehatan dan Keselamatan Tenaga Kerja (16 item), Hak Asasi Manusia (12 item), Masyarakat Sosial (11 item), dan Tanggung Jawab Produk (9 item). Sehingga total dari keseluruhan item adalah 91. Untuk metode perhitungan pengungkapan *corporate social responsibility* sendiri menggunakan variabel dummy yaitu jika perusahaan mengungkapkan nilainya dapat ditulis 1, jika tidak mengungkapkan nilainya dapat ditulis 0. Rumus perhitungan pengungkapan *corporatesocial responsibility* menurut Rehanil *et al* (2021) yaitu:

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRI_j: Indeks *Corporate Social Responsibility* perusahaan

X_{ij}: Jumlah item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan

N_j: Jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan, $j = 91$

b. Profitabilitas

Profitabilitas menurut Savitri *et al.* (2021) mengemukakan bahwa rasio yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam waktu tertentu dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk melakukan kegiatan operasional. *Profitabilitas* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan ROA (*Return on Assets*). Semakin besar nilai ROA semakin besar pula laba yang diperoleh suatu perusahaan. Artinya, bahwa tingginya nilai ROA menggambarkan semakin efektif perusahaan tersebut dalam mengelola asetnya dan perusahaan bisa diprediksi akan memperoleh keuntungan bagi investor. Rumus perhitungan ROA menurut Santania & Jonnardi (2020) yaitu:

$$ROA = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

3.5.3 Variabel Kontrol

Variabel kontrol menurut Vilantika & Agus Santoso (2022) merupakan variabel yang dipilih oleh peneliti yang digunakan untuk mengendalikan variabel independen dengan variabel dependen agar hasilnya tetap konstan sehingga nantinya tidak terpengaruh oleh variabel lainnya.

a. Leverage

Leverage menurut Kolamban *et al.* (2020) merupakan rasio yang digunakan untuk menganalisis laporan keuangan guna mengukur seberapa besar

kegiatan operasional perusahaan yang dibiayai dengan utang. *Leverage* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*). Semakin tinggi nilai DER semakin tinggi pula hutang yang dimiliki oleh perusahaan. Rumus perhitungan DER menurut Taniman & Jonnardi (2020) yaitu:

$$DER = \frac{\text{Total Liability}}{\text{Total Equity}}$$

Leverage dalam penelitian ini menggunakan perbandingan variabel *dummy*. Perusahaan dapat dikategorikan dalam kondisi sehat jika nilai DER dibawah 100% (<1). Sebaliknya jika nilai DER diatas 100% (>1) maka dapat dikatakan dalam kondisi tidak sehat.

Debt to Equity Ratio	Kode
Perusahaan sehat < 1	1
Perusahaan tidak sehat > 1	0

b. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Hidayat & Khotimah (2022) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan merupakan tolak ukur dalam pengukuran yang digambarkan dengan seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan *log natural total asset* karena perusahaan dalam penelitian ini memiliki jumlah aset yang beragam. Hal ini menyebabkan munculnya perbedaan ukuran perusahaan. Rumus perhitungan ukuran perusahaan menurut Rehanil *et al.* (2021) yaitu:

$$Size = \text{Log Natural (Total Aset)}$$

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan perbandingan variabel *dummy*. Perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan besar jika nilai Ln total aset lebih dari 29,80. Sebaliknya jika nilai Ln total aset kurang dari 29,80 maka dapat dikatakan sebagai perusahaan kecil.

Ln (Total Aset)	Kode
Perusahaan besar > 29,8	1
Perusahaan kecil < 29,8	0

Tabel 3. 1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

VARIABEL DEPENDEN	DEFINISI KONSEP	PENGUKURAN (INDIKATOR)	SUMBER
Nilai Perusahaan	<p>Nilai perusahaan merupakan perspektif seorang pemegang saham untuk menilai sebuah perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.</p>	<p>Diukur menggunakan PBV (<i>Price to Book Value</i>)</p> $PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Hidayat & Khotimah (2022)
VARIABEL INDEPENDEN	DEFINISI KONSEP	PENGUKURAN (INDIKATOR)	SUMBER

<p>Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></p>	<p>Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> merupakan salah satu bentuk apresiasi perusahaan dalam melestarikan lingkungan sekitar akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan.</p>	<p>Menggunakan indeks CSR</p> $CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ <p>1. Xij: Jumlah Item yang sesungguhnya diungkapkan perusahaan 2. Nj: Jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan.</p>	<p>Rehanil <i>et al.</i> (2021)</p>
<p><i>Profitabilitas</i></p>	<p><i>Profitabilitas</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam waktu tertentu dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya untuk</p>	<p>Diukur menggunakan ROA (<i>Return on Assets</i>)</p> $ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset}$	<p>Savitri <i>et al.</i> (2021)</p>

	melakukan kegiatan operasional.		
VARIABEL KONTROL	DEFINISI KONSEP	PENGUKURAN (INDIKATOR)	SUMBER
<i>Leverage</i>	<i>Leverage</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar perusahaan menggunakan total aset yang dibiayai oleh hutang, baik hutang jangka panjang maupun jangka pendek	Diukur menggunakan DER (<i>Debt to Equity Ratio</i>) $DER = \frac{\text{Total Liabilities}}{\text{Total Equity}}$ Dengan kode: 1 = Perusahaan sehat 0 = Perusahaan tidak sehat	Taniman & Jonnardi (2020)
Ukuran Perusahaan	Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur yang digambarkan dengan seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan.	Ukuran perusahaan diukur dari total aset bersih perusahaan. $Size = \text{Log Natural (Total Aset)}$ Dengan kode: 1 = Perusahaan besar 0 = Perusahaan kecil	Rehanil <i>et al.</i> (2021)

3.5 Teknik Analisis

3.6.1 Statistik Deskriptif

Penelitian ini menggunakan statistik deskripsi yang digunakan untuk menjelaskan, mendeskripsikan dan mengolah data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti. Pada uji statistik deskriptif ini terdiri dari beberapa komponen diantaranya mean, median, standar deviasi, minimum, dan maksimum. Variabel dalam penelitian ini yaitu nilai perusahaan sebagai variabel dependen, pengungkapan *corporate social responsibility*, *profitabilitas* sebagai variabel independen dan *leverage*, ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol pada perusahaan manufaktur selama periode 2020-2022.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data layak untuk dianalisis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan bantuan alat SPSS untuk mengolah data agar mendapatkan persamaan regresi linier berganda. Persamaan regresi linier berganda dapat dikatakan baik jika bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*) merupakan suatu pengambilan keputusan melalui uji F dan uji t yang hasilnya tidak boleh bias. Oleh karena itu, terdapat beberapa asumsi dasar yang tidak boleh dilanggar apabila menggunakan persamaan regresi linier berganda, diantaranya yaitu:

- a) Data harus berdistribusi normal
- b) Tidak boleh ada multikolinearitas
- c) Tidak boleh ada autokorelasi
- d) Tidak boleh ada heteroskedastisitas

Jika asumsi-asumsi dasar tersebut dilanggar maka persamaan regresi yang diperoleh tidak bias sehingga persamaan tersebut dapat dikatakan tidak baik dan tidak lagi bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimated*). Untuk memperoleh hasil yang bersifat BLUE, maka harus dilakukan pengujian asumsi klasik yaitu sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan terhadap data dengan sampel perusahaan manufaktur selama periode 2020-2022 menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* yang bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Selain menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, distribusi data akan dilihat melalui grafik normal probability plot. Jika hasil menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$ maka data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi < 0.05 maka data tersebut tidak berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pada penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan terhadap data dengan sampel perusahaan manufaktur selama periode 2020-2022 dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang bertujuan untuk mengetahui apakah di antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi tersebut terdapat hubungan yang kuat atau tidak. Jika hasil menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,01$ atau nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya jika nilai *tolerance* $< 0,01$ atau nilai VIF > 10 maka dinyatakan terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Pada penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan terhadap data sampel perusahaan manufaktur selama periode 2020-2022 dengan melihat nilai *durbin-watson* untuk mengetahui apakah pada periode t dengan residual periode sebelumnya ($t-1$) terdapat korelasi antara residual. Berdasarkan penelitian Robbani *et al.* (2023), keberadaan autokorelasi dapat dilihat dari tabel *durbin-watson* sebagai berikut:

- 1) Jika angka $DW > 2$ berarti terdapat autokorelasi negatif
- 2) Jika $-2 < DW < 2$ berarti tidak ada autokorelasi
- 3) Jika angka $DW < -2$ berarti terdapat autokorelasi positif

d. Uji Heteroskedastisitas

Pada penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan terhadap data sampel perusahaan manufaktur selama periode 2020-2022 dengan melihat grafik *scatterplot* yang bertujuan untuk mengetahui apakah variansinya konstan (homoskedastisitas) atau tidak. Menurut Robbani *et al.* (2023) dasar analisis yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka dapat disimpulkan telah terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y , maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Dengan demikian model penelitian akan dianggap baik jika tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (X1) dan *profitabilitas* (X2) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y). Analisis ini dapat dikatakan layak jika nilai signifikansinya sebesar $< 0,05$.

Berikut model persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Dengan:

Y = Nilai perusahaan model regresi linier

α = Konstanta

β_i = Koefisien regresi, $i=1,2,\dots,6$

X_1 = Pengungkapan *corporate social responsibility*

X_2 = *Profitabilitas*

X_3 = *Leverage*

X_4 = Ukuran perusahaan

ε = *Error*

3.6.4 Uji Goodness of Fit

1. Uji Statistik F

Pada penelitian ini, hipotesis yang akan diuji kebenarannya menggunakan uji statistik F. Uji statistik ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dasar pengambilan

keputusan pada uji statistik f adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka secara simultan variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka secara simultan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

2. Koefisien Determinasi

Pada penelitian ini, hipotesis yang akan diuji kebenarannya menggunakan uji statistik F. Uji koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi adjusted R memiliki nilai sebesar nol dan satu. Apabila nilai *adjusted* R² mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mampu menjelaskan hampir seluruh informasi dalam memprediksi variabel dependen. Apabila nilai *adjusted* R² kecil, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen dalam menjelaskan informasi sangat terbatas.

3.6.5 Uji Hipotesis

1. Uji Statistik T

Pada penelitian ini, hipotesis yang akan diuji kebenarannya menggunakan uji statistik t. Uji statistik ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan pada uji statistik t digunakan untuk menguji hipotesis satu dan hipotesis dua sekaligus variabel kontrol yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka secara individual variabel independen tidak

berpengaruh terhadap variabel dependen atau dengan kata lain hipotesis H_a ditolak

- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka secara individual variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau dengan kata lain hipotesis H_a diterima



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Sampel Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2022 dengan jumlah 196 perusahaan. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dimana metode ini lebih menekankan pada kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun proses pengambilan sampel berdasarkan kriteria adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2020-2022	196
2.	Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> selama periode 2020-2022	(8)
3.	Perusahaan manufaktur yang tidak menggunakan mata uang rupiah selama periode 2020-2022	(32)
4.	Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba selama periode 2020-2022	(71)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan <i>sustainability report</i> selama periode 2020-2022	(66)
Jumlah sampel penelitian per tahun		19

Sumber: Data sekunder yang diolah

Berdasarkan metode *purposive sampling*, pada penelitian ini dapat diperoleh sampel sebanyak 19 perusahaan. Karena penelitian ini menggunakan tiga tahun pengamatan, maka data yang digunakan dan dianalisis sebanyak 57 data perusahaan.

4.2 Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menjelaskan, mendeskripsikan, dan mengolah data berdasarkan beberapa komponen diantaranya mean, standar deviasi, minimum, dan maksimum. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi pengungkapan *corporate social responsibility*, *profitabilitas*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan. Pada penelitian ini menggunakan data sebanyak 57 sampel. Hasil dari pengujian statistik deskriptif dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 2
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	57	0,08	0,51	0,2784	0,11206
ROA	57	0,01	0,35	0,0921	0,07939
DER	57	0,07	3,58	0,7235	0,76982
SIZE	57	26,48	33,66	29,8025	0,64546
PBV	57	0,12	56,79	3,9691	10,31577
Valid N (listwise)	57				

Sumber: Output SPSS Lampiran 4

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa:

1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Berdasarkan dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif bahwa pada pengungkapan *corporate social responsibility* yang diukur dengan CSR mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,08, nilai maksimum sebesar 0,51, nilai mean sebesar 0,2784, dan standar deviasi sebesar 0,11206. Variabel penelitian ini memiliki nilai standar deviasi lebih

kecil dari mean. Artinya penyebaran data pengungkapan *corporate social responsibility* cenderung tidak merata.

2. *Profitabilitas*

Berdasarkan dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif bahwa pada *profitabilitas* yang diukur dengan ROA mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,01, nilai maksimum sebesar 0,35, nilai mean sebesar 0,0921, dan standar deviasi sebesar 0,07939. Variabel penelitian ini memiliki nilai standar deviasi lebih kecil dari mean. Artinya penyebaran data *profitabilitas* cenderung tidak merata.

3. *Leverage*

Berdasarkan dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif bahwa pada *leverage* yang diukur dengan DER mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,07, nilai maksimum sebesar 3,58, nilai mean sebesar 0,7235, dan standar deviasi sebesar 0,76982. Variabel penelitian ini memiliki nilai standar deviasi lebih besar dari mean. Artinya penyebaran data pengungkapan *leverage* cenderung merata.

4. *Ukuran Perusahaan*

Berdasarkan dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif bahwa pada ukuran perusahaan yang diukur dengan SIZE mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 26,48, nilai maksimum sebesar 33,66, nilai mean sebesar 29,8025, dan standar deviasi sebesar 1,64546. Variabel penelitian ini memiliki nilai standar deviasi lebih kecil dari mean. Artinya penyebaran data ukuran perusahaan cenderung tidak merata.

5. Nilai Perusahaan

Berdasarkan dari tabel 4.2 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif bahwa pada nilai perusahaan yang diukur dengan PBV mempunyai nilai terkecil (minimum) sebesar 0,12, nilai maksimum sebesar 56,79, nilai mean sebesar 3,9691, dan standar deviasi sebesar 10,31577. Variabel penelitian ini memiliki nilai standar deviasi lebih besar dari mean. Artinya penyebaran data nilai perusahaan cenderung merata.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Terdapat beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi pada persamaan regresi linier berganda. Hal tersebut perlu dilakukan untuk menghindari persamaan regresi yang berpotensi adanya penyimpangan. Berikut ini beberapa uji asumsi klasik yang harus dilakukan diantaranya:

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Dapat dikatakan normal jika nilai *asymptotic Kolmogorov Smirnov* $> 0,05$. Data yang berdistribusi normal dapat menjelaskan bahwa model regresi tersebut termasuk dalam kategori regresi yang baik. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 3**Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov**

Model	N	Asymp.Sig. (2-tailed)	Keterangan
1.	57	0,200	Normal

Sumber: Output SPSS Lampiran 5

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa hasil uji *Kolmogorov Smirnov* diperoleh nilai signifikansi 0,200. Karena $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal sehingga model regresi layak digunakan untuk tahapan selanjutnya karena telah memenuhi uji normalitas.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah di antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi tersebut terdapat hubungan korelasi atau tidak. Apabila terdapat hubungan korelasi maka model regresi tersebut terkena multikolinearitas. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF). Jika hasil menunjukkan nilai *tolerance* $> 0,01$ atau nilai VIF < 10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 4

Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1.	CSR	0,866	1,155
	ROA	0,971	1,030
	DER	0,949	1,053
	SIZE	0,851	1,175

Sumber: Output SPSS Lampiran 6

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* masing-masing dari variabel memiliki nilai $> 0,01$ dan nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) < 10 . Artinya model regresi yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas karena tidak adanya hubungan korelasi antara variabel independen.

4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah pada periode t dengan residual periode sebelumnya ($t-1$) terdapat korelasi antara residual. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan *Durbin-Watson* dengan syarat $-2 < DW < 2$. Artinya jika hasil autokorelasi sesuai dengan syarat tersebut maka uji autokorelasi dalam penelitian ini dapat terpenuhi. Hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 5

Hasil Uji Autokorelasi

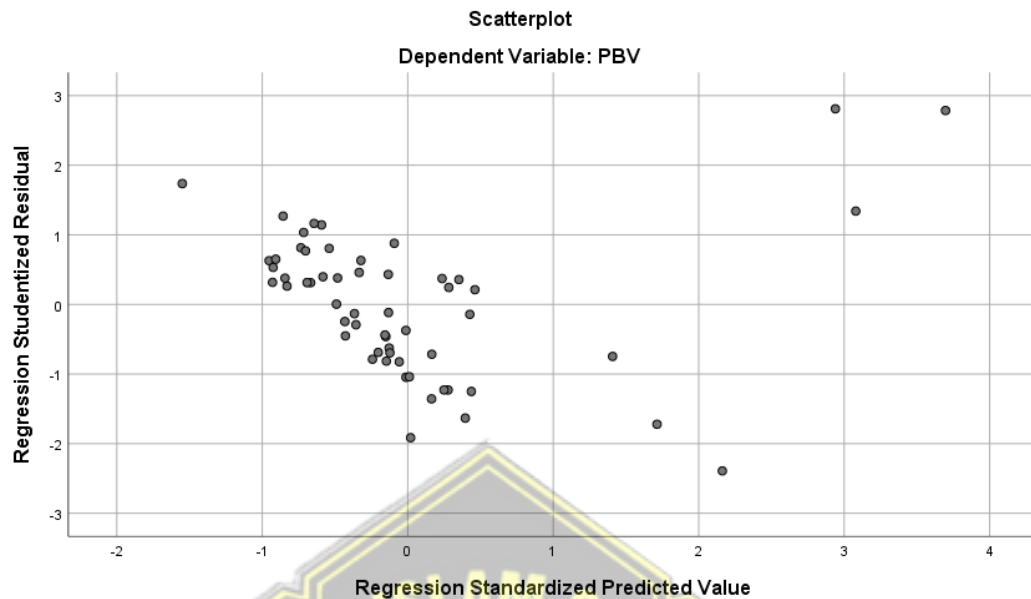
Model	N	Signifikansi	Keterangan
1	57	1,187	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Output SPSS Lampiran 7

Berdasarkan tabel 4.5 dapat disimpulkan bahwa *Durbin-Watson* memiliki nilai sebesar 1,187. Karena $-2 < 1,187 < 2$ maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi autokorelasi pada model regresi. Sehingga penelitian ini tidak terjadi problem autokorelasi, baik secara positif maupun negatif karena residual dapat disimpulkan bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan dengan melihat grafik *Scatter Plot* dari nilai prediksi variabel terikat berupa *SRESID* dan dengan residual error berupa *ZPRED*. Jika dalam grafik *Scatter Plot* tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Grafik Scatter Plot

Berdasarkan gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Sehingga hasil ini menunjukkan model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Perhitungan analisis regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan bantuan komputer berupa SPSS. Hasil dari uji regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	0,352	0,052	6,735	0,000
CSR	-0.041	0,026	-1,608	0,114
ROA	0,439	0,034	12,844	0,000
DER	-0,031	0,007	-4,508	0,000
SIZE	0,006	0,002	3,620	0,001

Sumber: Output SPSS Lampiran 8

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dapat dibuat model persamaan sebagai berikut:

$$PBV = 0,352 - 0,041 CSR + 0,439 ROA - 0,031 DER + 0,006 SIZE + \epsilon$$

Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 0,352 dan nilai sig 0,000 (<0,05), artinya menunjukkan bahwa apabila masing-masing variabel independen berupa pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* nilainya diasumsikan tetap atau konstan, maka nilai perusahaan manufaktur adalah sebesar 35,2%.
2. Koefisien regresi pada variabel independen berupa pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai -0,041 yang bernilai negatif dan memiliki nilai sig 0,114 (>0,05). Artinya pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Koefisien regresi pada variabel independen berupa *profitabilitas* memiliki nilai 0,439 yang bernilai positif dan memiliki nilai sig 0,000 ($<0,05$). Artinya *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti semakin besar laba yang diperoleh perusahaan maka nilai perusahaan akan meningkat.
4. Koefisien regresi pada variabel kontrol berupa *leverage* memiliki nilai -0,031 yang bernilai negatif dan memiliki nilai sig 0,000 ($<0,05$). Nilai ini berarti variabel *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin kecil nilai *leverage* akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai pada perusahaan manufaktur dengan kode 1 (perusahaan sehat $< 100\%$) lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan kode 0 (perusahaan tidak sehat $> 100\%$).
5. Koefisien regresi pada variabel kontrol berupa ukuran perusahaan memiliki nilai 0,006 yang bernilai positif dan memiliki nilai sig 0,001 ($<0,05$). Nilai ini berarti variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai pada perusahaan manufaktur dengan kode 1 (perusahaan besar $> 29,8$) lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan kode 0 (perusahaan kecil $< 29,8$).

4.5 Uji Goodness of Fit

4.5.1 Uji Statistik F

Uji statistic F merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil dari uji statistik F dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 7

Hasil Uji Statistik F

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,069	2	0,035	51,245	0,000
	Residual	0,036	54	0,001		
	Total	0,106	56			

Sumber: Output SPSS Lampiran 9

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa nilai F-hitung sebesar 51,245 dan memiliki sig 0,000 ($<0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.5.1 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi nilai *adjusted R²* yakni sebesar nol dan satu. Apabila nilai *adjusted R²* mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen mampu menjelaskan hampir seluruh informasi dalam memprediksi variabel dependen. Apabila nilai *adjusted R²* kecil, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen dalam menjelaskan informasi dalam

memprediksi variabel dependen sangat terbatas. Hasil dari uji koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,809	0,655	0,642	0,02599

Sumber: Output SPSS Lampiran 10

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diperoleh nilai *adjusted R²* sebesar 0,642. Artinya bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* mampu menjelaskan nilai perusahaan sebesar 64,2% dan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji Statistik T

Uji Statistik T merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh satu variabel secara individual dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil dari uji T dapat dilihat pada tabel 4.6.

1. Pengujian Hipotesis (H1)

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,114 > 0,05$ dan nilai t-hitung $-1,608 <$ dengan t-tabel 2,006 maka dengan kata lain **H₁ ditolak**.

2. Pengujian Hipotesis (H2)

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $12,844 >$ dengan t-tabel $2,006$ maka dengan kata lain **H_2 diterima**. Artinya, semakin besar laba yang diperoleh perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat.

3. Pengujian Variabel Kontrol

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t-hitung $-4,508 >$ dengan t-tabel $2,006$. Artinya, semakin kecil nilai *leverage* akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai pada perusahaan manufaktur dengan kode 1 (perusahaan sehat $< 100\%$) lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan kode 0 (perusahaan tidak sehat $> 100\%$).

4. Pengujian Variabel Kontrol

Berdasarkan hasil analisis data, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t-hitung $3,620 >$ dengan t-tabel $2,006$. Artinya, semakin besar ukuran perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Peningkatan nilai pada perusahaan manufaktur dengan kode 1

(perusahaan besar $> 29,8$) lebih besar dibandingkan dengan perusahaan dengan kode 0 (perusahaan kecil $< 29,8$).

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

4.7.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan yang dibuktikan dengan informasi pengungkapan *corporate social responsibility* yang ternyata belum menjadi pertimbangan penting bagi investor untuk berinvestasi. Hal ini dikarenakan pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi tidak akan berdampak secara langsung pada nilai investasi dan *expected return* dari investasinya.

Investor biasanya akan membeli dan menjual saham tanpa memperhatikan kondisi lingkungan perusahaan. Namun, investor akan cenderung membeli dan menjual saham dengan memperhatikan faktor keuangan, *market economy*, serta berita-berita yang sedang bermunculan sehingga investor umumnya membeli dan menjual saham secara harian. Sedangkan pengungkapan *corporate social responsibility*, tidak dapat digunakan sebagai investasi jangka pendek melainkan investasi jangka panjang untuk menjaga keberlangsungan hidup perusahaan.

Selain itu, pada penelitian ini yang menggunakan sampel perusahaan manufaktur menunjukkan rata-rata pengungkapan *corporate social responsibility* sebesar 27,8% atau sebanyak 25 item dari 91 item indikator pengungkapan dalam

GRI *Standards*. Artinya data *corporate social responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan terjadi ketidak konsistenan dari periode 2020-2022. Hal ini dikarenakan pada tahun tersebut merupakan tahun terjadinya pandemi Covid-19 yang memberikan dampak cukup besar baik dari aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Adanya kebijakan pemerintah dalam mengurangi penyebaran Covid-19 terkait faktor kesehatan bahwa lonjakan kasus yang terinfeksi Covid-19 sangatlah tinggi sehingga pemerintah menganjurkan untuk melakukan pembatasan aktivitas di luar ruangan sehingga mengakibatkan aktivitas ekonomi, sosial, maupun lingkungan menjadi terhambat. Dengan demikian, pengungkapan *corporate social responsibility* menjadi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Nuryana & Bhebhe (2019), Sudarsono & Harahap (2021), dan Arum & Nurhayati (2022) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.2 Pengaruh *Profitabilitas* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang dibuktikan dengan semakin besar nilai *profitabilitas* semakin besar pula laba yang diperoleh suatu perusahaan. Artinya, bahwa tingginya nilai *profitabilitas* menggambarkan semakin efektif perusahaan tersebut dalam mengelola asetnya dan perusahaan bisa diprediksi akan memperoleh keuntungan bagi investor. Hal ini merupakan sinyal positif bagi calon investor dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Profitabilitas bisa dijadikan tolak ukur bagi investor dalam melakukan investasi. Jika kondisi perusahaan dapat menjanjikan keuntungan maka banyak investor yang akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Anisa *et al.* (2022), Tio & Prima (2022) dan Khofifah *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.3 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol berupa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang dibuktikan dengan semakin besar nilai *leverage* maka dapat menurunkan nilai perusahaan. Hal ini akan menjadi beban bagi perusahaan karena hutang yang besar akan menentukan tingkat level kepercayaan investor. Dengan kata lain, laba ditahan yang akan dibagikan kepada investor akan semakin sedikit karena digunakan untuk membayar hutang-hutangnya kepada kreditor sehingga mengakibatkan investor tidak tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Dengan demikian, besarnya penggunaan hutang menggambarkan bahwa perusahaan tersebut termasuk kedalam kategori perusahaan tidak sehat.

Perusahaan dengan nilai *leverage* yang besar memiliki risiko yang cukup tinggi dalam membiayai hutang-hutangnya karena pendapatan yang diperolehnya akan berkurang untuk membayar hutang tersebut. Hal ini akan berdampak pada kurangnya minat investor untuk berinvestasi apabila perusahaan memiliki nilai *leverage* yang tinggi. Rendahnya permintaan investor akan mengakibatkan nilai perusahaan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian

oleh Santania & Jonnardi (2020) dan Kolamban *et al.* (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.7.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol berupa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang dibuktikan dengan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran besar umumnya lebih fleksibel dalam mengelola sumber dayanya sehingga dianggap mampu untuk meningkatkan laba perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar juga lebih banyak dikenal publik sehingga produk yang dihasilkan sudah dipercayai oleh masyarakat luas. Hal ini tentu akan berdampak pada penjualan serta dengan mudah mampu meningkatkan laba perusahaan. Dengan demikian, semakin besar ukuran perusahaan akan memberikan sinyal positif kepada calon investor agar tertarik untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

Perusahaan besar juga cenderung akan mendapat perhatian investor karena dianggap memiliki kondisi yang stabil. Kondisi kestabilan itulah menjadi penyebab naiknya harga saham di pasar modal. Harga saham yang naik akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Arum & Nurhayati (2022), Damayanti & Darmayanti (2022), dan Hidayat & Khotimah (2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan dengan *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020-2022. Analisis data menggunakan komputer dengan bantuan software SPSS 26 dengan 57 data. Berdasarkan hasil pengujian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama pada penelitian ini berbunyi pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang diajukan **ditolak**.
2. Hipotesis kedua pada penelitian ini berbunyi *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis yang diajukan **diterima**.
3. Variabel kontrol berupa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Variabel kontrol berupa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian, diantaranya:

1. Perubahan klasifikasi daftar perusahaan dari *Jakarta Stock Industrial Classification* (JASICA) ke *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) pada tahun 2020 yang terbagi menjadi 11 sektor, sedangkan perusahaan manufaktur dalam penelitian ini tidak termasuk kedalam IDX-IC maka peneliti masih menggunakan sistem klasifikasi perusahaan berdasarkan JASICA.

5.3 Saran

Dalam penelitian ini penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, diantaranya:

1. Pada penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengganti subjek penelitian berdasarkan klasifikasi IDX-IC seperti sektor infrastruktur, properti dan real estate maupun keuangan.
2. Dalam penelitian ini diperoleh pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa menambah variabel independen lain karena masih banyak variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti kebijakan dividen, struktur modal, maupun kepemilikan manajerial.
3. Penelitian ini menggunakan data dengan periode yang singkat yaitu tahun 2020-2022 dimana pada tahun tersebut adalah tahun terjadinya pandemi, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan untuk menggunakan periode tahun yang lebih panjang agar mampu memberikan hasil lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, N. R., & Sartika, F. (2022). Pengaruh *Profitabilitas* dan *Financial Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *KREATIF : Jurnal Ilmiah* , 10, 97–108.
- Anisa, N., Hermuningsih, S., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Kebijakan Dividen dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan: Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor *Food And Beverages*. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4, 321. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v4i2.707>
- Arum, P. F. S., & Nurhayati, I. (2022). Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9, 320–330.
- Aulia, N. A., Mustikawati, R. I., & Hariyanto, S. (2020). *Profitabilitas*, Ukuran Perusahaan dan *Intellectual Capital* Terhadap Nilai Perusahaan. In *Journal Riset Mahasiswa Manajemen (JRMM)* (Vol. 6). <http://ejournal.unikama.ac.id>
- Damayanti, N. M. E., & Darmayanti, N. P. A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Likuiditas*, *Profitabilitas*, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi dan Logistik. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(8), 1462. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2022.v11.i08.p02>
- Febrianti, D. D., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perbankan*, 14, 351–362.
- Halim, K. I. (2022). Pengaruh *Cash Holdings*, *Growth Opportunity*, dan

Profitability Terhadap Firm Value. Jurnal Maneksi, 11, 252–258.

Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 10(1)*, 1–8. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i1.1175>

Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi, 31(7)*, 1854. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>

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, Manajemen Dan Ekonomi, 3*, 17–25.

Kolamban, D., Murni, S., Baramuli, D., (2020). Analisis Pengaruh *Leverage, Profitabilitas*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA, 8(3)*, 174–183.

Mardhatillah, B. A., Waluyo, B., & Fatah, D. A. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan Struktur Modal terhadap *Profitabilitas* Bank Umum Syariah di Indonesia. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam, 2(3)*, 177–186. <https://doi.org/10.36407/serambi.v2i3.238>

Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 8*, 41–56.

Najmi, S., Aminudin, A., Murni, S., & Untu, V. N. (2023). Analisis Kinerja

Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Transportasi di Bursa Efek Indonesia (Vol. 11, Issue 1).

Nuryana, I., & Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* Sebagai Variabel Moderating. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 142–146. <https://doi.org/10.26905/afr.v2i2.3261>

Pujarini, F. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. In *Journal of Accounting & Management Innovation* (Vol. 4, Issue 1).

Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2020). *Corporate Governance, Corporate Profitability Toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016)*. *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>

Rehanil, D., Aurora, T., & Solikhin, A. (2021). *The Effect of Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value With Firm Size as a Moderating Variable*. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Universitas Jambi*, 6(1), 10–17. <https://online-journal.unja.ac.id/jaku>

Risqi, U. A., & Suyanto, S. (2022). Pengaruh *Return On Asset* dan *Return On Equity* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1122–1133. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.846>

Robbani, A. L., Hasbullah, E. S., & Subartini, B. (2023). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Teorema: Teori Dan*

Riset Matematika, 8(1), 71. <https://doi.org/10.25157/teorema.v8i1.8121>

Sari Permata, I. (2020). Determinan Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Bisnis*, 3(2).

Satria Bagaskara, R., Hendra Titisari, K., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage*, Ukuran perusahaan dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/forumekonomi>

Savitri, D. A. M., Kurniasari, D., & Mbiliyora, A. (2021). Pengaruh *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019). *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 21(2), 500–507. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i2.1825>

Sudarsono, & Harahap, A. S. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Profitabilitas* dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Applied Business and Engineering Conference*, 1–19.

Syahrizal, A., Anita, E., & Anik. (2022). Pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage* dan *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Bidang Property dan Real Estate di Indonesia Sharia Stock Index 2016-2020). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 848. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4520>

Taniman, A., & Jonnardi. (2020). Pengaruh *Leverage*, *Likuiditas*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Vol. 2, Issue 2020).

Vilantika, E., & Agus Santoso, R. (2022). Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Kontrol: Pengaruh Likuiditas dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Business and Economics Conference in Utilization of Modern Technologi,
119–129. <https://journal.unimma.ac.id>

Wibawa, D. S., & Khomsiyah, K. (2022). Pengaruh Lingkungan Yang Dimoderasi Oleh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pandemi Covid-19. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(4), 3501–3509. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1189>

Yuliartanti, A. R., & Handayani, R. S. (2022). *The Influence of Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Company Value with Investor's (Empirical Study on Infrastructure Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2018-2020)*. <http://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/index>

