

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* ,
LEVERAGE , DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN**

Skripsi

Program studi akuntansi



Disusun Oleh:
Muhammad Davarick Idris
31402000098

PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2024

SKRIPSI
PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* ,
***LEVERAGE* , DAN PROFITABILITAS TERHADAP**
NILAI PERUSAHAAN

Disusun oleh:

Muhammad Davarick Idris

Nim: 31402000098

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi

Program Studi Akutansi

Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

UNISSULA

Semarang, 29 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Dr. Edy Suprianto, SE, M.Si, Akt

NIDN: 0628068202

Pernyataan

Dengan ini saya

Nama : Muhammad Davarick Idris

NIM : 31402000098

Menyatakan bahwa praskripsi ini dengan judul “**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* , *LEVERAGE* , DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**” Kecuali sebagaimana diperintahkan secara tertulis dalam teks pra-tesis ini, yang disebutkan dalam daftar pustaka, tidak pernah ada karya apa pun yang digunakan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu universitas, dan sepanjang pengetahuan saya, juga tidak ada karya atau isinya. dari pikiran seseorang. Saya bersedia karya ini dicancelkan atau dibatalkan apabila ternyata isi skripsi ini memuat karya atau pendapat yang ditulis atau diungkapkan oleh orang lain.

Semarang, 29 Agustus 2024

Muhammad Davarick Idris

KATA PENGANTAR

Bismilahiromanirohim

Assalamu'alaikum Wahrahmatullahi Wabarakatuh

Dengan rahmat saya panjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rezki, karunia, dan bantuan-Nya dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam kehadiran junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, keluarga, sahabat, dan pengikutnya, serta bantuannya hingga akhir zaman, senantiasa kami panjatkan..

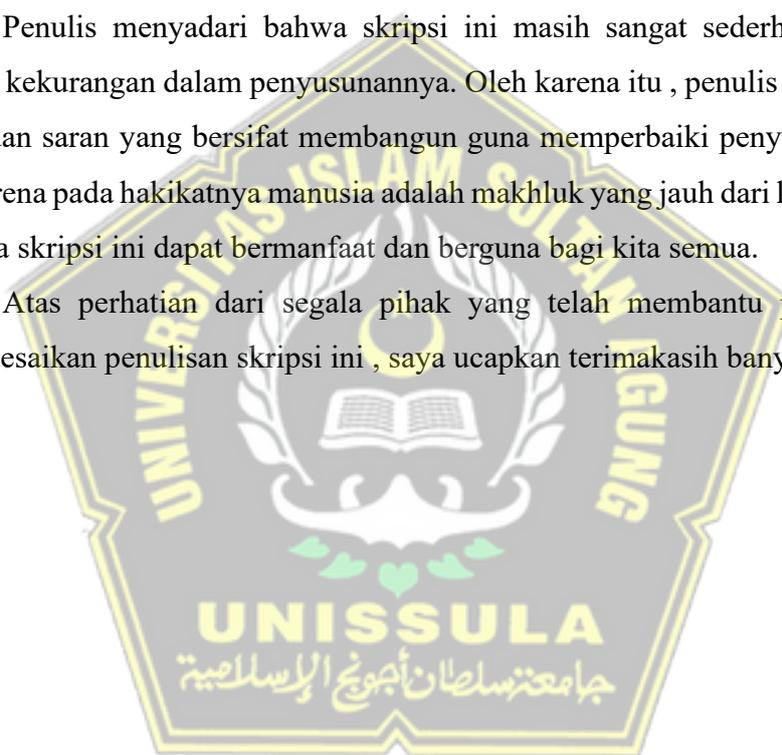
Terlepas dari keterbatasan dan kekurangan yang saya miliki, karya ini lahir dalam bentuk yang sederhana dan masih jauh dari kata sempurna, karena hanya Allah SWT yang mampu mencapai kesempurnaan. Berbagai upaya telah dilakukan untuk menyempurnakan karya ini. Tentu saja berbagai pihak turut berkontribusi dalam terselesainya berbagai tesis tersebut. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Heru Sulistiyo, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang
2. bu Provita Wijayanti, S.E., M.Si.,AK.,CA selaku Ketua Jurusan Akutansi Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang
3. Bapak Dr. Edy Suprianto, S.E., M.Si., Akt. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu,tempat dan pikiran dalam mengarahkan dan mengayomi penulis sehingga pra skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sultan Agung Semarang. Yang telah mendidik dengan sabar, pantang menyerah dan semangat serta memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.

5. Ibunda Lidya Yanti dan Ayahanda Yumiza Idris, dan adik-adik saya yang sangat menyayangiku dan selalu mendoakan, membimbing, dan mendukungku lahir dan batin hingga aku menyelesaikan skripsi ini. Ridho, anak pertama yang kau besarkan dengan air mata kebahagiaan dan pengorbanan adalah tujuan hidupku untuk memberikanmu kegembiraan dan kebahagiaan. Serta Resa Yuliana yang selalu menemani saaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat sederhana dan serta banyak kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu , penulis membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna memperbaiki penyusunan skripsi ini. Karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk yang jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi kita semua.

Atas perhatian dari segala pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini , saya ucapkan terimakasih banyak.



Daftar Isi

KATA PENGANTAR.....	4
BAB 1	10
PENDAHULUAN	10
1.1 Latar Belakang Masalah.....	10
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB 2	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Teori Sinyal.....	17
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	17
2.3 Leverage.....	18
2.4 Profitabilitas	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Hipotesis Penelitian.....	30
2.6.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	30
2.6.2 Pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan.....	31
2.6.3 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan	31
2.7 Kerangka Konseptual.....	32
BAB 3	33

METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel	33
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.5 Defenisi Variabel dan Indikator	35
3.5.1 Nilai Perusahaan	35
3.5.2 <i>Corporate Social Responsibility</i>	36
3.5.3 Leverage.....	36
3.5.4 Profitabilitas.....	37
3.6 Teknik Analisis Data	37
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.6.3.1 Uji Normalitas.....	39
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas.....	39
3.6.3.3 Uji Autokorelasi	40
3.6.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	40
3.6.4 Uji Hipotesis	40
3.6.4.1 Uji Model	41
3.6.4.2 Uji parsial.....	41
3.6.4.3 Uji determinasi.....	41

BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Deskriptif Objek Penelitian.....	43
4.2 Analisis Data	44
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	44
4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas	47
4.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
4.2.2.4 Uji Autokorelasi	49
4.2.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	50
4.2.4 Uji Kelayakan Model.....	52
4.2.4.1 Uji Statistik F	52
4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi	53
4.2.5 Uji Hipotesis	53
4.2.5.1 Hipotesis 1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan.....	53
4.2.5.2 Hipotesis 2 Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan	54
4.2.5.3 Hipotesis 3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.....	54
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	54
4.3.1 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	54
4.3.2 Pengaruh <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	56
4.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	58
BAB V.....	60
PENUTUP.....	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Implikasi	61

5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.4 Agenda penelitian Mendatang.....	62
Daftar Pustaka	63



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan dunia bisnis yang sangat dinamis, nilai perusahaan menjadi krusial untuk kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan sejauh mana sebuah perusahaan mampu memberikan manfaat kepada para pemegang sahamnya dan membangun fondasi yang kokoh bagi pertumbuhan perusahaannya untuk mendapatkan efek yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, nilai perusahaan tidak hanya tercermin dalam nilai pasar saham, tetapi juga melibatkan aspek-aspek lain seperti reputasi produk, keberlanjutan lingkungan, etika bisnis, dan kontribusi sosial. Terdapat sebuah pemikiran yang mengatakan bahwa semakin banyaknya pemahaman yang memahamkan, sebuah kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan tidak hanya diukur oleh keuntungan finansial semata, melainkan juga oleh dampak positifnya terhadap masyarakat juga lingkungan sekitarnya dan ini mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan yaitu pandangan investor atau penanam modal terhadap kesuksesan Perusahaan dalam suatu waktu. Cara melihat kesuksesan tersebut yaitu dengan melihat perkembangan harga saham perusahaan tersebut. Dengan semakin bagusnya nilai perusahaan maka semakin dapat menarik perhatian pihak eksternal Perusahaan untuk berinvestasi atau menanam modal di Perusahaan tersebut. Dikarenakan melihat betapa pentingnya nilai perusahaan banyak penelitian

penelitian yang telah dilakukan, yaitu apa pengaruhnya penelitian tersebut terhadap nilai Perusahaan. Dan diantaranya adalah pengaruh *corporate social responsibility*, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai Perusahaan.

Kewajiban Sosial Perusahaan (CSR) menjadi pusat objektif untuk menarik perhatian positif masyarakat dan lingkungan, yang dimana seseorang pada umumnya pasti akan merasa senang jika suatu perusahaan sering memikirkan lingkungan sekitar serta Masyarakat yang ada di dalamnya. Sehingga Perusahaan tersebut dianggap peduli dan focus pada ramah lingkungan dan Masyarakat umum. Kewajiban sosial Perusahaan (CSR) dapat dimanfaatkan untuk mengatasi kekhawatiran sosial klien terhadap suatu Perusahaan, karena hal ini dapat memberikan gambaran produk bagi Perusahaan dan menumbuhkan hubungan positif dengan mitra. Perusahaan bekerja karena kepedulian yang wajar terhadap investor, namun juga demi kepentingan mitra dalam kebijakan strategis melalui pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR). Banyak Perusahaan terus berupaya untuk menjamin bahwa organisasi tersebut berfungsi sesuai pedoman atau standar yang berlaku dan Perusahaan juga menjamin bahwa pelaksanaan fungsional organisasi diakui secara sah. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh Perusahaan dapat menarik perhatian klien sebagai mitra fundamental sekaligus sumber model yang dinamis. Selain itu, CSR dapat menyadarkan klien akan komitmennya terhadap kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan Perusahaan yang mencerminkan kepercayaan terhadap organisasi. Menurut penelitian terdahulu oleh Susila & Prena (2019) mengatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan

terhadap nilai Perusahaan. Selain itu, elemen lain yang menentukan pendukung faktor keuangan untuk berkontribusi adalah profitabilitas.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh dalam suatu hubungannya dengan penjualan, total asset maupun modal sendiri (Sartono, 2010). Untuk mendapatkan return para investor-investor menanamkan sahamnya kepada Perusahaan. Dengan bertambahnya kemampuan sebuah Perusahaan untuk memperoleh laba yang besar, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan atau diinginkan investor, sehingga hal ini dapat membuat Perusahaan selangkah menjadi lebih baik. Untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah Perusahaan dalam jangka yang lama profitabilitas mempunyai pengaruh yang berarti semakin tingginya tingkat profitabilitas maka dapat dikatakan bahwa keterjaminan kehidupan suatu Perusahaan dapat diraih dengan baik. Dengan pengetahuan tersebut dapat dikatakan bahwa sebuah Perusahaan dituntut untuk mampu atau bahkan harus memperoleh profit sebesar-besarnya. Selain itu juga, memperoleh keuntungan yang sangat besar juga merupakan salah satu dari tujuan utama didirikannya sebuah Perusahaan. Penelitian terdahulu menurut Krisna & Agret (2021) mengatakan bahwa secara parsial profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Selain itu yang juga mempengaruhi nilai suatu Perusahaan adalah leverage.

Leverage adalah sebuah perhitungan yang biasanya digunakan oleh Perusahaan untuk mengukur kemampuan Perusahaan dalam rangka melunasi hutang-hutang yang dimiliki oleh Perusahaan tersebut. Dengan semakin tingginya leverage maka kepercayaan investor untuk menanamkan modal pada Perusahaan

semakin rendah. Jika apabila hutang suatu Perusahaan itu tinggi dan apabila dalam pengelolaannya dapat menghasilkan profit yang lebih baik, maka untuk membayar atau mengembalikan hutang sesuai waktu yang telah disepakati dapat dipenuhi oleh Perusahaan tersebut. Penelitian sebelumnya mengatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan menurut Indrayani, Endiana & Pramesti (2021).

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Susila & Prena (2019) adalah : (1) Pada penelitian ini menghilangkan variable jenis keputusan pendanaan dengan kebijakan deviden dan menambahkan satu variable independent baru yaitu leverage. Karena peneliti ingin memfokuskan penelitian disana kenapa leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan sehingga variable leverage ditambahkan. (2) Pada penelitian ini menggunakan populasi Perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2021-2023 sedangkan penelitian Susila & Prena (2019) menggunakan populasi Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2016-2017.

1.2 Perumusan Masalah

Beberapa penelitian mengenai nilai perusahaan menunjukkan perbedaan hasil antara peneliti satu dengan penelitian lainnya. Maka penelitian ini ingin menguji Kembali dan mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2021-2023. Menurut Sudjana dan Angraini (2021) *corporate social responsibility* berpengaruh positif

terhadap nilai perusahaan, hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah, Astuti, dan Irawan (2021) yang mengatakan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian mengenai *leverage* oleh Indrayani, Endiana, dan Pranesti (2021) mengatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) yang menyatakan *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk variabel profitabilitas menurut Rosalia, Utami, dan Pratiwi (2022) mengatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2021) yang mengatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana pengaruh *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan”

Sehingga pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sedangkan maksud dari tujuan penelitian yaitu cara untuk memudahkan peneliti menjalankan tahapan penelitian sehingga menjadi jelas arah penelitian. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap peningkatan nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis merupakan manfaat penelitian yang dapat dari sebuah penelitian untuk jangka Panjang pengembangan teori penelitian. Maka semoga penelitian ini dapat menjadi sebuah referensi tambahan bagi para peneliti ataupun pihak akademis yang ingin mengembangkan penelitian-penelitian selanjutnya .

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan manfaat penelitian yang dapat diambil peneliti itu sendiri maupun pada pihak-pihak yang berkepentingan. Maka manfaat praktis yang dapat diambil dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- a. Masyarakat

Penelitian ini dapat menyediakan wawasan yang mendalam tentang referensi dan kebutuhan Masyarakat lokal. Hal ini membantu Perusahaan dalam dalam merancang dan mengimplementasikan program tanggung jawab sosial Perusahaan yang lebih efektif dan relevan bagi Masyarakat di sekitarnya.

b. Perusahaan

Penelitian ini dapat membantu dalam mengevaluasi dampak positif dan negatif dari aktivitas Perusahaan terhadap Masyarakat. Dengan demikian, Perusahaan dapat mengidentifikasi area Dimana mereka dapat meningkatkan kontribusi mereka atau mengurangi dampak negatif mereka.

c. Investor

Dengan penelitian ini diharapkan dapat memikat para investor dikarenakan penelitian ini bisa menjadi bahan para investor untuk melakukan investasi



BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal merupakan sinyal yang menggambarkan kondisi perusahaan kepada investor sebagai rasa tanggung jawab atas pengelolaan Perusahaan Lanawati dan amylin (2015). Aktivitas organisasi yang memberikan pedoman atau petunjuk kepada investor tentang bagaimana mereka melihat kemungkinan-kemungkinan perusahaan.

Perusahaan pasti tentunya akan menghasilkan laba atau rugi, dan ini akan menjadi kabar di pasar modal. Yang Dimana keuntungan akan menjadi berita baik yang akan memberikan sinyal positif yang bisa menarik investor dan begitu pula sebaliknya Ratih dan Damayanti (2016). Hal ini sejalan dengan pendapat yang menjelaskan bagaimana Perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan Dimana sinyal ditangkap berupa *bad news* atau *good news* Dewi (2017).

2.2 *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility dapat di artikan sebagai Upaya Perusahaan untuk meningkatkan citra public yang baik melalui program-program amal eksternal ataupun internal Puta dan Setiawan (2022). Dan untuk mendalami apa maksud dari defenisi ini memerlukan konfirmasi bahwa kebijakan CSR adalah Tindakan yang baik bagi perusahaan dan menjadi hal yang berdampak positif pada Masyarakat. Perusahaan yang melakukan Tindakan tanggung jawab sosial CSR ini berharap akan mendapat respom positif oleh para pelaku pasar

Suatu program atau tindakan sosial kemasyarakatan yang terkesan di luar jangkauan kepentingan perusahaan disebut dengan CSR. CSR merupakan salah satu faktor non keuangan yang pada saat ini harus dipertimbangkan oleh perusahaan oleh perusahaan dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan sehingga dapat merefusi risiko sosial dan dapat menolong perusahaan dalam jangka waktu yang lama. Dengan melakukan kewajiban sosial perusahaan juga diharapkan dapat meningkatkan citra perusahaan dan meningkatkan kesepakatan kepada pelaku pasar dan ini dapat juga meningkatkan nilai perusahaan. perusahaan yang melakukan CSR tentunya ingin mendapatkan reaksi positif dari pelaku pasar. Apresiasi dan respons pasar yang positif ini menghasilkan eksekusi pasar yang hebat bagi perusahaan sehingga menghasilkan nilai perusahaan yang tinggi dan perusahaan secara efektif menarik aset *new* atau baru. Oleh sebab itu ini memungkinkan perusahaan untuk *mencreate* atau menciptakan situasi ekonomi yang pas, sehingga selanjutnya untuk mengembangkan nilai Perusahaan dapat dengan lancar dicapai dikarenakan CSR yang baik dan respon yang baik juga dari pada pelaku pasar.

Berbeda dengan temuan penelitian yang dilakukan oleh Afifah, Astuti, dan Irawan yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, penelitian yang dilakukan oleh Susila dan Prena (2019) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan..

2.3 Leverage

Kapasitas perusahaan untuk memanfaatkan hutang untuk memaksimalkan keuntungan dikenal sebagai leverage. *Leverage* juga bisa disebut untuk mengukur

seberapa besar suatu perusahaan dibiayai dengan hutang Kasmir (2017). Dengan perolehan sumber dana tersebut digunakan untuk mendanai investasi yang direncanakan oleh Perusahaan. Oleh karena itu, seorang manajer harus akurat dan tepat dalam mempertimbangkan keuntungan dan risiko yang dihadapi untuk menentukan sumber dana yang akan digunakan. Hidayat (2018) Keputusan pendanaan berasal dari dua yaitu hutang dan modal sendiri.

Leverage ini digunakan sebagai pengukuran *financial leverage* dari Perusahaan yang Dimana semakin besar *leverage* menunjukkan struktur permodalan lebih banyak dibiayai pinjaman, sehingga mengakibatkan ketergantungan Perusahaan terhadap kreditur semakin meningkat. Hal ini menyebabkan *return* saham akan semakin menurun dan akan berpengaruh terhadap *return* saham Lestari, Andini, dan Oemar (2016). *Lverage* dapat juga digunakan sebagai bahan menakar tingkat kemampuan suatu perusahaan dalam hal melunasi semua kewajiban milik perusahaan yang bersumber dari hutang.

Menurut penelitian yang dilakukan Hidayat (2019) *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian lain yaitu oleh Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2021) yang mengatakan hal yang serupa.

2.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan ekuitas Dina dan Abdulkadir (2020). Besar kecilnya laba yang dihasilkan suatu perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin banyak laba maka perusahaan

tersebut akan semakin dihargai, hal ini membuat investor semakin percaya diri untuk berinvestasi pada perusahaan Rudangga (2016).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Krisna dan Agret (2021) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian dari Risma dan Suparno (2021), Jayanti, Wikan dan Desy (2022), Dessy dan Nafis (2021), serta Dewi dan Sugiyono (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 1.0
Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Pengaruh keputusan pendanaan, kebijakan deviden, profitabilitas dan <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan	Sudjana dan Anggraini (2021)	Variable dependen : 1. Nilai perusahaan Variable independen : 1. Keputusan Pendanaan 2. Kebijakan Deviden 3. Profitabilitas 4. <i>Corporate Social Responsibility</i>	1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variable keputusan pendanaan terhadap nilai Perusahaan 2. Terdapat pengaruh positif signifikan variable kebijakan deviden terhadap nilai Perusahaan 3. Terdapat pengaruh positif signifikan variabel profitabilitas

				<p>terhadap nilai Perusahaan</p> <p>4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variable CSR terhadap nilai perusahaan</p>
2	<p>Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Jayanti (2018)</p>	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Structural modal 3. Likuiditas 4. Ukuran perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan 2. Structural modal tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 3. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 4. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan
3	<p>Pengaruh rasio likuiditas, profitabilitas, struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bej tahun 2015-2017</p>	<p>Chasanah (2018)</p>	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Likuiditas 2. Profitabilitas 3. Structural modal 4. Ukuran perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan 3. Structural modal berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan 4. Ukuran Perusahaan berpengaruh

				signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Pengaruh <i>corporate social responsibility</i> (csr) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan	Afifah, Astuti dan Irawan (2021)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai perusahaan <p>Variable independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CSR 2. Reputasi perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasilnya yaitu CSR berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan 2. Reputasi Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
5	Pengaruh profitabilitas, kebijakan utang, kebijakan dividen, keputusan investasi, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan	Suardana, Endiana, dan Arizona (2020)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Kebijakan utang 3. Kebijakan deviden 4. Keputusan investasi 5. Ukuran perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. Variable kebijakan utang tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 3. Kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 4. Keputusan investasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 5. Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan

				signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Faktor – faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan	Sembiring dan Trisnawati (2019)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan Manajerial 2. Kepemilikan Institusional 3. Struktur Modal 4. Profitabilitas 5. Pertumbuhan Perusahaan 6. Ukuran Perusahaan 7. Kebijakan Dividen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 2. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 3. Structural modal tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 4. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 5. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 6. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 7. Kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7	Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, kebijakan dividen, akuntansi	Indrayani, Endiana dan Pramesti (2021)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan

	lingkungan, <i>leverage</i> dan likuiditas terhadap nilai perusahaan		<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan 2. Profitabilitas 3. Kebijakan deviden 4. Akuntansi lingkungan 5. <i>LEVERAGE</i> 6. likuiditas 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 3. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 4. Akuntansi lingkungan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 5. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 6. Likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
8	Pengaruh ukuran perusahaan, <i>return on equity</i> dan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia	Hidayat (2019)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan 2. ROE 3. <i>Leverage</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. ROE berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 3. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

9	Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia	Siregar, Dalimunthe, dan Trijunianto (2019)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. Ukuran Perusahaan 3. Kebijakan deviden 4. <i>Structural modal</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 3. Kebijakan deviden berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan 4. <i>Structural modal</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
10	Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2016-2018	Mesrawati, Clairine, benua, dan Jonaltan (2021)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan pendanaan 2. Kebijakan deviden 3. Keputusan investasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan pendanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. Kebijakan deviden tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan 3. Keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan

11	Struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Nopianti dan Suparno (2021)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas 2. <i>Structural modal</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. <i>Structural modal</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
12	Pengaruh keputusan investasi, pendanaan, kebijakan dividen, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan	Alfita dan Wahidahwati (2018)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan investasi 2. Keputusan pendanaan 3. Kebijakan deviden 4. Pertumbuhan perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keputusan investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. Keputusan Perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan 3. Kebijakan deviden berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan 4. Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan
13	Pengaruh keputusan investasi, ukuran	Amaliyah dan Herwiyanti (2020)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh

	perusahaan, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan		<p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ukuran Perusahaan 2. Keputusan investasi 3. Keputusan pendanaan 4. Kebijakan deviden 	<ol style="list-style-type: none"> 1. signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. Keputusan investasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan 3. Keputusan pendanaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai Perusahaan 4. Kebijakan deviden tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
14	Pengaruh struktur modal, profitabilitas, kebijakan dividen, <i>sales growth</i> , dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan properti dan real estate yang terdaftar pada bursa efek indonesia tahun 2015-2019)	Rosalia, Utami, dan Pratiwi (2022)	<p>Variable dependen :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Structural modal 2. Profitabilitas 3. Kebijakan deviden 4. <i>SALES GROWTH</i> 5. Ukuran perusahaan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Structural modal berpengaruh positif dan signifikan secara silmultan terhadap nilai Perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan 3. Kebijakan deviden berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan

				<p>4. <i>Sales growth</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan</p> <p>5. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
15	<p>Pengaruh kebijakan dividen, kebijakan utang, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi makanan dan minuman yang terdaftar di bea tahun 2016-2017)</p>	<p>Sudjana dan Anggraini (2021)</p>	<p>Variable dependen :</p> <p>1. Nilai Perusahaan</p> <p>Variable independent :</p> <p>1. Kebijakan dividen</p> <p>2. Kebijakan utang</p> <p>3. Profitabilitas</p> <p>4. Ukuran perusahaan</p>	<p>1. Kebijakan dividen tidak berpengaruh terhadap nilai Perusahaan</p> <p>2. Kebijakan utang berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan</p> <p>3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan</p> <p>4. Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>
16	<p>Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang Dan Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan</p>	<p>Fitria dan Irkhami (2021)</p>	<p>Variable dependen :</p> <p>1. Nilai Perusahaan</p> <p>Variable independent :</p> <p>1. Ukuran Perusahaan</p>	<p>1. ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan</p>

			<ul style="list-style-type: none"> 2. Kebijakan hutang 3. profitabilitas 	<ul style="list-style-type: none"> 2. kebijakan hutang berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai Perusahaan 3. profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
17	Pengaruh struktur modal, profitabilitas, dan likuiditas terhadap nilai perusahaan	Maharani (2021)	<p>Variable dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Structural modal 2. Profitabilitas 3. Likuiditas 	<ul style="list-style-type: none"> 1. Structural modal tidak berpengaruh signifikan bernilai negatif terhadap nilai Perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan 3. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan
18	Pengaruh RGEC (<i>Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, dan Capital</i>) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan)	Prabawati, Pradnyani, dan Suciwati (2021)	<p>Variable dependen :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. Nilai Perusahaan <p>Variable independent :</p> <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Risk Profile</i> 2. GCG 3. <i>Earnings</i> 4. <i>Capital</i> 	<ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Risk profile</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai Perusahaan 2. GCG berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan

	Perbankan di BEI 2016-2018)			<p>3. <i>Earnings</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai Perusahaan</p> <p>4. <i>Capital</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p>
--	-----------------------------	--	--	---

2.6 Hipotesis Penelitian

2.6.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility yang diimplementasikan dengan baik tidak hanya berkontribusi pada peningkatan reputasi perusahaan dan hubungan dengan stakeholder, tetapi juga memberikan dampak yang baik bagi lingkungan sekitar dan juga masyarakat. Melalui inisiatif CSR seperti pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dan membangun infarastruktur seperti fasilitas umum dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat dalam meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Secara garis besar praktik CSR yang berkelanjutan tidak hanya menguntungkan perusahaan dari segi reputasi, tetapi juga berperan penting dalam menciptakan perubahan positif yang berdampak luas bagi lingkungan dan msyarakat sekitarnya. Jika CSR semakin tinggi positif maka nilai perusahaan juga semakin baik. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang mengatakan hal yang serupa yaitu CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan oleh Susila

dan Prena (2019), dan juga sofiamira dan asandimitra (2017). Berdasarkan kesimpulan diatas maka dapat ditarik hipnosis sebagai berikut :

H_1 : *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

2.6.2 Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Penggunaan *leverage* yang tinggi, yang mencerminkan penggunaan utang yang signifikan untuk mendanai operasi perusahaan, dapat memiliki dampak negatif yang cukup signifikan terhadap nilai perusahaan. Yaitu dengan biaya keuangan yang tinggi yang harus dibayar oleh perusahaan untuk bunga dan kewajiban utang lainnya dapat mengurangi laba bersih yang tersedia untuk investasi atau distribusi kepada pemegang saham.

Selain itu para investor dan kreditor cenderung melihat *leverage* yang sebagai tanda risiko yang lebih tinggi, yang dapat menyebabkan penurunan harga saham dan penurunan peringkat kredit perusahaan juga dapat mengurangi akses ke pasar modal untuk pembiayaan tambahan. Jika *leverage* semakin tinggi maka nilai perusahaan semakin rendah begitupun sebaliknya. Hal ini serupa dengan penelitian sebelumnya yaitu yang mengatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan Indrayani, Endiana, dan Pramesti (2021) dan juga Hidayat (2019). Berdasarkan penjabaran di atas maka dapat ditarik hipnosis sebagai berikut :

H_2 : *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai Perusahaan.

2.6.3 Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan karena karena menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba yang stabil dan

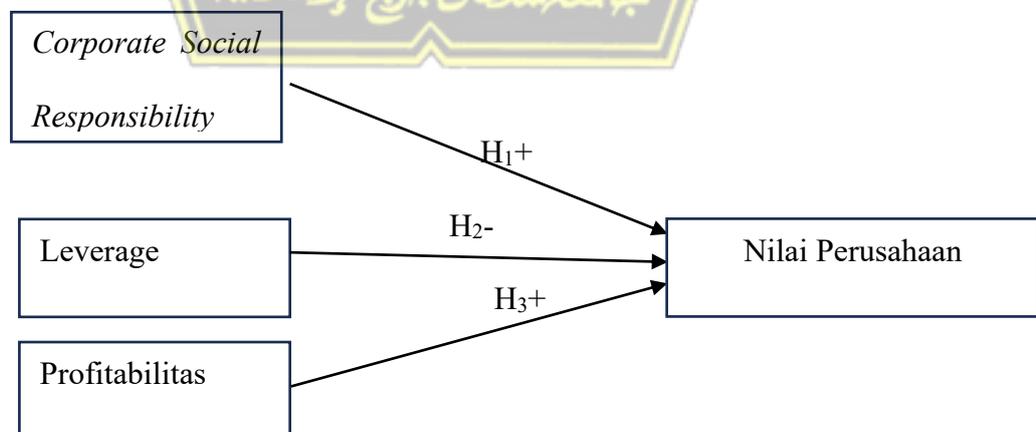
efisien. Ini membuat perusahaan lebih menarik bagi investor, memungkinkan pembayaran deviden yang baik, memberikan fleksibilitas keuangan untuk pertumbuhan, dan meningkatkan kepercayaan kreditur.

Secara keseluruhan, profitabilitas yang tinggi adalah indikator penting dalam menilai kesehatan dan potensi pertumbuhan jangka panjang perusahaan. Jika profitabilitas semakin tinggi maka nilai perusahaan juga semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu oleh Sudjana dan Anggraini (2021) yang mengatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil kesimpulan dari penjabaran di atas maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

H_3 : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan.

2.7 Kerangka Konseptual

Pembenaran penelitian ini dapat diuraikan berdasarkan penjelasan latar belakang dan tinjauan teoritis yang telah dibahas sebelumnya:



Gambar 1.0

Model Kerangka Penelitian

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian atau riset yang berhubungan dengan angka, jumlah, besaran, data, table, statistic, komputasi serta hubungan kuasalitas yang menggunakan rangkaian kerja matematika sehingga datanya dapat dihitung serta menggunakan teori-teori yang berkaitan dengan kuantitas dalam menjawab permasalahan yang ditanyakan Sudarmanto (2022). Pada penelitian ini yang digunakan yaitu berupa data Perusahaan yang berada di bursa efek Indonesia (BEI) yang mempengaruhi nilai Perusahaan beserta laporan keuangan manufaktur makanan dan minuman yang diperlukan dalam penelitian pada periode 2021-2023.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2014), populasi adalah suatu generalisasi yang terdiri dari hal-hal atau orang-orang dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam konteks akademis merujuk kepada individu maupun kelompok yang ditetapkan peneliti dan sekaligus relevan untuk penelitian ini. Pada penelitian ini seluruh pelaku usaha manufaktur makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) akan menjadi populasi penelitian.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2016). Sampel terdiri dari beberapa populasi yang akan

dipilih dengan berbagai kriteria sehingga tidak memungkinkan semua populasi dapat digunakan. Metode pengambilan data yaitu menggunakan metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan syarat tertentu. Terdapat beberapa kriteria pemilihan sampel pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia yang digunakan dan dijadikan sebagai sampel yang akan diteliti. Kriteria penggunaan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdapat pada BEI adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan tergolong jenis perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2021-2023.
2. Perusahaan mempunyai data yang diperlukan secara lengkap serta menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan berturut-turut dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.
3. Perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang laporannya dinyatakan dengan mata uang rupiah tahun 2021-2023.

3.3 Sumber dan Jenis Data

Jenis informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah informasi pendukung berupa laporan tahunan tahun 2021-2023 pada perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian ini menggunakan informasi dari laporan tahunan di situs Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses melalui www.idx.co.id mengenai tanggung jawab sosial perusahaan, leverage, dan profitabilitas di sektor manufaktur.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dipakai yaitu dengan metode dokumentasi. Teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari atau mengumpulkan catatan atau dokumen yang berkaitan dengan masalah yang diteliti Jayanti (2018), yaitu dari perusahaan manufaktur yang *go public* di bursa efek Indonesia (BEI). Penelitian data yang digunakan yaitu data sekunder yang dikumpulkan dengan Teknik dokumentasi berupa data yang berhubungan dengan *corporate social responsibility*, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

3.5 Defenisi Variabel dan Indikator

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang digunakan dalam definisi: variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang menyebabkan atau memengaruhi hubungan antara fenomena yang diamati dan variabel terikat. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah profitabilitas, leverage, dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Variabel terikat adalah subjek pembicaraan yang dipengaruhi oleh faktor bebas. Nilai perusahaan adalah variabel terikat penelitian.

3.5.1 Nilai Perusahaan

Menurut Sirigar, Dalimunthe, dan Trijunianto (2019), kinerja suatu perusahaan tercermin dari harga saham yang terbentuk dari permintaan dan penawaran pasar modal disebut nilai perusahaan. Jumlah pemegang saham akan bertambah seiring dengan tingginya nilai perusahaan, sehingga nilai perusahaan

menjadi sangat penting. Rumus Tobin's Q digunakan untuk menentukan nilai perusahaan ini, sebagaimana yang dikemukakan oleh Indrayani (2021) :

$$Tobin's Q = \frac{(Kapitalis Pasar + Total Utang)}{Total aset}$$

3.5.2 Corporate Social Responsibility

Berdasarkan penelitian Susila dan Prena (2019), CSR adalah suatu penampakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial. Suatu komitmen atau kontribusi yang dibuat Perusahaan untuk membantu perekonomian secara berkelanjutan dengan menerapkan praktik usaha yang baik seiring dengan peningkatan kualitas hidup karyawan, Masyarakat, dan komunitas. Berdasarkan dengan berpedoman pada GRI. Menurut Frendy (2020) rumus dari perhitungan CSR adalah sebagai berikut :

$$CSR = \frac{\text{jumlah item untuk perusahaan}}{91 \text{ item CSR versi GRI}}$$

3.5.3 Leverage

Rasio yang digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam melunasi hutang-hutangnya disebut *leverage* Indrayani (2021). *Leverage* yang cukup tinggi akan tetap dalam kondisi terlindungi dikarenakan mungil kemungkinan terjadinya chapter kebangkrutan sebab belum mampu untuk membayar tanggung jawab atau komitmen kewajiban. Pada penelitian ini rumus untuk perhitungan yaitu menurut Kasmis (2016) :

$$Debt Asset Ratio = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

3.5.4 Profitabilitas

Brigham dan Houston (2010) mendefinisikan profitabilitas sebagai kumpulan rasio yang menunjukkan bagaimana utang, pengelolaan aset, dan likuiditas berinteraksi dengan hasil operasi. Di sisi lain, rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk menilai kapasitas perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari operasi sehari-hari. Persamaan berikut digunakan dalam tinjauan ini untuk menentukan produktivitas Kasmis (2016):

$$\text{Return on Asset} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik pada penelitian kali ini menggunakan metode penyelidikan informasi dengan memanfaatkan berbagai *direct relapse* yang digunakan sebagai cara untuk menentukan pengaruh faktor bebas terhadap variabel terikat. Sebaiknya didahulukan melakukan berbagai investigasi kekambuhan, tes anggapan gaya lama terlebih dahulu dilakukan. Ketepatan kapabilitas relaps dalam mengartikan kualitas asli dapat diperkirakan dari koefisien nilai jaminan, nilai terukur dan nilai faktual (Ghozali 2013).

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini merupakan gambaran umum nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan deviasi standar dari variabel yang dianalisis dalam penelitian ini atau disebut juga analisis statistik deskriptif Suardana, Endiana, dan Arizona (2020).

3.6.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Adapun analisis regresi linear berganda berguna untuk merefleksikan dampak faktor bebas pada variable dependent. Dalam penelitian ini, model regresi berikut digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (hipotesis 1-3):

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

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

A = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisiensi regresi model

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Leverage*

X_3 = Profitabilitas

E = Kesalahan atau Residu

3.6.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengawali mengujian asumsi klasik perlu adanya suatu pengkajian untuk mengetahui ada tidaknya pelanggaran terhadap asumsi-asumsi klasik. Pengujian yang tidak melanggar asumsi-asumsi klasik yang mendasari model regresi linier berganda dapat dikatakan adalah hasil pengujian hipotesis yang baik.

Asumsi-asumsi klasik dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Uji Normalitas
- 2) Uji Multikolinearitas
- 3) Uji Auto Korelasi

4) Uji Heteroskedastisitas

3.6.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah suatu variabel data telah terdistribusi normal atau sebaliknya. Mengetahui apakah residual berdistribusi dengan normal atau sebaliknya dapat ditentukan dengan menggunakan uji statistik atau tabel Ghozali (2013). Hasil dari uji normalitas dapat ditunjukkan dengan tabel atau uji Kolmogoriv-Smirnov. Berikut adalah ketentuan Kolmogorov-Smirnov:

- a. Jika hasil nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan data tidak memiliki distribusi normal.
- b. Jika hasil nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat disimpulkan data memiliki distribusi normal.

3.6.3.2 Uji Multikolinearitas

Variabel independen model regresi diperiksa korelasinya menggunakan uji multikolinearitas. Uji multikolinearitas menunjukkan peningkatan signifikan pada varians koefisien regresi. Nilai toleransi dan faktor inflasi varians (VIF) dapat diperiksa untuk menentukan ada atau tidaknya multikolinearitas. Toleransi merupakan ukuran variabilitas variabel tertentu yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1 nilai ini digunakan untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas Ghozali (2021).

3.6.3.3 Uji Autokorelasi

Autokorelasi mengacu pada hubungan yang ada antara residual dari satu observasi dan residual dari observasi lainnya. Autokorelasi tidak ada dalam model regresi yang baik. Uji autokorelasi Durbin-Watson digunakan dalam penelitian ini. Temuan metode Durbin-Watson mengenai ada atau tidaknya autokorelasi adalah:

1. Jika nilai D-W di bawah $<0,05$ artinya ada faktor autokorelasi
2. Jika nilai D-W di atas $>0,05$ artinya tidak ada faktor autokorelasi .

3.6.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Apabila variabel bebas secara statistik signifikan dalam mempengaruhi variabel terikat, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas Ghazali (2013). Metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan metode grafik. Hasil pengambilan keputusan adalah sebagai berikut menurut Ghazali (2016):

1. Heteroskedastisitas terjadi apabila terdapat suatu pola tertentu, misalnya titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar, kemudian menyempit.
2. Heteroskedastisitas tidak terjadi jika tidak ada pola yang jelas atau jika sumbu y memiliki rentang titik yang lebar di atas dan di bawah angka 0.

3.6.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini bertujuan untuk menjawab yang tertuang dalam hipotesis sekaligus dugaan atas rumusan masalah tersebut. Berikut beberapa hal yang

termasuk dalam uji hipotesis ini antara lain uji model, uji parsial, dan koefisien determinasi.

3.6.4.1 Uji Model

Uji model atau uji f dilakukan untuk menguji apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen Ghozali (2018). Adapun tingkat signifikansinya 5%, sehingga kriteria pengambilan keputusannya sebagai berikut :

1. H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$ dan (P-Value) 0,05 yang berarti variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel terikat.
2. H_0 diterima dan H_1 ditolak jika f_{hitung} lebih kecil dari f_{tabel} dan (nilai p) lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak secara simultan mempengaruhi variabel dependen.

3.6.4.2 Uji parsial

Ghozali (2018) menunjukkan sejauh mana variabel independen menjelaskan sebagian variabel dependen menggunakan uji parsial atau uji-t. Untuk mengetahui konsekuensinya, uji t-esteem pada tingkat kepentingan 5%. Berikut ini adalah cara pengambilan keputusan::

1. H_0 diterima jika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan (Nilai-P) lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan (P-Value) 0,05 yang berarti ada variabel yang mempengaruhi variabel dependen.

3.6.4.3 Uji determinasi

Uji determinasi yang juga dikenal dengan nilai R^2 , digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas atau independen dapat memengaruhi

variabel dependen. Jika nilai koefisien determinasi rendah, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel dependen secara memadai. Sebaliknya, jika nilainya mendekati satu dan jauh dari nol, hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu memberikan semua informasi yang diperlukan untuk memprediksi variabel dependen Ghozali (2016).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskriptif Objek Penelitian

Penelitian ini mencakup populasi perusahaan subsektor Makanan dan Minuman yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Metode purposive sampling merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria sampel dalam penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah usaha manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.	95
2	Tahun 2021 sampai dengan tahun 2023, perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tidak menerbitkan laporan tahunan selama tiga tahun berturut-turut	(-47)
4	Perusahaan yang tidak memiliki informasi yang komprehensif mengenai leverage, profitabilitas, nilai perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan	(-16)
	Jumlah sampel	21
	Jumlah data penelitian : jumlah sampel penelitian x 3 tahun periode : (21 x 3 = 63)	63

Berdasarkan tabel 4.1, terdapat 95 perusahaan manufaktur di subsektor makanan dan minuman yang akan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2021 sampai dengan tahun 2023. Setelah dilakukan proses penentuan sampel dengan menggunakan metode pemeriksaan purposive dengan berbagai aturan tegas yang telah ditunjukkan pada tabel 4.1, maka diperoleh jumlah perusahaan di subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2023 sebanyak 21 perusahaan. Berdasarkan hasil tersebut diperoleh data sampel sebanyak 63 data penelitian.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini terdiri dari nilai rata-rata, simpangan baku, minimum, dan maksimum semuanya digunakan dalam analisis statistik deskriptif Ghazali (2018). Dalam tinjauan ini, faktor-faktor yang digunakan adalah kewajiban sosial perusahaan, pengaruh, produktivitas, dan penghargaan perusahaan. Analisis statistik deskriptif menghasilkan hasil berikut:

Tabel 4.2
Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
CSR	63	,0989	,3626	,2154	,2197	,069795
Leverage	63	,0979	2,311	,4686	,4365	,407550
Profitabilitas	63	,0011	,3428	,0805	,0626	,067853
Nilai Perusahaan	63	,0474	4,632	1,612	1,349	,977299
Valid N (listwise)	63					

Sumber : hasil pengelolaan SPSS 29

Berdasarkan tabel 4.2, penelitian ini menggunakan 63 data sampel penelitian dari perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman yang tercatat di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2021 dan 2023. Merujuk dari hasil data tersebut dapat disimpulkan :

- 1) Variabel CSR merupakan ukuran tingkat tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Indikator GRI G4 91 digunakan untuk menghitung variabel dalam penelitian ini. Informasi ini menunjukkan nilai dasar 0,09 dan nilai tertinggi 0,3. Akasha Wira International Tbk memperoleh nilai terendah, sedangkan Indofood Sukses Makmur Tbk memperoleh nilai tertinggi. Nilai rata-rata yang diperoleh adalah 0,21 dan nilai simpangan baku 0,06. Distribusi data merata, dan hasil ini menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari nilai simpangan baku, yang berarti cukup positif.
- 2) Variabel leverage mengukur sejauh mana nilai rasio perusahaan memanfaatkan utangnya untuk operasinya. Rasio aset utang, atau rumus untuk total kewajiban dibagi dengan total aset, digunakan untuk menghitung variabel leverage dalam penelitian ini. Konsekuensi dari informasi ini menunjukkan nilai dasar 0,09 dan nilai terbesar 2,3. Bakrie Sumatera Plantations Tbk dianugerahi nilai tertinggi, sementara PT Wilmar Cahaya Indonesia dianugerahi nilai terendah. Standar deviasi adalah 0,40, dan nilai rata-rata adalah 0,46. Hasil ini menunjukkan bahwa rata-rata lebih menonjol daripada standar deviasi penghargaan, hasil ini memiliki hasil yang sangat besar dan tersebar secara merata.

- 3) Variabel yang digunakan untuk mengukur margin keuntungan suatu usaha adalah variabel profitabilitas. Variabel keuntungan ini diestimasi dengan menggunakan persamaan laba dari sumber daya, yaitu keuntungan bersih dibagi dengan semua sumber daya. Data tersebut memiliki nilai rata-rata 0,34 dan simpangan baku 0,001. Perusahaan yang memperoleh nilai tertinggi adalah Gozco Estates Tbk dan nilai tertinggi adalah Focal Proteina prima Tbk. Simpangan bakunya adalah 0,06 dan nilai rata-ratanya adalah 0,08. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai rata-rata lebih besar dari simpangan baku, hal ini menunjukkan bahwa hasil tersebut cukup baik dan merata.
- 4) Variabel nilai perusahaan dalam penelitian ini diestimasi dengan rumus Tobin's Q, yaitu jumlah nilai kapitalisasi pasar dan total kewajiban yang dipisahkan dengan total aset. Hasil perhitungan menunjukkan nilai dasar sebesar 0,47 dan nilai ambang sebesar 4,63. Nilai tertinggi diperoleh PT Akasha Wira International Tbk, sedangkan nilai terendah diperoleh PT Wilmar Cahaya Indonesia Tbk. Nilai simpangan baku sebesar 0,9 dan nilai rata-rata sebesar 1,6. Nilai rata-rata yang lebih besar dari nilai simpangan baku menunjukkan bahwa hasil yang diperoleh cukup memuaskan dan merata.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik dan apakah model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian tidak memiliki masalah Ghozali (2018). Uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi merupakan uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini.

4.2.2.1 Hasil Uji Normalitas

Menurut Bagaskara (2021), uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah satu variabel bebas dan satu variabel terikat dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak normal. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dalam penelitian ini. Hasil keluaran uji data adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		63
Normal <i>parameters^{ab}</i>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,52715244
Most Extreme Difference	Absolute	,110
	Positive	,110
	Negative	-,062
Test Statistics		,110
Asymp.Sig. (2 tailed)		,057^{cd}

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 29

Tolok ukur uji Kolmogory Smirnov dapat ditemukan di Asimp.Sig. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.3. Kolom 2-Tailed), dengan nilai 0,057. Hasil nilai ini menunjukkan bahwa Asimp.Sig. (Nilai 2-Tailed) lebih besar dari 0,05. Data residual model regresi dapat dikatakan memiliki distribusi normal.

4.2.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas

Suatu uji yang disebut uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah variabel independen dan dependen model regresi berkorelasi. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) dapat digunakan untuk menentukan hasil uji multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas untuk nilai VIF ditunjukkan di bawah ini. Tujuan uji multikolinearitas adalah untuk memastikan apakah variabel independen dan dependen model regresi berkorelasi. Konsekuensi uji

multikolinearitas dapat diketahui dengan memanfaatkan nilai Change Expansion Variable (VIF). Hasil uji multikolinearitas untuk nilai VIF ditunjukkan di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,423	,415		3,429	,001		
CSR	-1,188	1,649	-,135	-1,144	,257	,949	1,054
<i>Leverage</i>	,177	,282	,074	,628	,532	,952	1,050
Profitabilitas	6,362	1,678	-,442	3,792	<,001	,971	1,030

a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 29

Kolom toleransi dan nilai VIF berfungsi sebagai tolok ukur untuk menghitung uji multikolinearitas, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.4. Setiap variabel memiliki nilai toleransi lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai-nilai ini dapat dilihat pada hasil keluaran tabel. Model regresi tidak menunjukkan tanda-tanda multikolinearitas antara variabel-variabelnya, sebagaimana dibuktikan oleh nilai-nilai ini.

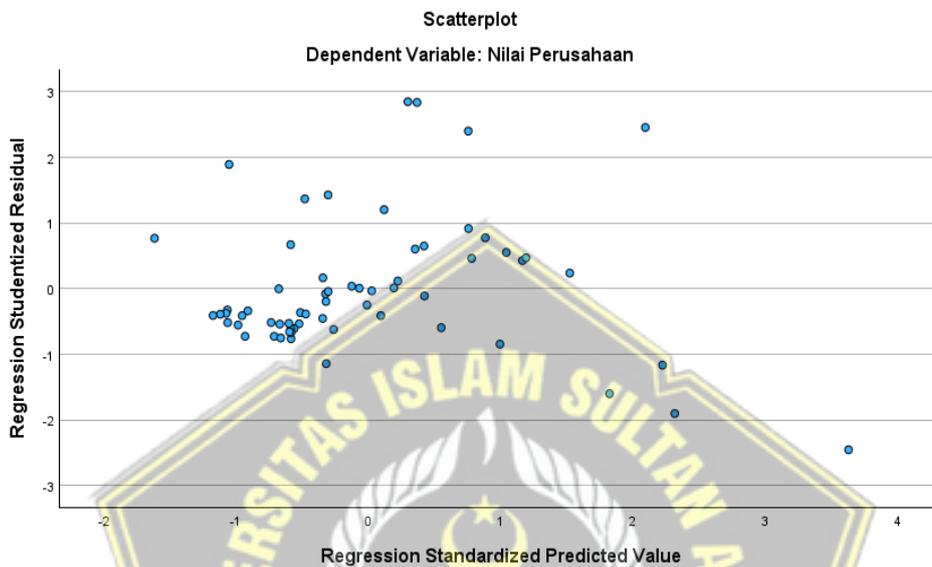
4.2.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksetaraan varians antara residual dari berbagai observasi dalam model regresi. Ada bukti heteroskedastisitas jika variabel independen memiliki dampak signifikan secara statistik terhadap variabel independen, menurut Ghozali. Grafik Scatterplot memberikan representasi visual dari hasil uji heteroskedastisitas. Jika fokus pada scatterplot menyebar secara acak dari tempat yang lebih tinggi atau di

bawah nol pada pivot Y, dapat diasumsikan bahwa tidak ada heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini, grafik Scatterplot menghasilkan hasil berikut :

Gambar 4.1 Grafik Scatterplot



Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 29

Fakta bahwa titik-titik pada sumbu Y tersebar di atas dan di bawah angka nol dan tidak membentuk pola pada gambar grafik 4.1 menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas, sehingga memungkinkan untuk menerapkan model regresi penelitian.

4.2.2.4 Uji Autokorelasi

Tujuan pengujian ini adalah untuk menentukan apakah galat gangguan model regresi pada periode t dan gangguan pada periode $t-1$ (sebelumnya) berkorelasi. Uji Durbin-Watson digunakan untuk uji autokorelasi ini. Hasil keluaran uji Durbin Watson dalam studi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,472	,223	,183	,88309952	2,095

- a. Predictors : (Counstant), Profitabilitas, Leverage, CSR
- b. Dependent Variable : Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 29

Pengukuran uji autokorelasi terdapat pada kolom nilai durbin-watson. Apabila hasil nilai durbin-watson lebih besar dari dU, maka model regresi tidak mengandung autokorelasi. Berdasarkan hasil tabel 4.5, kolom durbin-watson memiliki nilai sebesar 2,095. Hal ini dikarenakan hasil keluaran nilai durbin-watson lebih besar atau sama dengan dU (1,6932) dan lebih kecil dari 4-dU (2,3068), maka hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengandung autokorelasi.

4.2.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda menurut Bagaskara (2021) analisis ini dapat dimanfaatkan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dependen dengan beberapa variabel independen secara simultan. Pada dasarnya fungsi dari uji ini memiliki fungsi untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh antara variabel dependen dengan variabel independen dan menguji hubungan sebab akibat antara kedua variabel. Berikut merupakan hasil output table hasil uji regresi linear berganda.

Tabel 4.6
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,423	,415		3,429	,001
CSR	-1,888	1,649	-,135	-1,144	,257
<i>Leverage</i>	,177	,282	,074	,628	,532
Profitabilitas	6,362	1,678	,442	3,792	<,001

a. Dependen Variabel CSR

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS 29

Berdasarkan hasil dari tabel 4.6 maka dapat diketahui nilai konstanta a sebesar 1,423 dan untuk *corporate social responsibility* (nilai b) sebesar -1,888 sementara *leverage* (nilai b) sebesar 0,177 serta profitabilitas (nilai b) sebesar 6,362 sehingga diperoleh bentuk persamaan model regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y=1,423-1,888X_1+ 0,177X_2 + 6,362X_3 + e$$

Persamaan model regresi tersebut dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Memiliki hasil nilai konstanta senilai 1,423 maksudnya yaitu apabila semua variabel bebas yaitu *corporate social responsibility*, *leverage*, dan profitabilitas dianggap konstanta (nilai 0), maka variabel terikat yaitu nilai Perusahaan yang terjadi sebesar 1,423
- 2) Koefisien regresi *corporate social responsibility* (X_1) memiliki hasil *Unstandardized Coefficient* B sebesar -1,888 yang bernilai negatif yang berarti jika CSR (X_1) naik 1 satuan maka akan merendahkan nilai Perusahaan (Y) sebesar -1,888 dengan berasumsi variabel bebas lainnya tetap.

- 3) Koefisien regresi *leverage* (X2) memiliki hasil *Unstandardized Coefficient B* sebesar 0,177 yang bernilai positif yang berarti jika *leverage* (X2) naik 1 satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan (Y) sebesar 0,177 dengan berasumsi variabel bebas lainnya tetap.
- 4) Koefisien regresi linear profitabilitas (X3) memiliki hasil *Unstandardized Coefficient B* sebesar 6,326 yang bernilai positif yang berarti jika profitabilitas (X3) naik 1 satuan maka akan menaikkan nilai Perusahaan sebesar 6,326 dengan berasumsi variabel bebas lainnya tetap.

4.2.4 Uji Kelayakan Model

4.2.4.1 Uji Statistik F

Ghozali melakukan Uji Statistik F untuk menentukan apakah variabel dependen atau terikat secara simultan dipengaruhi oleh variabel independen atau bebas. Hasil analisis uji F berbasis tabel anova dalam penelitian ini menghasilkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Regresion	13,205	3	4,402	5,644	,002 ^b
Residual	46,012	59	,780		
Total	59,217	62			

- a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan
- b. Predictors : (Constant), Profitabilitas, Leverage, CSR

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 29

Nilai f yang dihitung adalah 5,644, dengan nilai Sig sebesar 0,002, sesuai dengan tabel 4.7. Nilai yang lebih kecil dari 0,05 ditunjukkan pada nilai Sig.

Dengan demikian, dapat disimpulkan dari nilai tersebut bahwa variabel dependen nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel independen leverage, profitabilitas, dan tanggung jawab sosial perusahaan baik secara independen maupun simultan.

4.2.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi memiliki tujuan untuk melihat sejauh mana kontribusi variabel independent di dalam sebuah model regresi dapat menjabarkan variasi dari variabel dependen. Hasil output dari uji determinasi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,472	,223	,183	,88309952

a. Predictors : (Constant) Profitabilitas, Leverage, CSR

Sumber : Hasil Pengelolaan SPSS 29

Koefisien determinasi kolom Adjusted R Square adalah sebesar 0,183, seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.7. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel dependen nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel independen tanggung jawab sosial perusahaan, leverage, dan profitabilitas sebesar 18,3%, sedangkan sisanya sebesar 81,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Hipotesis 1 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

CSR (X1) memiliki nilai Sig sebesar 0,257. Nilai Sig tersebut lebih dari 0,05. Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan ini adalah H0 diterima dan H1 ditolak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kewajiban sosial

perusahaan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Akibatnya, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan **ditolak**.

4.2.5.2 Hipotesis 2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai Sig untuk *leverage* (X2) adalah 0,532. Nilai Sig lebih dari 0,05. Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan ini adalah H0 dapat diterima dan H2 tidak. Temuan menunjukkan bahwa nilai bisnis tidak terpengaruh oleh variabel *leverage*. Akibatnya, spekulasi selanjutnya yang menyatakan bahwa pengaruh *leverage* berdampak negatif pada nilai perusahaan **diterima**.

4.2.5.3 Hipotesis 3 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai Sig profitabilitas (X3) adalah 0,001. Nilai Sig lebih kecil dari 0,05. Kesimpulan yang dapat diambil dari pernyataan ini adalah H0 ditolak dan H3 diterima. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel profitabilitas, menurut hasil penelitian. Dengan demikian, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan secara positif **diterima**.

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

4.3.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.6 yang menunjukkan bahwa nilai Sig sebesar $0,257 > 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya besar kecilnya nilai tanggung jawab sosial perusahaan pada

suatu perusahaan tidak menjamin seberapa besar perusahaan tersebut dapat memaksimalkan nilai perusahaan.

Berdasarkan variabel CSR dari 63 data perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang mengungkapkan data CSR terendah atau nilai minimum yaitu Akasha Wira International Tbk pada tahun 2022, dimana perusahaan ini hanya mengungkapkan 9 item dari 91 item pengungkapan nilai CSR atau memiliki nilai sebesar 0,09. Perusahaan yang memiliki nilai pengungkapan data CSR tertinggi atau memiliki nilai maksimum yaitu Indofood CBP Sukses Makmur Tbk pada tahun 2021, yang dimana perusahaan ini mengungkapkan 33 item dari 91 item pengungkapan nilai CSR dan nilai maksimumnya sebesar 0,36. Nilai rata-rata pengungkapan nilai *corporate social responsibility* dari 63 data Perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* adalah sebesar 21 item dari 91 item CSR atau berdasarkan nilai mean sebesar 0,215 hal tersebut dikatakan rendah karena nilai tersebut lebih rendah dari pada nilai mediannya yaitu sebesar 0,219.

Hasil penelitian juga ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah, Astuti, dan Irawan (2021) yang mengatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan masih banyaknya perusahaan-perusahaan yang masih mengabaikan dan enggan dalam kewajiban perusahaan dalam mempertanggungjawabkan aspek-aspek sosial maupun lingkungan yang telah dikeluarkan dan diautur dalam peraturan perundang-undangan no. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang erat kaitannya dengan lingkungan dan sumber daya. Perusahaan yang berinvestasi pada *corporate social responsibility* dapat meningkatkan biaya

operasional, penurunan kinerja dan melemahkan daya saing sehingga hal ini berdampak negatif terhadap nilai perusahaan.

Setelah perusahaan mengadopsi *corporate social responsibility* para pemangku kepentingan mungkin memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kinerja social dan lingkungan perusahaan. Apabila terjadi kegagalan untuk memenuhi ekspektasi ini dapat merusak reputasi dari nilai perusahaan. Hal ini menjadi sinyal bagi para investor untuk tidak berinvestasi dikarenakan mereka lebih mementingkan nilai perusahaan yang baik, pasar yang kompetitif dan kuatnya kinerja keuangan.

4.3.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian ini, leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.6, nilai Sig lebih besar atau sama dengan 0,05, yang menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh besarnya nilai leverage yang dimilikinya. Rumus debt asset ratio (DAR) digunakan untuk menghitung leverage dalam penelitian ini.

Berdasarkan variabel *leverage* dari data 63 perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang memiliki nilai *debt asset ratio* paling rendah yaitu PT Wilmar Cahaya Indonesia pada tahun 2022 dimana perusahaan ini memiliki nilai *debt asset ratio* sebesar 0,9 yang berarti tergolong rendah dikarenakan rasio di bawah 0,5. Karena nilai 0,5 merupakan pedoman umum yang biasa digunakan untuk analisis keuangan dalam menentukan nilai rasio *leverage*. Hal ini menunjukkan perusahaan lebih banyak membiayai asetnya dengan ekuitas dari pada utang yang bisa menandakan risiko finansial yang rendah. Perusahaan yang

mempunyai nilai *debt asset ratio* paling besar yaitu Bakrie Sumatera Plantations Tbk pada tahun 2022 sebesar 2,3 yang berarti rasio tinggi. Hal ini dapat menandakan risiko finansial yang lebih besar, karena perusahaan mungkin lebih rentan terhadap perubahan dalam kondisi pasar atau perubahan suku bunga. Nilai rata-rata dari perhitungan *debt asset ratio* pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yaitu sebesar 0,46 hal ini menunjukkan nilai yang tinggi karena nilai mean tersebut lebih tinggi daripada nilai mediannya yaitu sebesar 0,43.

Hasil penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2019) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin rendah atau tingginya utang yang dimiliki oleh perusahaan tidak akan mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan nilai perusahaan diukur dengan nilai harga saham yang terjadi di pasar bursa yang pengaruhnya dapat ditentukan oleh pelaku pasar pada waktu tertentu. Hubungannya dengan teori sinyal yaitu jika perusahaan dengan *leverage* yang tinggi menunjukkan tanda-tanda kesulitan dalam membayar utang atau mengalami kesulitan finansial hal ini bisa menjadi sinyal negatif bagi para investor. Ini menunjukkan ketidaksatbilan keuangan atau risiko default yang bisa menurunkan nilai perusahaan. Penggunaan utang yang berlebihan bisa dilihat sebagai sinyal bahwa perusahaan tidak memiliki sumber daya yang cukup atau kekurangan ekuitas yang mengindikasikan perusahaan memiliki potensi masalah dalam pengelolaan keuangan perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini bisa dilihat pada tabel 4.6 yang menunjukkan bahwa nilai Sig lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar $<0,001$ yang memindikasikan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya besar kecilnya nilai profitabilitas berpengaruh terhadap nilai Perusahaan. Pada penelitian ini perhitungan profitabilitas dihitung dengan menggunakan rumus *return on asset* (ROA).

Berdasarkan variabel profitabilitas dari data 63 perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang memiliki nilai *return on asset* paling rendah yaitu Gozco Plantations Tbk pada tahun 2023 yaitu sebesar 0,001 hal ini menandakan laba yang sangat kecil dari total asset yang digunakan, perusahaan mungkin menghadapi kesulitan finansial atau operasional yang signifikan, dan adanya risiko yang berkaitan dengan pengembalian investasi. Perusahaan yang memiliki nilai *return on asset* paling besar yaitu Central Proteina Prima Tbk pada tahun 2021 yaitu sebesar 0,34 hal ini mengindikasikan perusahaan dapat memanfaatkan asset dengan efektif dan memiliki daya saing yang kuat. Ini juga menandakan perusahaan memiliki kesehatan finansial yang baik dan kemungkinan besar menarik perhatian investor. Nilai rata-rata dari perhitungan *return on asset* pada perusahaan manufaktur pada sub sektor *food and beverage* dari 63 data yaitu sebesar 0,08 hal ini menunjukkan nilai mean yang tinggi karena nilai tersebut lebih besar daripada nilai mediannya yaitu sebesar 0,06 yang berarti rata-rata perusahaan pada sektor ini menghasilkan laba yang memadai dari asset yang dimiliki serta mempunyai kinerja

yang solid tetapi mungkin menghadapi tantangan atau biaya tambahan yang perlu dikelola dengan lebih baik.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sudjana dan Anggraini (2021), profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap nilai perusahaan ketika profitabilitas semakin tinggi atau rendah. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang besar bagi pemegang sahamnya tercermin dari profitabilitasnya yang baik atau tinggi. Semakin besar keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan, maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang akan meningkatkan nilai perusahaan, dengan nilai perusahaan yang tinggi maka keuntungan bagi perusahaan adalah menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Profitabilitas yang tinggi juga dapat memberikan sumber daya bagi perusahaan untuk melakukan investasi dan ekspansi, yang juga dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memperluas lini produk dan pasar. Keterkaitannya dengan teori sinyal yaitu meningkatnya kepercayaan investor dengan nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan menghasilkan laba yang konsisten, yang dapat meningkatkan kepercayaan investor. Hal ini menimbulkan sinyal positif karena dapat meningkatkan harga saham dan nilai perusahaan secara keseluruhan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pemeriksaan informasi pada bagian sebelumnya, kesimpulan berikut dapat ditarik sebagai berikut:

1. CSR telah terbukti berdampak signifikan pada penghargaan organisasi. Nilai bisnis tidak terpengaruh oleh nilai tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dapat terjadi mengingat fakta bahwa semakin tinggi penghargaan kewajiban sosial perusahaan, organisasi tersebut sangat berfokus padanya dan tidak terlalu memperhatikan nilai organisasi..
2. Telah dibuktikan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai *leverage* yang tinggi tidak memengaruhi penghargaan organisasi. Hal ini dapat terjadi karena manajemen perusahaan akan lebih menekankan pada pemenuhan kewajiban yang dimiliki terhadap bisnis daripada pada peningkatan nilai bisnis secara efektif.
3. Telah dibuktikan bahwa profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai suatu bisnis. Nilai suatu perusahaan naik sebanding dengan nilai profitabilitasnya. Hal ini karena nilai perusahaan dapat naik di mata investor jika profitabilitasnya lebih tinggi daripada laba yang dihasilkannya.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil dari penelitian tersebut maka dapat dibuat implikasi secara teoritis maupun praktis yaitu sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Bagi bidang peneliti, akademisi, maupun pembaca khususnya bagi mereka yang berada dibidang akuntansi dapat meneliti pengaruh *corporate social responsibility, leverage*, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Implikasi Praktis

A. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada perusahaan agar lebih memperhatikan pentingnya nilai perusahaan. Hal tersebut akan berdampak sangat baik bagi kelangsungan perusahaan karena perusahaan dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik sehingga dapat memperbaiki kinerja dan meningkatkan nilai perusahaan.

B. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat karena dapat memberikan wawasan dan informasi suatu perusahaan, dan juga mereka merupakan termasuk dalam kategori stakeholder eksternal yang perlu mengetahui tentang segala informasi perusahaan.

C. Bagi Investor

Hasil penelitian ini semoga dapat menjadi ladang informasi yang diperlukan investor untuk membuat keputusan investasi yang terinformasi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

- 1) Masih rendahnya nilai *Adjusted R²* yaitu sebesar 18,3%, hal ini masih menunjukkan banyaknya variabel lain yang memiliki kontribusi besar dalam mempengaruhi nilai perusahaan yaitu sebesar 81,7%.
- 2) Kecilnya sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu hanya memakai sampel dari perusahaan manufaktur seb sektor *food and beverage*. Karena masih banyak sub sektor perusahaan manufaktur yang bisa digunakan sebagai sampel penelitian.

5.4 Agenda penelitian Mendatang

Berkaitan tentang keterbatasannya dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan saran kepada penelitian yang akan datang yaitu :

- 1) Penelitian lain dapat menambahkan variabel independen lain seperti likuiditas, ukuran perusahaan, dan reputasi perusahaan karena dapat menambah kedalaman analisis dan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan luas tentang fenomena yang akan diteliti.
- 2) Penelitian selanjutnya dapat menambahkan sampel penelitian. Seperti menambah sampel perusahaan manufaktur sub sektor industri, otomotif, dan pertambangan agar dapat lebih luas dan variatif dalam menjelaskan nilai perusahaan.

Daftar Pustaka

- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Reputasi Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346-364.
- Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh corporate social responsibility (csr) dan reputasi perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>
- Amaliyah, F., & Herwiyanti, E. (2020). Pengaruh Keputusan Investasi, Ukuran Perusahaan, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 39–51. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v5i1.2783>
- Fitria, D., Irkhani, N., Ekonomi, F., Islam, B., & Salatiga. Ukuran Perusahaan Sebagai Pemoderasi Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Islamic Social Reporting Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1629–1643. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i3.3584>
- Bagaskara, R. S., Titisari, K. H., & Dewi, R. R. (2021). Pengaruh profitabilitas , leverage , ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan The effect of profitability , leverage , firm size and managerial ownership on firm value. *Forum Ekonomi*, 23(1), 29–38.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GITA, P. (2022). *Pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas, leverage, dan firm size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tercatat dalam jakarta islamic index (jii) periode 2016-2020* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- Jariah, A. (2016). Likuiditas, leverage, profitabilitas pengaruhnyaterhadap nilai perusahaan manufaktur di Indonesia melalui kebijakan deviden. *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 1(2), 108-118.
- Kombih, M. T., & Suhardianto, N. (2017). Pengaruh aktivitas pemasaran, kinerja keuangan, dan aset tidak berwujud terhadap nilai perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 1(3), 281-302.
- Kusumawati, E., & Setiawan, A. (2019). The effect of managerial ownership, institutional ownership, company growth, liquidity, and profitability on company value. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(2), 136-146.
- Nopianti, R., & Suparno. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(1), 51–61. <https://doi.org/10.30656/jak.v8i1.2381>
- Priyanto, S. (2016). Pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas dan firm size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam jakarta islamic indeks di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 96-111.
- Priyanto, S. (2016). Pengaruh kebijakan dividen, profitabilitas dan firm size terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang tergabung dalam jakarta

- islamic indeks di bursa efek indonesia. In *Universitas Budi Luhur* (Vol. 5, Issue 1). www.dream.co.id
- Program, a. J., manajemen, s., widya, s., & lumajang, g. (2016). Likuiditas, leverage, profitabilitas pengaruhnyaterhadap nilai perusahaan manufaktur di indonesia melalui kebijakan deviden. In *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia* (Vol. 1, Issue 2).
- Putu Sita Prabawati, N., Dewi Abdi Pradnyani, N., Putu Suciwati, D., & Akuntansi Politeknik Negeri Bali. Pengaruh RGEC (Risk Profile, Good Corporate Governance, Earnings, dan Capital) terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Perbankan di BEI 2016-2018). *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, 17, 2021. [Http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK78](http://ojs.pnb.ac.id/index.php/JBK78)
- Rinofah, R., Kusumawardani, R., & Putri, N. (2023). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderating (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2015-2019). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 12(01).
- Rizki, M. K., Agriyanto, R., & Farida, D. N. (2019). The Effect of Sustainability Report and Profitability on Company Value: Evidence from Indonesian Sharia Shares. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 117–140. <https://doi.org/10.21580/economica.2019.10.1.3747>
- Sofiamira, N. A., & Asandimitra, N. (2017). Capital expenditure, leverage, good corporate governance, corporate social responsibility: pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 191-214.
- Sujoko, S. (2017). Pengaruh struktur kepemilikan, strategi diversifikasi, leverage, faktor intern dan faktor ekstern terhadap nilai perusahaan (Studi empirik pada perusahaan manufaktur dan non manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 11(2), 236-254.
- Susila, M. P., & Prena, G. Das. (2019). Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>
- Widyastuti, L., Akuntansi, M., Ekonomika, F., Bisnis, D., Gadjah, U., & Yogyakarta, M. (2021). *Hubungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Earnings Management Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019)*.
- Yuliartanti, A. R., & Handayani, R. S. (2023). The Influence of Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) on Company Value with Investor's Attention as Intervening Variable (Empirical Study on Infrastructure Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2018-2020). *Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 7(2), 182-193.