

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*,
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode
2020-2023)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S1**

Program Studi Akuntansi



Disusun oleh:

Aura Derris Ramadhani Putri

NIM. 31402100040

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

2025

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*,
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN**

**(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode
2020-2023)**

Skripsi

Disusun dan diajukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana
Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam
Sultan Agung Semarang

Disusun oleh:

Aura Derris Ramadhani Putri

NIM. 31402100040

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

2025

SKRIPSI

PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*, PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

**(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode
2020-2023)**

Disusun Oleh :

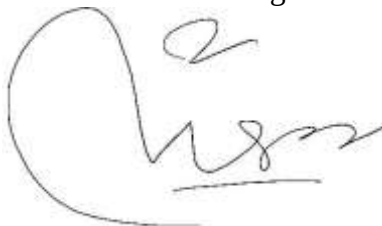
Aura Derris Ramadhani Putri

31402100040

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing dan selanjutnya
dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian skripsi
program Studi S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 10 Desember 2024

Pembimbing



Dr. Lisa Kartikasari, SE, Msi, Ak., CA

NIK. 211402010

**PENGARUH *GOOD CORPORATE GOVERNANCE*,
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN**
(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode
2021-2023)

Disusun Oleh :
Aura Derris Ramadhani Putri
NIM : 31402100040

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada Tanggal, 03 Januari 2025

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

Penguji

Dr. Lisa Kartikasari, SE, MSi, Ak., CA
NIK.211402010

Dr. Chrisna Subendi SE, MBA., Ak., CA
NIK.210493034

Judi Budiman SE, MSc, Akt, CA., ACPA., BKE
NIK.211403015

Skripsi ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi Tanggal 03 Januari 2025

Ketua Program Studi Akuntansi

Proviata Wijayanti, S.E., M.Si., Ak., CA., IFP., AWP., PhD
NIK.211403012

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aura Derris Ramadhani Putri

NIM : 31402100040

Jurusan : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2020-2023)”** adalah benar-benar karya sendiri, bukan merupakan plagiasi atau duplikasi dari hasil karya orang lain. Pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiasi dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku.

Semarang, 17 Februari 2025

Yang Menyatakan,



Aura Derris Ramadhani Putri
NIM.31402100040

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Beberapa jalan memang harus ditempuh dengan sendirian, tidak dengan keluarga, teman bahkan pasangan, hanya kau dan Tuhan, “Maka bersabarlah engkau, sungguh janji Allah itu benar”

(QS. Ar-Rum : 60)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah : 5)

“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan adalah milik mereka yang senantiasa berusaha.”

(BJ Habibie)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Allah SWT, karena kepada-Nyalah saya menyembah dan memohon pertolongan dalam penyusunan skripsi ini sehingga dalam proses penyusunannya senantiasa diberi kelancaran.

Bapak dan Ibu. Orang tua hebat yang selalu menjadi penyemangat dan sandaran saya yang tidak henti-hentinya memberikan kasih sayang dan motivasi dengan penuh cinta. Terima kasih untuk semua berkat do'a dan dukungan bapak ibu sehingga saya bisa berada dititik ini.

Adik, yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi untuk senantiasa mengejar semua yang penulis inginkan.

Teman-teman, sahabat, serta pasangan yang selalu memberikan dukungan dan selalu ada di samping penulis saat keadaan apapun.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* (Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional), Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan gambaran dari kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk dari permintaan dan penawaran di pasar modal yang didalamnya merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan tersebut. populasi dari penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Periode 2020-2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dengan perolehan sampling 38 perusahaan. data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang didapatkan dari *Annual Report* Perusahaan. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, *Corporate Social Responsibility*, Nilai Perusahaan.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of *Good Corporate Governance* (Managerial Ownership and Institutional Ownership), *Corporate Social Responsibility* Disclosure, and Profitability on Company Value. Company value is a picture of the company's performance reflected by the share price formed from demand and supply in the capital market, which reflects the public's assessment of the company's performance. The population of this study is Manufacturing Companies listed on the IDX for the 2020-2023 period. The sampling technique in this research study uses *purposive sampling*, with the acquisition of sampling of 38 companies. The data used in this study is secondary data obtained from the Company's *Annual Report*. The hypothesis testing in this study uses the multiple linear regression analysis method. The results of the study show that Managerial Ownership, Institutional Ownership, and *Corporate Social Responsibility* Disclosure have no effect on the company's value. Meanwhile, Profitability has a positive and significant effect on the company's value.

Keywords: Managerial Ownership, Institutional Ownership, *Corporate Social Responsibility*, Corporate Value.



INTISARI

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari kesejahteraan pemegang saham dikarenakan peningkatan nilai perusahaan dan kesejahteraan pemegang saham senantiasa berbanding lurus dan searah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Good Corporate Governance* yang diproyeksikan melalui Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap kesanggupan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang tergambar pada harga saham, dimana semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan (Wahyuni and Febriansyah, 2023).

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan sampel. Menggunakan data sekunder dari *Annual Report* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2023, dan didapatkan sampel sebanyak 38 perusahaan yang memenuhi kriteria dalam penelitian.

Kepemilikan manajerial memiliki nilai t hitung 1,172 dengan arah positif dan nilai signifikan $0,245 > 0,05$, maka memperlihatkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan institusional memiliki nilai t hitung 0,853 dengan arah positif dan nilai signifikan $0,397 > 0,05$, maka memperlihatkan bahwa kepemilikan institusional berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki nilai t

hitung -0,530 dengan arah negative dan nilai signifikan $0,598 > 0,05$, maka memperlihatkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas memiliki nilai t hitung 2,855 dengan arah positif dan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$, maka memperlihatkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.



KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan hidayah -Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Good Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Penulis menyadari bahwa secara tidak langsung banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih serta penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Heru Sulistyono, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
2. Ibu Provita Wijayanti, S.E., M.Si., Ph.D., Ak., CA., IFP., AWP selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Ibu Dr. Lisa Kartika Sari, S.E., M.Si., Ak., CA selaku dosen pembimbing yang telah membimbing serta memberi saran, masukan, dan arahan dengan sangat baik sehingga penyusunan skripsi ini memiliki hasil yang maksimal.
4. Seluruh Dosen, Karyawan dan Civitas Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Kedua orang tua tercinta Bapak Poniman dan Ibu Mu'alifah, serta adik saya Meiya Nindy Alkeysha, yang selalu memberikan ketulusan doanya. Terima

kasih atas kasih sayang dan dukungan baik secara moril maupun material serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Kepada seluruh teman satu Angkatan 2021 dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan semangat selama penyusunan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk diri saya sendiri Aura Derris Ramadhani Putri yang sudah selalu semangat serta konsisten dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi masih terdapat banyak kekurangan karena adanya keterbatasan. Penulis berharap semoga usulan penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.



Semarang, 17 Februari 2025
Penulis,

Aura Derris Ramadhani Putri
NIM.31402100040

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
INTISARI	x
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	11
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
BAB II.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1. Teori Keagenan	13
2.2. Teori Sinyal.....	14
2.2. Variabel Penelitian.....	15
2.2.1. Nilai Perusahaan	15
2.2.2. Good Corporate Governance	18
2.2.3. Corporate Social Responsibility.....	20
2.2.4. Profitabilitas	21
2.3. Penelitian Terdahulu	23

2.4.	Pengembangan Hipotesis.....	27
2.4.1.	Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan	27
2.4.2.	Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.....	29
2.4.3.	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	30
2.4.4.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	32
2.5.	Kerangka Pemikiran	34
BAB III.....		35
METODE PENELITIAN.....		35
3.1.	Jenis Penelitian.....	35
3.2.	Populasi dan Sampel.....	35
3.2.1.	Populasi.....	35
3.2.2.	Sampel.....	36
3.3.	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4.	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian	37
3.5.1.	Nilai Perusahaan	37
3.5.2.	Kepemilikan Manajerial.....	38
3.5.3.	Kepemilikan Institusional	39
3.5.4.	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	39
3.5.5.	Profitabilitas	40
3.6.	Teknik Analisis Data.....	40
3.6.1.	Analisis Statistik Deskriptif.....	40
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik.....	41
3.6.3.	Model Regresi Linear Berganda.....	44
3.6.4.	Pengujian Goodness of Fit Model.....	44
BAB IV		47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.2.	Hasil Analisis Data.....	49

4.3.1.	Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	49
4.3.2.	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	51
4.3.3.	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
4.3.4.	Hasil Uji Goodness of Fit Model.....	58
4.3.	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	61
4.3.1.	Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.	61
4.3.2.	Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.....	63
4.3.3.	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan	64
4.3.4.	Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.....	65
BAB V		67
PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan.....	67
5.2	Implikasi	68
5.3	Keterbatasan Penelitian	70
5.4	Agenda Penelitian Mendatang.....	70
DAFTAR PUSTAKA		72
LAMPIRAN		76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Kriteria Sampel Penelitian	47
Tabel 4.2 Analisis Statistik Deskriptif	49
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik F	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik t	60



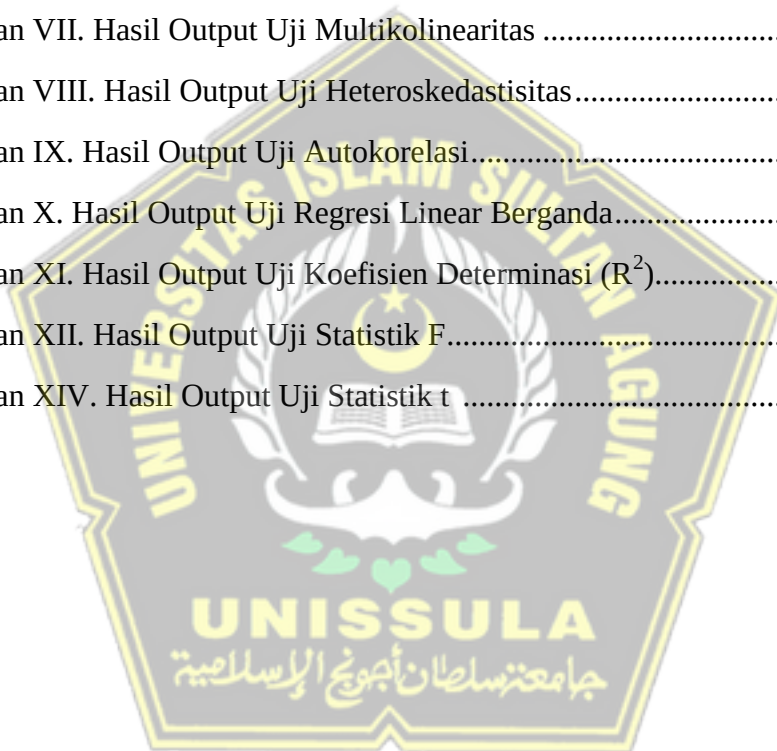
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Daftar Sampel Perusahaan	76
Lampiran II. Tabulasi Data Sebelum Outlier	77
Lampiran III. Tabulasi Data Setelah Outlier.....	83
Lampiran IV. Hasil Output Analisis Statistik Deskriptif	86
Lampiran V. Hasil Output Uji Normalitas Sebelum Outlier.....	86
Lampiran VI. Hasil Output Uji Normalitas Setelah Outlier	87
Lampiran VII. Hasil Output Uji Multikolinearitas	87
Lampiran VIII. Hasil Output Uji Heteroskedastisitas.....	88
Lampiran IX. Hasil Output Uji Autokorelasi.....	88
Lampiran X. Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda.....	88
Lampiran XI. Hasil Output Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
Lampiran XII. Hasil Output Uji Statistik F.....	89
Lampiran XIV. Hasil Output Uji Statistik t	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada konteks globalisasi yang makin dinamis, inkonsistennya kemajuan ekonomi turut menyumbang munculnya tingkat Intensitas persaingan yang tinggi antar perusahaan. Melalui tingkat persaingan yang tinggi ini perusahaan didesak untuk dapat mempertahankan eksistensi agar tujuan utama dari perusahaan bisa tetap terpenuhi. Kebanyakan perusahaan memiliki sasaran untuk mencapai keuntungan yang besar. Akan tetapi, tidak dapat dipungkiri bahwa perusahaan juga mempunyai target utama yakni untuk meningkatkan kemakmuran para pemegang saham. Terdapat banyak indikator yang bisa dimanfaatkan sebagai pentaksir kemakmuran para pemegang saham dalam perusahaan dimana yang paling sering dipakai adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan bisa dimanfaatkan menjadi Apresiasi harga saham mengisyaratkan kenaikan fundamental perusahaan, yang berdampak positif pada kekayaan investor serta kesuburan ekonomis pemegang saham senantiasa berbanding lurus dan searah (Kartika *and* Wirawati, 2023).

Nilai perusahaan ialah keadaan dimana perusahaan telah mencapai target melalui berbagai alur operasional dari awal berdiri hingga saat ini dan ini juga dipercaya sebagai bentuk keyakinan masyarakat pada perusahaan tersebut (Septiani *and* Indrasti, 2021). Selain itu, nilai perusahaan juga dinilai mampu mencerminkan operasional perusahaan melalui harga saham, dimana ini terbentuk

dari interaksi kebutuhan dan ketersediaan di pasar modal (Septiani *and* Indrasti, 2021). Tingginya harga saham berimbasi di nilai perusahaan dimana secara otomatis melonjak tinggi. Nilai intrinsik perusahaan terefleksikan pada harga sahamnya, dikarenakan naik turunnya harga saham perusahaan *go public* melukiskan penaksiran investor terhadap perusahaan itu (Purbawangsa *et al.*, 2020). Nilai perusahaan dapat diukur melalui beragam proporsi keuangan, termasuk proporsi Tobin's Q. Melalui rasio ini informasi mengenai beraneka ragam kejadian yang berlangsung pada perusahaan dimana diantaranya terkait keputusan berinvestasi tersaji dengan baik dan jelas (Sari, Sukadana *and* Widnyana, 2021).

Beberapa tahun terakhir masih sering ditemui terkait kasus-kasus korupsi di Indonesia yang total kerugiannya sangat fantastis. Terbongkarnya kasus mega korupsi yang dilakukan oleh PT Timah Tbk dengan total kerugian Rp 271 triliun adalah contoh kasus korupsi yang sangat mengejutkan di awal tahun 2024 ini. Kerugian sebesar Rp 271 triliun merupakan kerugian sehubungan dengan penipisan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan konstruksi di area alami dan buatan manusia. Biaya seperti ini dapat mencakup biaya lingkungan dan biaya pemeliharaan. Selain itu, akibat dari bekas area tambang yang tidak dipulihkan tersebut juga memakan 12 korban jiwa yang meninggal akibat tenggelam di area tersebut (<https://www.bbc.com>).

Akan tetapi, baru-baru ini Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan (BPKP) mengoreksi total kerugian kasus korupsi PT Timah yang semula Rp 271 triliun menjadi Rp 300 triliun. BPKP menjelaskan dimana terdapat

dua aspek besar lain penyumbang aliran dana korupsi tersebut. Dimana aspek yang pertama yaitu kemahalan harga sewa smelter senilai Rp 2,28 triliun. Aspek yang berikutnya yaitu penjualan biji timah secara ilegal kepada mitra senilai Rp 26,64 triliun (<https://katadata.co.id/>). Dalam kasus tersebut, pihak smelter diminta untuk menyisihkan keuntungan dari praktik terselubung yang kemudian dikelola dengan dalih sebagai pembayaran dana *corporate social responsibility* (<https://www.bbc.com>).

Adanya kasus korupsi yang mengatasnamakan *corporate social responsibility* memperlihatkan bahwa pengaplikasian *corporate social responsibility* sering dimanfaatkan oknum yang tidak bertanggungjawab dalam perusahaan untuk melancarkan aksinya, sehingga diperlukan adanya suatu pengungkapan yang transparan dalam hal praktik *corporate social responsibility* ini. Adanya kasus korupsi ini juga memperlihatkan terkait tidak dijalankannya suatu tata kelola maupun *corporate governance* yang baik dalam perusahaan. Saat kasus korupsi baru terungkap, pasar biasanya bereaksi secara cepat dan drastis yang memicu penurunan harga saham secara drastis. Penurunan ini mencerminkan hilangnya kepercayaan investor dan penurunan reputasi perusahaan. Hilangnya kepercayaan investor ini nantinya akan menimbulkan dampak yang fatal bagi operasional perusahaan, dimana perusahaan nantinya akan mengalami penurunan profitabilitas dimana jika tidak bisa di atasi akan mengakibatkan penurunan nilai perusahaan bahkan kebangkrutan. Kasus tersebut menyadarkan terkait peran penting beberapa faktor dalam menunjang peningkatan nilai perusahaan. Adapun

faktor yang dinilai inti dalam menunjang nilai perusahaan ialah *good corporate governance*, *social corporate social responsibility* dan profitabilitas.

Faktor pertama ialah *good corporate governance*. *Good corporate governance* ialah bentuk pengelolaan entitas yang baik dimana mampu menekan manajemen laba dan risiko perusahaan menghadapi kesulitan keuangan (Fitri *et al.*, 2022). *Good corporate governance* dikatakan layaknya satu cara Terbuka dalam menetapkan target, sasaran perusahaan, dan evaluasi hasil kerja. Suatu perusahaan dapat mengalami kesuksesan maupun kesulitan keuangan dikarenakan kurangnya penerapan strategi yang efektif di perusahaan tersebut, salah satunya adalah penerapan strategi terkait *good corporate governance* (Fitri *et al.*, 2022). Selanjutnya, melalui penerapan *good corporate governance* konflik kepentingan yang muncul dalam perusahaan akibat terdapat suatu berbedanya prioritas dapat diminimalisir keberadaannya yang pada akhirnya justru mampu berpartisipasi juga dalam peningkatan nilai perusahaan.

Menurut Kartika and Wirawati (2023), *good corporate governance* dapat Tercermin Dari sudut pandang kepemilikan manajerial dan institusional. Kepemilikan manajerial ialah keadaan saat manajer memegang dua peran yakni selaku manajer dan pemegang saham (Darmayanti *et al.*, 2018) dalam penelitian (Sari and Wulandari, 2021). Sedangkan, Kepemilikan institusional adalah situasi di mana suatu perusahaan memiliki pemegang saham berupa institusi atau lembaga, bukan individu. (Sari and Wulandari, 2021).

Hasil penelitian Kartika and Wirawati (2023) searah dengan penelitian Sari and Wulandari (2021) dimana dikatakan kepemilikan manajerial sebagai

pemroyeksian *good corporate governance* berperan positif kemudian signifikan kepada nilai perusahaan. Kemudian, terbukti bahwasannya meningkatnya nilai perusahaan akan senantiasa searah dengan peningkatan kepemilikan manajerial. Lain halnya dengan penelitian Bagaskara, Titisari and Dewi (2021), dimana *good corporate governance* yang diproyeksikan melalui Tidak ada korelasi antar kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan. Menurut hasil tersebut, Parahnya inkompetensi manajerial dalam mempengaruhi nilai perusahaan disebabkan oleh kenyataan bahwa perusahaan hampir tidak pernah mengakui dan menerapkan tata kelola perusahaan yang efektif sebagai salah satu faktor peningkatan kinerja perusahaan.

Riset Kartika and Wirawati (2023) sama pada Holly et al. (2023) tentang *good corporate citizen* yang didefinisikan sebagai loyalitas institusional memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, terdapat perbedaan hasil riset Sari and Wulandari (2021) yang menemukan bahwa *good corporate governance* yang didefinisikan sebagai penilaian institusional tidak memengaruhi nilai perusahaan. Artinya, nilai perusahaan tidak terpengaruh baik jika terjadi peningkatan maupun penurunan tingkat sumbangan institusional. (Sari and Wulandari, 2021).

Faktor kedua ialah pengaplikasian *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* ialah keharusan perusahaan terkait keikutsertaannya pada perluasan ekonomi hijau yang berdasar pada tanggung jawab sosial perusahaan serta mengedepankan tingkat stabilitas diantara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Irmalsari, Gurendrawati and Muliasari, 2022). Di Indonesia

sendiri setiap perusahaan berkewajiban melakukan tanggung jawab sosial dalam operasionalnya. Dilaksanakannya *corporate social responsibility* bukan hanya untuk menjalankan peraturan yang telah ditetapkan akan tetapi, penerapan ini dilakukan untuk memunculkan suatu komitmen serta keseriusan perusahaan dalam penerapan nilai-nilai yang terkandung dalam *corporate social responsibility*. Hal ini dikarenakan melalui kegiatan tersebut nantinya Berpotensi meningkatkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan di kemudian hari.

Penelitian yang dijalankan oleh Susanto *and* Indrabudiman (2023) searah dengan Rahmi *and* Danantho (2022) dimana dikemukakan Semakin baik pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, yang diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Perusahaan dengan penerapan *corporate social responsibility* yang tinggi serta baik nantinya selalu mendatangkan perhatian lebih dari para investor. Faktor penyebabnya ialah perusahaan dengan kewajiban sosial yang besar cenderung menjalankan operasionalnya secara efisien serta mempunyai hubungan harmonis dengan masyarakat. Hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan ini akan meningkatkan reputasi dan citra perusahaan yang kemudian akan mendorong loyalitas konsumen serta kepercayaan investor mampu memperbanyak permintaan saham dimana nantinya akan menunjang nilai perusahaan. Namun, penelitian Irmalsari, Gurendrawati *and* Muliasari (2022) Mengklaim bahwa CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan. Anwar *et al.* (2021) menemukan hal yang sebaliknya, yang menunjukkan bahwa CSR memiliki dampak kecil namun negatif terhadap nilai perusahaan. Kurangnya kepatuhan atau

cakupan semua elemen yang disarankan dalam laporan CSR perusahaan mungkin menjadi penyebab hasil yang tidak signifikan ini.

Faktor ketiga ialah profitabilitas. Profitabilitas ialah bentuk kesanggupan yang dimanfaatkan oleh perusahaan guna mendapatkan profit atau keuntungan melalui kegiatan operasionalnya (Ghofir & Fullah, 2022). Sedangkan menurut Nainggolan dan Karunia (2022) profitabilitas merefleksikan dan melukiskan mengenai kinerja perusahaan. Tingkat profitabilitas tinggi melukiskan kinerja perusahaan itu baik. Melonjaknya tingkat profitabilitas suatu perusahaan di saat mendatang akan sejalan dengan penelitian nilai perusahaan. Ini berarti nilai perusahaan melalui tingginya tingkat profitabilitas dijadikan sebagai pemikat investor dalam berinvestasi. Tingkat profitabilitas yang tinggi menggambarkan keadaan perusahaan yang sanggup menciptakan profit maksimum bagi pemegang saham perusahaan tersebut (Ghofir *and* Fullah, 2022). Dengan demikian, profitabilitas mampu memberikan efek pada nilai perusahaan di pasar modal.

Penelitian terdahulu memperlihatkan ada pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Riset Sa'adah, Putri *and* Usry (2023) searah dengan Munzir, Andriyan *and* Hidayat (2023) dimana terbukti profitabilitas Memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Mengacu riset itu, bisa diketahui jikalau perusahaan mempunyai operasional serta manajemen mumpuni, mampu mendatangkan profitabilitas yang senantiasa naik per-tahunnya dimana akhirnya menarik minat investor dalam berinvestasi. Dengan adanya investasi inilah yang akan menunjang naiknya nilai perusahaan. Hasil berbanding terbalik ditemukan pada penelitian Wahyuni *and* Febriansyah (2023) dimana dikemukakan

bahwasannya profitabilitas berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Tingginya profitabilitas menandakan keberhasilan perusahaan perihal mendapatkan laba. Walaupun begitu, profitabilitas yang berasal dari ROA cenderung akan digunakan untuk beberapa biaya variabel produksi. Hal ini mengakibatkan nilai perusahaan tergantung oleh efektivitas pengelolaan perusahaan yang berkelanjutan bukan profitabilitas.

Penelitian tentang berbagai faktor yang berperan dalam peningkatan nilai perusahaan telah marak dilakukan, salah satunya ialah penelitian Kartika *and* Wirawati (2023) dimana dalam penelitiannya membahas terkait pengaruh *good corporate governance*, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

Perbedaan dimunculkan pada penelitian ini sebagai bentuk pengembangan dari penelitian Kartika *and* Wirawati (2023), antara lain:

1. Sampel penelitian Kartika *and* Wirawati (2023) yaitu perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 berbeda dengan riset ini memakai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2023. Peneliti memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI karena perusahaan-perusahaan ini mencakup berbagai sektor industri, sehingga mampu merepresentasikan pergerakan pasar saham secara menyeluruh. Lebih dari itu, perusahaan manufaktur memiliki proses produksi yang berkelanjutan, yang memerlukan pengelolaan modal dan aset yang efektif untuk menghasilkan keuntungan maksimal. Hal ini diharapkan dapat memberikan

imbal hasil investasi yang signifikan, guna mendorong investor untuk berinvestasi (Jhon, Desmiwerita *and* Rudi, 2022).

2. Penelitian Kartika *and* Wirawati (2023) hanya menggunakan variabel independent *good corporate governance*, pengungkapan *corporate social responsibility*, kemudian ukuran perusahaan. Sedangkan riset ini mengaplikasikan variabel profitabilitas. Justifikasi riset menambahkan variabel profitabilitas, diakrenakan profitabilitas ialah kemampuan perusahaan dalam memunculkan profit dari efisiensi operasional serta pemanfaatan kekayaannya. Perusahaan yang berhasil mencetak laba tinggi mencerminkan kinerja yang unggul, dimana pada gilirannya akan menunjang nilai perusahaan. (Nirawati *et al.*, 2022).

Beberapa riset sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Namun, belum tercapai kesepakatan dari temuan empiris yang ada. Hal ini disebabkan oleh perbedaan hasil penelitian terkait beberapa faktor yang dinilai signifikan maupun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Mengacu pada latar belakang tersebut, penulis memutuskan melakukan riset yang berjudul **“Pengaruh *Good Corporate Governance*, Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2020-2023”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasar pada fenomena serta *research gap* yang dijelaskan sebelumnya, masih terdapat masalah dimana ditemukan suatu ketidakkonsistenan hasil riset

tentang pengaruh *good corporate governance* dimana terproyeksi melalui kepemilikan manajerial kemudian kepemilikan institusional, mengemukakan *corporate social responsibility* dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Selain itu, masih banyak ditemukan kasus korupsi yang mengatasnamakan tanggung jawab sosial. Dengan adanya korupsi tersebut, dapat dikatakan bahwa perusahaan memiliki tata kelola perusahaan yang buruk. Adanya kasus korupsi juga mengakibatkan penurunan harga saham secara drastis yang nantinya akan menurunkan tingkat keuntungan perusahaan bahkan dapat menyebabkan suatu kebangkrutan. Kemudian, pada riset bisa terumuskan permasalahan yakni.: “Bagaimana cara meningkatkan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2023 melalui penerapan *good corporate governance*, pengungkapan *corporate social responsibility* dan profitabilitas ?”.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Merujuk identifikasi masalah tersebut, bisa dirumuskan beberapa pertanyaan yakni :

1. Apakah *good corporate governance* yang diproyeksikan dengan kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *good corporate governance* yang diproyeksikan dengan kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan?

1.4. Tujuan Penelitian

Riset ini ditujukan untuk:

1. Untuk memahami serta mengkaji pengaruh *good corporate governance* yang diproyeksikan dengan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk memahami serta mengkaji pengaruh *good corporate governance* yang diproyeksikan dengan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk memahami serta mengkaji pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
4. Untuk memahami serta mengkaji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

Riset dilakukan dengan harapan bisa menyediakan manfaat diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Melalui informasi yang disajikan dalam penelitian diharap mampu menyuguhkan sumbangan ilmiah di bidang akuntansi. Selain itu, penelitian ini juga diharap bisa dimanfaatkan untuk pijakan serta referensi pada penelitian berikutnya terkait *good corporate governance* (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional), *corporate social responsibility*, profitabilitas serta nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Output dari riset memuat terkait seberapa signifikannya pengaruh dari *good corporate governance* (kepemilikan manajerial dan kepemilikan

institusional), pengungkapan *corporate social responsibility* serta profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan output yang disebutkan diinginkan dapat memberikan faedah bagi pihak manajemen perusahaan sebagai bentuk masukan terkait pentingnya keseimbangan antara *profit* atau keuntungan dan pertanggungjawaban sosial dalam operasional suatu perusahaan.

b) Bagi Investor

Penelitian ini diharap sanggup menawarkan bantuan bagi investor agar bisa menilai kinerja perusahaan secara akurat dengan menggunakan . *good corporate governance* (kepemilikan manajerial serta kepemilikan institusional), pengungkapan *corporate social responsibility* serta tingkat profitabilitas, sehingga investor dapat merumuskan suatu keputusan untuk berinvestasi dengan tepat.

c) Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharap mampu ditetapkan sebagai penelitian yang bermanfaat bagi semua pihak dan dapat memperdalam lagi pemahaman mengenai *good corporate governance* (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional), pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas, serta nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1. Teori Keagenan

Model keagenan atau teori agensi ialah sebuah relasi antara *principal* (pemegang saham) dengan *agent* (manager) (Jensen and Meckling, 1976). Teori keagenan memaparkan bahwasannya terdapat korelasi keagenan kontrak dimana *principal* secara individu ataupun kelompok terlibat dengan yang lainnya atau *agent* guna menunaikan sejumlah layanan dengan nama *principal* yang menyertakan penyerahan tugas pengambilan keputusan otoritas kepada *agent*. Teori keagenan mengasumsikan bahwasannya terdapat kepentingan yang berbeda diantara *principal* dengan *agent* yang mengakibatkan timbulnya suatu konflik keagenan. Konflik keagenan ini terjadi ketika pihak *agent* mengabaikan kemakmuran *principal*, serta bersikap egois terhadap kepentingannya (Arfianti and Anggraini, 2023). Sebenarnya kedua belah pihak yakni *principal* dan *agent* memiliki kesamaan tujuan dalam mengoptimalkan tujuan mereka melalui informasi yang dikuasai mereka. Akan tetapi, pihak *principal* mempunyai akses informasi lebih terbatas dibandingkan yang diketahui pihak *agent*. Hal ini mengakibatkan munculnya suatu ketidakseimbangan Informasi, maupun yang lazim disebut *information asymmetri*.

Menurut Arfianti and Anggraini (2023), terdapat suatu hubungan antara teori keagenan dengan nilai perusahaan. Hubungan ini terjadi ketika terdapat suatu

distingsi antara pemilik dan manajemen perusahaan yang nantinya berakhir dengan timbulnya kontradiksi kepentingan diantara *principal* dan *agent*. Munculnya kontradiksi kepentingan antara kedua belah pihak ini pada akhirnya mengakibatkan munculnya perilaku curang yang dilakukan oleh manajemen sehingga pemilik perusahaan nantinya akan mengalami kerugian. Dengan demikian, dibutuhkan pengawasan yang mampu menyamakan pertentangan kepentingan antar manajemen dan pemegang saham (Arfianti *and* Anggraini, 2023).

2.2. Teori Sinyal

Teori sinyal ialah teori yang diperluas oleh Ross (1977) yang menjelaskan terkait bagaimana harusnya perusahaan menyajikan suatu sinyal kepada pengguna dari laporan keuangan (Septiani *and* Indrasti, 2021). Sinyal ini merupakan suatu perlakuan oleh perusahaan dimana selanjutnya disampaikan ke investor terkait cara manajemen melihat potensi perusahaan tersebut. Teori sinyal menjabarkan alasan mengapa suatu perusahaan memiliki suatu dorongan untuk menyajikan suatu informasi terkait dengan laporan keuangan kepada pihak luar. Munculnya stimulus terhadap perusahaan terkait penyajian Informasi tersebut ada karena terdapat kesenjangan informasi antara perusahaan dengan pihak di luar perusahaan yang timbul akibat perusahaan mendominasi terkait keadaan dan prospek masa depan mereka dibandingkan dengan investor dan kreditur. Ketidaktahuan pihak asing tentang perusahaan membuat mereka cenderung memberikan penilaian yang lebih rendah sebagai langkah untuk melindungi diri. (Septiani *and* Indrasti, 2021).

Menurut Suyanto *and* Bilang (2023), teori sinyal mengemukakan terkait bagaimana seorang investor bisa memiliki suatu informasi yang sama terkait prospek perusahaan. Teori sinyal memfokuskan terkait krusialnya asimetris informasi yang dimunculkan perusahaan sehubungan dengan keputusan investasi oleh pihak eksternal perusahaan. Informasi yang dimunculkan perusahaan sangatlah krusial bagi investor serta pelaku bisnis dikarenakan pada hakikatnya informasi ini akan memberikan gambaran operasional perusahaan baik saat ini maupun saat mendatang. Informasi yang terkandung di laporan keuangan ini nantinya bisa memunculkan sinyal bagi para penggunanya yang disajikan baik itu dalam bentuk informasi akuntansi maupun informasi non akuntansi (Suyanto *and* Bilang, 2023).

2.2. Variabel Penelitian

2.2.1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan ialah presentase kesuksesan perusahaan dimana salah satunya berdasarkan kurs saham menurut para investor (Ovami *and* Nasution, 2020). Menurut Pristina *and* Khairunnisa (2019) dalam penelitian Septiani *and* Indrasti (2021), nilai perusahaan ialah gambaran pengelolaan bisnis dimana terlukis berdasarkan harga saham yang muncul dari keinginan pasar dan ketersediaan barang di pasar modal dimana didalamnya melukiskan pandangan publik terhadap performa perusahaan itu. Nilai perusahaan ialah cara melihat investor terkait kesanggupan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan kekayaannya dimana tergambar melalui harga saham (Wahyuni *and* Febriansyah, 2023).

Menurut Anggriany, PA & Kusumastuti (2022) nilai perusahaan merefleksikan harta pemilik saham yang sanggup diamati dari harga saham di pasar. Nilai perusahaan selalu sejalan dengan penelitian harga saham. Memaksimalkan nilai merupakan prioritas utama perusahaan. Melalui pemaksimalan nilai tujuan perusahaan guna memakmurkan para pemegang saham juga secara otomatis akan tercapai. Nilai perusahaan meningkat sejalan dengan penelitian melonjaknya harga saham. Meningkatnya nilai perusahaan memberikan suatu dorongan bagi pasar untuk bukan hanya percaya pada keberhasilannya, namun juga potensinya di masa depan. Pendapat yang berbeda dikemukakan oleh Hermanto dan Ratana (2023), menurut mereka nilai perusahaan dapat dimaksimalkan menggunakan penerapan fungsi manajemen keuangan sebagai dasar keputusan nantinya berakibat pada nilai perusahaan dikarenakan memberikan efek pada keputusan keuangan yang lainnya. Menurut Sembiring and Trisnawati (2019), nilai perusahaan sendiri dapat diketahui melalui *Price to Book Value* (PBV) kemudian Tobin's Q.

1. *Price to Book Value* (PBV)

Price to Book Value (PBV) ialah parameter nilai perusahaan dimana dilihat dari komparasi nilai pasar dan nilai buku (Ovami and Nasution, 2020). Nilai perusahaan dengan parameter PBV memperlihatkan kemampuan entitas untuk memperlihatkan Nilai perusahaan bisa dilihat dari harga saham dibandingkan dengan modalnya. Jika perusahaan bisa memaksimalkan pengembalian asetnya dengan menjulan dengan cara ini nilai perusahaan pun

menjulang, berlaku untuk kebalikannya (Ovami *and* Nasution, 2020). Menurut Ovami *and* Nasution (2020), PBV dihitung melalui rumus berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham perlembar}}{\text{Nilai Buku perlembar Saham}}$$

2. Tobin's Q

Menurut (Arfianti *and* Anggraini, 2023). Tobin's Q ditentukan dengan memperbandingkan nilai pasar kemudian nilai buku saham, pendekatan yang pertama kali diusulkan oleh Gurendrawati *and* Muliasari (2022), Tobin's Q Karena pinjaman tidak hanya dilihat melalui mata investor saham, pengukuran Tobin's Q ini berfokus pada kreditor yang terkait dengan sumber pembiayaan operasional. Berikut ini rumus yang digunakan untuk menentukan (Irmalsari, Gurendrawati *and* Muliasari, 2022):

$$\text{Tobin's } Q = \frac{MVS + D}{TA}$$

Penjelasan :

Tobin's Q: Nilai perusahaan

MVS : Market value dari saham (harga saham penutup x total saham beredar di akhir tahun)

D : Debt (Total hutang)

TA : Total asset

2.2.2. Good Corporate Governance

Good corporate governance ialah system untuk menggerakkan serta mengelola seluruh aktivitas perusahaan (Susanto and Indrabudiman, 2023). Dalam penerapannya *good corporate governance* mempunyai landasan yakni transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, independensi, kewajaran, serta kesetaraan. Landasan itu sangatlah krusial dikarenakan melalui aksi *good corporate governance* dengan tertib terbukti nyata menunjang mutu laporan keuangan serta bisa berfungsi sebagai hambatan bagi kegiatan manipulasi kinerja dimana bisa menyebabkan laporan keuangan tidak mencerminkan nilai dasar dari suatu perusahaan (Susanto and Indrabudiman, 2023).

Penerapan *good corporate governance* ialah bagian dari elemen utama dalam menyusun fondasi perusahaan dengan kuat. Kinerja keuangan perusahaan tidak akan terus berlangsung jika meninggalkan pelaksanaan *good governance*. Selain itu, laporan keuangan dengan dukungan *good corporate governance* akan memperbaiki transparansi dan akuntabilitas publik, dimana akhirnya akan menunjang pengakuan investor (Susanto and Indrabudiman, 2023). Peningkatan kepercayaan investor ini akan diikuti peningkatan investasi yang masuk pada perusahaan sehingga akan mengoptimalkan operasional perusahaan serta meningkatkan pendapatan perusahaan yang nantinya mampu meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Kartika and Wirawati (2023), *good corporate governance* dapat diproyeksikan lewat kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional.

Kepemilikan manajerial ialah perihal di mana manajer berperan ganda pada perusahaan yakni sebagai seorang manajer dan pemegang saham dengan

mempunyai struktur modal dalam perusahaan (Darmayanti *et al.*, 2018) dalam penelitian (Sari *and* Wulandari, 2021). Teori keagenan menyatakan bahwasannya kepemilikan manajerial dianggap mampu meminimalkan konflik keagenan, hal ini dikarenakan pemilik dan manjer bekerja sama untuk mencapai rencana yang ingin dicapai, yakni kemakmuran pemegang saham dimana pada gilirannya menunjang kinerja manajemen yang nantinya akan disusuli dengan melonjaknya nilai perusahaan (Kartika *and* Wirawati, 2023). Menurut Sari (2023), kepemilikan manajerial dihitung melalui rumus berikut :

$$KM = \frac{\text{Total Saham Milik Manajer}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

Kepemilikan institusional ialah saham entitas dipunyai serta berawal dari intitusi atau lembaga lain (Sari *and* Wulandari, 2021). Teori keagenan menjabarkan bahwasannya *principals* mendelegasikan otoritas kepada direktur guna pengoperasionalan bisnis serta menciptakan suatu putusan terkait prioritas perusahaan. Pengelola perusahaan yang mendapat mandat dari pemegang saham berkesempatan untuk bertindak di luar kepentingan pemegang saham, dikarenakan manajer dalam perannya sebagai pengelola perusahaan dimana bisa mengakses informasi melimpah terkait perusahaan. Dalam rangka memitigasi masalah tersebut, kepemilikan institusional dimanfaatkan pemegang saham sebagai alat pemantau manajemen agar selaras dengan kepentingan pemegang saham (Kartika *and* Wirawati, 2023). Peningkatan nilai perusahaan nantinya akan terwujud jika kepemilikan institusional bisa berperan sebagai instrumen pemantauan yang efisien. Menurut (Sari, 2023), kepemilikan institusional dihitung melalui rumus berikut :

$$KI = \frac{\text{Total Saham Milik Investor Institusi}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

2.2.3. Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility ialah kewajiban entitas berkenaan dengan sumbangan baik materi maupun non materi pada perbaikan ekonomiyang berkelanjutan melalui tanggung jawab sosial serta menyeimbangkan poin ekonomi, sosial, dan lingkungan (Lulu dan Made, 2019) dalam penelitian (Irmalsari, Gurendrawati and Muliasari, 2022). Menurut (Susanto and Indrabudiman, 2023), *corporate social responsibility* hakikatnya ialah suatu keharusan bagi perusahaan guna bisa berkomunikasi dengan komunitas local selaku representasi masyarakat luas. *Corporate social responsibility* dapat dikatakan sebagai bentuk komitmen untuk melakukan optimalisasi ekonomi seiring dengan perbaikan taraf hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas local, serta masyarakat luas. (Susanto and Indrabudiman, 2023).

Pada dasarnya penerapan *corporate social* Tanggung jawab perusahaan tidak hanya sebatas kepatuhan terhadap peraturan, tetapi juga mencerminkan komitmen dan kesungguhan dalam menginternalisasi nilai-nilai perusahaan *corporate social responsibility*. Ini dikarenakan tindakan tersebut nantinya akan berdampak positif bagi operasional perusahaan pada masa mendatang. Kartika and Wirawati (2023) mengemukakan bahwasannya makin melimpah perusahaan melaksanakan konsep *corporate social responsibility* akan mempengaruhi reputasi perusahaan yang akan semakin positif di pandangan masyarakat maupun investor.. Ketika perusahaan telah dipercaya oleh masyarakat secara luas maka

akan meningkatkan loyalitas para konsumen, sehingga kedepannya penjualan perusahaan akan mengalami peningkatan. Peningkatan penjualan ini akan meningkatkan keuntungan perusahaan yang mempresentasikan bahwasannya nilai perusahaan diprediksi mengalami pertumbuhan yang baik (Kartika *and* Wirawati, 2023).

Menurut Kartika *and* Wirawati (2023), pengungkapan *corporate social responsibility* dapat diukur memakai rumus :

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan CSR di Perusahaan}}{\text{Total 91 Item Pengungkapan CSR}}$$

2.2.4. Profitabilitas

Profitabilitas ialah presentase laba neto yang didapat perusahaan melalui operasional perusahaan pada satu periode (Septiani *and* Indrasti, 2021). Profitabilitas menggambarkan efektifnya perusahaan dalam menunjang skala keuntungan melalui inventaris kekayaan perusahaan yang berpotensi berpengaruh pada penilaian investor terkait perusahaan itu sendiri terkait dengan prospek perusahaan di masa mendatang (Septiani *and* Indrasti, 2021). Singkatnya, profitabilitas ialah suatu aspek yang mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan tingkat tingkat keuntungan yang tinggi dari efektivitas operasionalnya.

Menurut Amalia *et al.* (2022), profitabilitas ialah kesanggupan perusahaan terkait memunculkan laba yang mempunyai maksud menambah nilai perusahaan serta keuntungannya maupun kemakmuran para investor. Dapat dikatakan bahwasannya perusahaan dengan presentase profitabilitas yang tinggi, maka

sejalan dengan penelitian kapasitas perusahaan dalam memunculkan laba. Menurut Susila *and* Prena (2019) dalam penelitian Septiani *and* Indrasti (2021), terdapat keterkaitan antar profitabilitas dan nilai perusahaan, sebab melalui profitabilitas yang meningkat akan memunculkan sinyal positif bagi para investor agar melonjakkan permintaan saham, akibatnya mampu menaikkan harga saham di mana harga saham melukiskan nilai perusahaan sesungguhnya.

Profitabilitas dapat dihitung menggunakan beberapa rasio yang diantaranya ialah :

1. *Return On Asset* (ROA)

(Jenny *and* Mineva, 2021), *Return On Asset* (ROA) mengemukakan tingkat pengembalian aset yang telah dipakai guna menghasilkan laba bersih setelah pajak serta sejauh mana aset tersebut telah digunakan. Menurut (Munzir, Andriyan *and* Hidayat, 2023), ROA dihitung dengan rumus berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2. *Return On Equity* (ROE)

Menurut Kasmir (2019), ROE ialah rasio yang menaksir laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan modal sendiri. ROE mencerminkan efisien modal sendiri digunakan. Kenaikan rasio ini memperkuat posisi kepemilikan dalam perusahaan dan sebaliknya juga berlaku demikian. Menurut Kasmir (2019), ROE dihitung dengan rumus berikut:

$$ROE = \frac{\text{Earning After Interest and Tax}}{\text{Equity}} \times 100\%$$

3. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) mengacu pada persentase laba netto yang dihasilkan perusahaan dari pendapatan totalnya setelah memperhitungkan semua biaya dan beban. NPM dihitung dengan rumus berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2.3. Penelitian Terdahulu

Ringkasan riset sebelumnya yang relevan dipaparkan pada tabel 2.1:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Temuan
1	Ni Ketut Pradnyasari Kartika, Ni Gusti Putu Wirawati 2023	<i>Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan</i>	Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen: 1. <i>Good corporate governance</i> 2. <i>Pengungkapan corporate social responsibility</i> 3. <i>Ukuran perusahaan</i>	1. <i>Good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Good corporate governance</i> <i>Good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 3. <i>Pengungkapan corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4. <i>Ukuran perusahaan</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	Made Ayu Riski Meinanda Kesumastuti dan Ayu Aryista Dewi	Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: Pengungkapan	1. <i>Pengungkapan CSR</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2. <i>Usia perusahaan</i> mampu memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan

	2021	Perusahaan sebagai Variabel Moderasi	CSR Variabel Moderasi: 1. Usia Perusahaan 2. Ukuran Perusahaan	3. Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan
3	Rizka Indri Arfianti, Muttia Anggraini 2023	Moderasi <i>Good Corporate Governance</i> pada Pengaruh Kinerja Keuangan dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Kebijakan deviden Variabel Moderasi: <i>Good corporate governance</i>	1. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan 3. Kebijakan deviden berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 4. <i>Good corporate governance</i> dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan 5. <i>Good corporate governance</i> memperlemah pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan 6. <i>Good corporate governance</i> dapat memperkuat pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan
4	Munzir, Yoga Andriyan, Rahmat Hidayat 2023	<i>Consumer Goods</i> : Pengaruh Profitabilitas dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh <i>Corporate Social Responsibility</i>	Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> Variabel Mediasi: <i>Corporate social responsibility</i>	1. Profitabilitas berpengaruh negative signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> 2. <i>Leverage</i> berpengaruh negative tidak signifikan terhadap pengungkapan <i>corporate social responsibility</i>

				3. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 4. <i>Leverage</i> berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 5. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan 6. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak dapat memediasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan 7. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> tidak dapat memediasi pengaruh <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan
5	Putri Sari 2022	Anjar	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen: <i>Good corporate governance</i> Variabel Intervening : Kinerja keuangan	1. <i>Good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan 2. <i>Good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan 3. Kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

				4. Kinerja keuangan dapat memediasi pengaruh <i>good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan
6	Dinda Rehamil A, Tona Aurura L dan Agus Solikhin 2021	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Intervening	Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen: Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> Variabel Intervening: Ukuran perusahaan	1. Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dengan nilai perusahaan
7	Erawan Susanto, Amir Indrabudiman 2023	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: 1. <i>Good corporate governance</i> 2. <i>Corporate social responsibility</i> Variabel intervening : Kinerja keuangan	1. <i>Good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan komite audit berpengaruh negative signifikan terhadap kinerja keuangan 2. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan 3. <i>Good corporate governance</i> yang diproyeksikan dengan komite audit berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan

				4. <i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 5. Kinerja keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan 6. Kinerja keuangan bisa memediasi pengaruh <i>good corporate governance</i> terhadap nilai perusahaan 7. Kinerja keuangan bisa memediasi pengaruh <i>corporate social responsibility</i> terhadap nilai perusahaan
8	Ramsa Satria Bagaskara, Kartika Hendra Titisari, Riana Rachmawati Dewi 2021	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai perusahaan Variabel Independen: 1. Profitabilitas 2. <i>Leverage</i> 3. Ukuran perusahaan 4. Kepemilikan manajerial	1. Profitabilitas tidak mempengaruhi nilai perusahaan 2. <i>Leverage</i> tidak mempengaruhi nilai perusahaan 3. Ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan 4. Kepemilikan manajerial tidak mempengaruhi nilai perusahaan

Sumber: Berbagai sumber penelitian terdahulu

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan manajerial ialah bagian dari proyeksi *good corporate governance* yang berkontribusi terhadap nilai perusahaan. Sari and Wulandari (2021) mendefinisikan kepemilikan manajerial ialah keadaan saat manajer menjalankan dualisme peran yakni selaku manajer kemudian pemegang saham. Kepemilikan manajerial menyamakan kepentingan pemegang saham dan manajer

akibatnya konflik kepentingan antara mereka berkurang. Lebih dari itu, kepemilikan manajerial berperan sebagai upaya untuk menghindari tindakan serakah. Kepemilikan manajerial diukur dengan menghitung persentase saham yang dimiliki oleh manajemen relatif terhadap jumlah saham yang beredar (Sari *and* Wulandari, 2021).

Berdasarkan teori keagenan, kepemilikan manajerial dinilai mampu meminimalisir konflik keagenan, hal ini dikarenakan pemilik serta manajer berkoordinasi bersama demi kesuksesan yang diinginkan, yakni kemakmuran pemegang saham. Hal ini mengakibatkan peningkatan performa manajemen yang selanjutnya diiringi oleh peningkatan nilai perusahaan. Penelitian Kartika *and* Wirawati (2023), mengemukakan kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan senantiasa melonjak searah dengan melonjaknya kepemilikan manajerial. Dominasi saham oleh manajemen di perusahaan berakibat semakin aktifnya manajemen untuk memaksimalkan keahliannya, dikarenakan manajemen berkewajiban melayani keperluan pemegang saham dimana bisa dikatakan dia sendiri. Hasil tersebut searah dengan penelitian Sari *and* Wulandari (2021), yang menyatakan kepemilikan manajerial berdampak positif pada nilai perusahaan. Pengaruh positif bermakna peningkatan persentase Peningkatan kepemilikan manajerial sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan serta hasil riset Kartika *and* Wirawati (2023) serta Sari *and* Wulandari (2021), terumus hipotesis:

H₁ : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.2. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Kepemilikan institusional ialah bagian dari proyeksi *good corporate governance*. Kepemilikan institusional adalah ketika sebuah perusahaan memiliki pemegang saham yang terdiri dari berbagai institusi atau lembaga keuangan (Sari and Wulandari, 2021). Jumlah investasi dalam perusahaan dikendalikan oleh kepemilikan institusional. Kehadiran investor institusional diharapkan dapat meningkatkan efektivitas investor institusional dalam memantau proses pengambilan keputusan manajerial yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan dan kesejahteraan pemegang sahamnya (Muntahanah and Murdijaningsih, 2020). Kemudian, dari kinerja perusahaan, langkah selanjutnya adalah meningkatkan profitabilitas perusahaan, dan terakhir, langkah selanjutnya adalah meningkatkan nilai perusahaan.

Dalam teori keagenan, kepemilikan institusional mempunyai kedudukan vital dalam mereduksi konflik keagenan yang mungkin timbul antara *principal* dan *agent* (Sari and Wulandari, 2021). Lebih lanjut teori keagenan menerangkan bahwasannya pemegang saham atau *principals* memberikan mandat bagi direktur atau *agent* terkait pengoperasionalan perusahaannya serta menciptakan suatu putusan bagi aspek krusial mereka. Kelompok internal yang mempunyai kredibilitas di mata pemegang saham berkesempatan mengadakan kecurangan sehubungan dengan keperluan pemegang saham, dikarenakan manajer perusahaan mempunyai informasi melimpah terkait perusahaan. Guna menekan masalah itu

terjadi, pemegang saham mengoptimalkan kepemilikan institusional sebagai alat monitoring manajemen agar tidak terjadi kecurangan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan terjadi apabila institusional mampu menjadi alat monitoring secara efektif (Kartika *and* Wirawati, 2023).

Penelitian Kartika *and* Wirawati (2023), mengemukakan bahwasannya Kepemilikan saham oleh investor institusional meningkatkan nilai perusahaan. Bertambah besarnya kepemilikan institusional, berakibat pada bertambahnya peningkatan nilai perusahaan. Kepemilikan saham institusional yang besari mampu digunakan sebagai mekanisme pengawasan yang tepat guna serta efisien terkait penangan pihak internal perusahaan hingga akhirnya anggaran keagenan perusahaan mampu merosot serta nilai perusahaan meningkat. Hasil tersebut searah pada riset Holly *et al* (2023) dimana dikemukakan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini memperlihatkan efektivitas pengawasan oleh pihak eksternal mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan serta hasil riset Kartika *and* Wirawati (2023) dan Holly *et al* (2023), terumus hipotesis berikut :

H₂ : Kepemilikan institusional berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.3. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility ialah kewajiban perusahaan

Berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan mengutamakan keseimbangan antara aspek ekonomi sosial dan lingkungan. (Irmalsari, Gurendrawati *and* Muliasari, 2022). Pengungkapan *corporate social responsibility* penting diterapkan dengan alasan perusahaan bukan hanya menitikberatkan pada investor maupun kreditur, akan tetapi berkewajiban untuk pihak lain baik itu konsumen, pemerintah, maupun masyarakat juga. kemudian, melalui pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan, memungkinkan terjadinya peningkatan keberpihakan kepada pihak eksternal bisa mengestimasi komitmen perusahaan dalam melakukan operasionalnya sesuai dengan kaidah masyarakat (Kartika *and* Wirawati, 2023).

Hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* di penelitian ini didasari teori sinyal. Pengungkapan *corporate social responsibility* menandakan informasi perusahaan tersebut lebih terbuka serta komprehensif. Informasi itu menciptakan sebuah sinyal untuk investor terkait penanaman saham di perusahaan, dimana pada gilirannya akan berimbas pada nilai perusahaan. Semakin melimpah perusahaan mengadopsi konsep *corporate social responsibility* arah perkembangan reputasi perusahaan makin unggul di pandangan masyarakat. Saat perusahaan sudah dianggap terpercaya oleh publik maka semakin banyak pula pelanggan setia yang nantinya menyumbang peningkatan penjualan dan diikuti melonjaknya keuntungan yang akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Kartika *and* Wirawati, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Aurora L, Rehanil A *and* Solikhin (2021) dan Kesumastuti *and* Dewi (2021) mengemukakan bahwasannya pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini menegaskan terkait makin besar pelaksanaan serta pengungkapan *corporate social responsibility* yang dipraktikkan oleh perusahaan semakin besar pula nilai perusahaan dikarenakan melalui penyampaian tanggung jawab sosial, perusahaan akan mendapat tanggapan positif dari investor yang mendorong para pemodal untuk berinvestasi yang selanjutnya akan menunjang nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan serta penelitian yang dilakukan oleh Aurora L, Rehanil A *and* Solikhin (2021) dan Kesumastuti *and* Dewi (2021), terumus hipotesis berikut:

H₃ : Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.4.4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas ialah sebuah faktor yang menggambarkan maksimalnya perusahaan dalam menggenjot profitabilitas melalui sederet kekayaan yang dipunyai perusahaan dimana nantinya berdampak di penilaian investor terhadap perusahaan terkait prospek perusahaan di masa mendatang (Septiani *and* Indrasti, 2021). Profitabilitas disini menggambarkan seberapa maksimalnya operasional perusahaan sehingga mampu memberikan sebuah keuntungan bagi perusahaan. Profitabilitas ialah kesanggupan perusahaan memunculkan laba melalui operasional perusahaannya (Sa'adah, Putri *and* Usry, 2023). Profitabilitas tinggi melukiskan potensi perusahaan yang cerah yang mendorong peningkatan

pemesanan saham perusahaan. Menurut Rizal *et al.*, (2019), perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi menjadi incaran investor untuk membeli sahamnya dikarenakan akan mempengaruhi nilai perusahaan serta memberikan dampak positif berupa profit pada investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut.

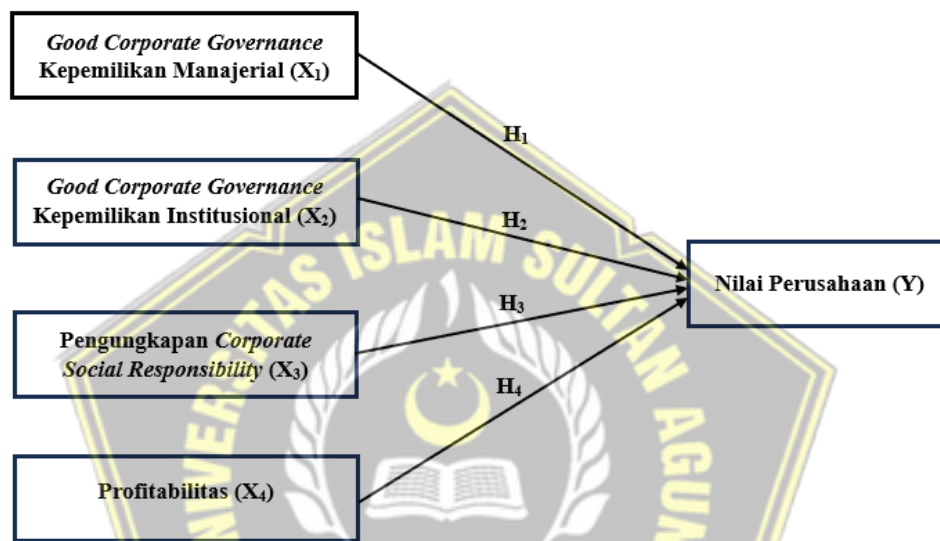
Menurut Septiani *and* Indrasti (2021), hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan didasari dengan teori sinyal. Dimana jika profitabilitas perusahaan tinggi akan memunculkan suatu sinyal bagi investor bahwa perusahaan tersebut memiliki kinerja serta masa depan cerah di masa mendatang dimana akhirnya memunculkan keinginan investor terkait penanaman modal di perusahaan tersebut. Melejitnya laba yang didapatkan maka makin melejit pula potensi perusahaan menyelesaikan pendistribusian laba bagi para pemegang saham mengacu pada besar saham yang dipunyai serta berdampak besar bagi kenaikan nilai perusahaan. (Rizal *et al.*, 2019).

Riset Septiani *and* Indrasti (2021) mengemukakan bahwasannya profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil selaras dijumpai pada penelitian Rizal *et al.*, (2019) dimana dikemukakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas tinggi menciptakan peluang positif bagi perusahaan dimana selanjutnya akan mampu mendorong pelonjakan minat terhadap saham perusahaan dimana nantinya diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.

H₄ : Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan informasi yang diberikan sejauh ini, dapat disimpulkan bahwa tata kelola perusahaan yang efektif, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, dan profitabilitas semuanya berkontribusi terhadap nilai perusahaan. Jadi, beginilah kerangka konseptual tersebut ditampilkan:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran
Pengaruh Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Riset ini akan menguji serta menjelaskan mengenai hubungan antar variabel yang terkait, yaitu *Good Corporate Governance* (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional), Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas selaku variabel independent, sedangkan Nilai Perusahaan selaku variabel dependen yakni di perusahaan manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia (BEI). Jenis riset yang dimanfaatkan yakni metode penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang dalam prakteknya menekankan mengenai penganalisisan data berupa angka atau numerik yang selanjutnya diolah dengan menggunakan metode statistic yang sesuai (Nainggolan *et al.*, 2023). Penelitian eksplanatori atau penelitian deskripsi analitik dimanfaatkan pada penelitian ini. Jenis penelitian ini bertujuan bukan sekedar menampilkan suatu gejala atau fenomena, akan tetapi untuk menampilkan gambaran terkait dengan bagaimana pengaruh yang ada di antara variabel-variabel yang diteliti juga (Rizal *et al.*, 2019).

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi yakni kesatuan dari seluruh objek ataupun subjek penelitian dimana berkaitan serta memiliki bersifat atau karakteristik khusus yang dikehendaki oleh peneliti untuk acuan dalam pengambilan sebuah kesimpulan

(Nainggolan *et al.*, 2023). Populasi yang dikehendaki peneliti untuk riset ini yakni perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.2.2. Sampel

Sampel ialah bagian integral dari populasi (Sari *and* Wulandari, 2021). Metode *purposive sampling* dimanfaatkan pada riset ini. Metode *purposive sampling* sendiri ialah teknik agar pemilihan sampel berdasar karakteristik tertentu (Anggriany, PA *and* Kusumastuti, 2022). Adapun karakteristik pemilihan sample pada riset ialah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2023.
2. Perusahaan yang konsisten menerbitkan laporan keuangan periode 2020-2023.
3. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah (Rp).
4. Perusahaan manufaktur yang mengalami laba berturut-turut periode 2020-2023.
5. Perusahaan manufaktur yang mengungkapkan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunan periode 2020-2023.

Perusahaan yang menyajikan informasi terkait saham manajerial dan institusional dalam laporan keuangan periode 2020-2023.

3.3. Jenis dan Sumber Data

Riset mengaplikasikan jenis data sekunder yang bersumber dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang bisa diakses lewat www.idx.co.id serta website resmi milik perusahaan. Data yang didapatkan di riset ialah data kuantitatif yakni

data berupa angka atau bilangan. Data penelitian yang diambil yakni data laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) lewat website www.idx.co.id serta website resmi perusahaan selama periode 2020-2023.

3.4. Metode Pengumpulan Data

Segala informasi yang diterima penulis, baik secara lisan maupun tertulis, merupakan bagian dari proses pengumpulan data. Oleh karena itu, penulis menggunakan pendekatan dokumentasi. Metode dokumentasi yakni teknik pengumpulan data-data laporan keuangan melalui sumber terpercaya yang berkenaan penelitian (Warouw, Pangkey and Fajar, 2022). Sumber terpercaya untuk memperoleh data-data laporan keuangan dalam penelitian didapatkan melalui situs website yang bisa diakses melalui www.idx.co.id

3.5. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Penelitian

Fokus utama studi ini adalah pada nilai perusahaan, yang dipengaruhi oleh banyak faktor independen. Variabel-variabel ini meliputi profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, tata kelola perusahaan yang sangat baik (seperti yang dievaluasi oleh manajemen dan kepemilikan institusional), dan sebagainya.

3.5.1. Nilai Perusahaan

Kinerja suatu bisnis diukur berdasarkan harga sahamnya, yang digunakan investor untuk mengukur nilai perusahaan. Kenaikan harga saham, yang pada gilirannya meningkatkan nilai bisnis, merupakan hasil langsung dari peningkatan kinerja keuangan, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan saham (Ovami

and Nasution, 2020). Pada penelitian ini nilai perusahaan dikalkulasi melalui Tobin's Q. Alasan peneliti memilih Tobin's Q karena menurut Sari, Sukadana and Widnyana (2021), melalui rasio Tobin's Q informasi terkait berbagai fenomena yang terjadi dalam perusahaan akan tersaji dengan baik dan jelas. Selain itu, Tobin's Q juga dapat diterapkan pada berbagai jenis perusahaan dan tidak terbatas pada ekuitas saja sehingga lebih relevan dalam analisis nilai perusahaan secara keseluruhan (Sari, Sukadana and Widnyana, 2021). Rasio Tobin's Q dihitung dengan rumus berikut :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVS + D}{TA}$$

Keterangan :

MVS = *Market value of all outstanding shares* atau market value dari saham
(harga saham penutup x total saham beredar di akhir tahun)

D = *Debt* (Total hutang)

TA = Total Aset

(Irmalsari, Gurendrawati and Muliasari, 2022).

3.5.2. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan *owner* perusahaan juga berposisi sebagai pemegang saham yang bermakna manajemen selaku pemegang saham turut ambil bagian dalam menentukan kebijakan perusahaan terkait (Kartika and Wirawati, 2023). Kepemilikan manajerial dipilih di riset agar memproyeksikan *good corporate governance* karena kepemilikan manajerial dalam prakteknya mampu digunakan untuk meminimalisir konflik keagenan yang terjadi pada perusahaan. Kepemilikan manajerial dihitung dengan rumus:

$$KM = \frac{\text{Jumlah Saham yang Dimiliki Manajemen}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

(Kartika and Wirawati, 2023).

3.5.3. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional yakni sebuah fenomena saat institusi mempunyai saham di suatu perusahaan. Lembaga atau institusi ini bisa berbentuk lembaga public, lembaga swasta, maupun asing dengan kepemilikan lebih dari 5% (Kartika and Wirawati, 2023). Kepemilikan institusional dipilih untuk memproyeksikan *good corporate governance* dikarenakan kepemilikan institusional mampu meminimalisir asimetri informasi yang terjadi dalam perusahaan dimana agen atau manajemen nantinya tidak bisa leluasa melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya sendiri. Kepemilikan institusional dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KI = \frac{\text{Jumlah Saham Milik Institusional}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$$

(Kartika and Wirawati, 2023).

3.5.4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengaplikasian *corporate social responsibility* yakni pemaparan informasi berkenaan dengan kewajiban sosial yang dikerjakan perusahaan di dalam laporan tahunannya (Kartika and Wirawati, 2023). Alasan peneliti memilih standar GRI G4 dengan total 91 item karena GRI G4 memungkinkan perusahaan untuk melaporkan kinerja mereka dengan cara yang dapat dibandingkan antar perusahaan dan sektor industri. Indikator-indikator yang terstruktur memudahkan peneliti untuk menganalisis dan membandingkan data antara berbagai organisasi.

Pengungkapan *corporate social responsibility* dihitung menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Pengungkapan CSR} = \frac{\text{Jumlah Pengungkapan CSR di Perusahaan}}{\text{Total 91 Item Pengungkapan CSR}}$$

(Kartika and Wirawati, 2023).

3.5.5. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan aspek yang memperlihatkan efektifitas suatu perusahaan berkenaan dengan penciptaan tingkat keuntungan melalui serangkaian aset yang dimiliki oleh perusahaan yang bisa berdampak pada interpretasi investor pada perusahaan perihal peluang perusahaan di masa yang akan datang (Septiani and Indrasti, 2021). Pengukuran profitabilitas di penelitian ini memanfaatkan indikator *Return on Asset* (ROA). Alasan peneliti memilih rasio ini dikarenakan menurut Muhibah dan Yunus (2020), *Return on Asset* (ROA) dapat memperhitungkan kapabilitas perusahaan dalam memperoleh laba secara keseluruhan melalui pengoptimalan aset yang dimiliki dalam perusahaan. *Return on Asset* (ROA) dihitung melalui rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

(Munzir, Andriyan and Hidayat, 2023).

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1. Analisis Statistik Deskriptif

Dalam pada riset, metode statistic deskriptif ialah metode analisis data yang dimanfaatkan. Measures including the mean, standard deviation, variance, total, range, kurtosis, and skewness of the distribution are used in descriptive

statistics to visualise data (Ghozali, 2021). Analisis statistik deskriptif dikerjakan dengan tujuan agar bisa mengetahui variabel independent baik satu maupun lebih tanpa harus membandingkan variabel itu sendiri serta mencari hubungan dengan variabel lain. Selain itu, analisis statistic deskriptif juga menyajikan gambaran atau deskripsi dari data yang telah diteliti.

3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Sebagai sarana agar menentukan apakah suatu model regresi bermanfaat atau tidak, digunakan pengujian asumsi klasik. Pada riset, data yang digunakan adalah data sekunder, oleh karena itu diperlukan pengujian asumsi klasik untuk menentukan langkah-langkah model. Asumsi klasik yang bermanfaat antara lain normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi. Setelah itu, dilakukan pengujian asumsi klasik pada model regresi deviasi dengan menggunakan data gabungan, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

3.6.2.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dipergunakan agar mengetahui residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal, menurut Ghozali 2021. Uji ini penting karena dalam analisis regresi, distribusi residual harus normal agar uji t kemudian uji F dapat dipertimbangkan. Analisis grafik serta uji statistik dapat dilakukan untuk pengujian. Dengan menggunakan aplikasi SPSS dan grafik Normal Probability Plot, penelitian ini memeriksa apakah distribusi data normal atau tidak. Ghozali (2021), menjelaskan bahwasannya uji normalitas ini dapat memanfaatkan uji Kolmogrov-Smirnov melalui kriteria :

- a. Data berdistribusi normal karena Uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$.

- b. Data tidak terdistribusi normal, menurut uji Kolmogorov-Smirnov ($<0,05$).

3.6.2.2. Uji Multikolinearitas

Agar mengetahui suatu variable independent dalam model regresi berkorelasi, Ghozali (2021) menyatakan bahwa digunakan uji multikolinearitas. Dalam model regresi murni, tidak mungkin ada korelasi yang lemah antara variabel independent. Korelasi antara variabel independen menunjukkan bahwa mereka pada dasarnya tidak berbeda satu sama lain (Ghozali, 2021). Untuk mengidentifikasi multikolinearitas dalam model regresi, seseorang dapat menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi. Berikut adalah kriterianya:

- a. Multikolinearitas ditunjukkan dengan nilai Toleransi $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$.
- b. Tidak terjadi multikolinearitas jika nilai Toleransi $> 0,1$ atau jika nilai $VIF < 10$.

3.6.2.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), uji heteroskedastisitas dimaksudkan sebagai pengevaluasi apakah dijumpai perbedaan varian residual antar satobservasi dalam model regresi. Model regresi yang ideal harus terlebih dahulu bebas dari masalah heteroskedastisitas. Dengan menganalisis plot grafik antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dan residualnya (SRESID), heteroskedastisitas dapat diidentifikasi. Hasilnya ditunjukkan dalam skor Y setelah prediksi, yang dicapai dengan menggambar garis tertentu dalam scatterplot antara SRESID dan ZPRED,

sementara sumbu X memperlihatkan residualnya. Pengambilan keputusan didasarkan pada kriteria tertentu yang telah ditentukan, yakni:

1. Seandainya dijumpai pola tertentu, seperti titik-titik membentuk pola yang terorganisir (bergelombang, melebar kemudian menyempit) menandakan memperlihatkan terjadinya heteroskedastisitas.
2. Seandainya tidak dijumpai pola yang terorganisir, lalu titik-titik tersebar di atas serta < 0 di sumbu Y, menandakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.6.2.4. Uji Autokorelasi

Agar mengetahui apakah galat gangguan pada suatu periode (t) berhubungan dengan galat gangguan pada periode sebelumnya (t-1), digunakan uji autokorelasi dalam model regresi linier (Ghozali, 2021). Estimasi parameter yang tidak efisien dapat terjadi akibat autokorelasi yang disebabkan oleh korelasi antar data berurutan lintas waktu. Model regresi yang baik seharusnya terbebas dari autokorelasi agar hasil analisis tetap valid.. Menurut Ghozali (2021), guna mengidentifikasi terdapatnya autokorelasi, dapat digunakan uji Durbin-Watson (DW test) yang didasarkan pada kriteria:

- a. Seandainya d (durbin-watson) $< dL$ kemudian $> (4-dL)$, menandakan dijumpai autokorelasi.
- b. Seandainya d (durbin-watson) berposisi antar du kemudian $(4-du)$, menandakan tidak dijumpai autokorelasi.
- c. Seandainya d (durbin-watson) berposisi diantara dL kemudian du atau antar $(4-dL)$ kemudian $(4-du)$, menandakan tidak dihasilkan suatu keputusan yang mutlak.

3.6.3. Model Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda merupakan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Saat mengukur korelasi antara banyak variabel, regresi linier berganda memperlihatkan arah hubungan antara variable dependent dan independent melalui hubungan linier. Kepemilikan manajerial dan institusional, pengungkapan CSR, profitabilitas, dan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan faktor independen pada riset ini. Pada saat yang sama, Tobin's Q diaplikasikan untuk memproyeksikan nilai perusahaan, yang merupakan variable independent.

Model ini diperuntukkan bagi pengujian ada tidaknya interaksi sebab akibat diantara kedua variabel untuk meneliti sebesar apa pengaruh diantara variable bebas terhadap variable terikat. Data diolah memakai SPSS dengan persamaan regresi berikut :

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

Keterangan :

- Y : Nilai Perusahaan
- a : Konstanta
- β_{1-4} : Koefisien Regresi
- X_1 : Kepemilikan Manajerial
- X_2 : Kepemilikan Institusional
- X_3 : Pengungkapan *corporate social responsibility*
- X_4 : Profitabilitas
- ε : Error

3.6.4. Pengujian Goodness of Fit Model

3.6.4.1. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2021) mengemukakan, koefisien R^2 merupakan Koefisien determinasi mengukur seberapa baik model mampu menjelaskan variasi pada

variabel dependen dapat bernilai antara nol dan satu, dengan $0 \leq R^2 < 1$. Semakin dekat nilai R^2 dengan 1, maka model regresi dianggap semakin baik. Model regresi dianggap kurang berhasil jika nilai R^2 mendekati 0.

3.6.4.2. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Ghozali (2021) mengetahui bahwa statistik F dipergunakan agar mengetahui apakah keseluruhan variable independent pada model secara simultan variable dependent. Sebagai tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$) termasuk dalam pengujian ini. Selain itu, tujuan F-statistik adalah untuk mengetahui reliabilitas model regresi yang diaplikasikan pada riset ini. Perbandingan antara nilai F yang dihitung dan nilai F yang ditabulasikan digunakan untuk analisis. Kerangka pengujian hipotesis statistik penelitian ini meliputi:

- H_0 : $\beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_4 = 0$, maknanya variable secara independent (X_1, X_2, X_3, X_4) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variable independent (Y).
- H_1 : tidak seluruh β berharga 0. Maknanya variable independent (X_1, X_2, X_3, X_4) secara simultan berpengaruh terhadap variable independent (Y).

3.6.4.3. Uji Statistik t (Uji t)

Menentukan sejauh mana kontribusi masing-masing variable independent secara individual untuk menentukan signifikansi variabel dependen merupakan inti dari uji t menurut Ghozali (2021). Nilai signifikansi riset 0,05 ($\alpha=5\%$). Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh parsial dalam percobaan, maka kriteria yang harus dipenuhi menurut Ghozali (2021):

- a. Karena nilai signifikansi $t > 0,05$, yang mengindikasikan satu variable independent tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable dependent, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- b. H_0 ditolak dan H_1 diterima jika nilai signifikansi $t < 0,05$ mengatasi pengaruh signifikan antara satu variabel dependen dan satu variable independent.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek riset ini ialah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2023. Perusahaan manufaktur yakni jenis perusahaan yang bergerak dalam kegiatan produksi barang yang memproses komponen dasar menjadi produk akhir yang bernilai unggul. Proses ini melibatkan berbagai tahapan pengolahan untuk menghasilkan produk yang siap di distribusikan kepada konsumen ataupun digunakan untuk proses produksi lanjutan. Perusahaan manufaktur di Indonesia sendiri terbagi menjadi tiga sektor yakni *basic industry and chemicals*, *consumer goods industry*, dan *miscellaneous industry* yang terbagi lagi menjadi beragam sub-sektor sehingga mampu menggambarkan respons pasar modal secara keseluruhan. Pada riset ini, teknik sampling yang dipakai yakni *purposive sampling*, yakni pemilihan sample melalui karakteristik tertentu. Distribusi pengambilan sampel yakni:

Tabel 4.1

Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Total
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2020-2023	196
2.	Perusahaan yang tidak konsisten menerbitkan laporan keuangan pada periode 2020-2023	(24)

3.	Perusahaan manufaktur menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang dollar	(31)
4.	Perusahaan manufaktur mengalami rugi pada periode 2020-2023	(67)
5.	Perusahaan manufaktur yang tidak mengungkapkan <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan tahunan periode 2020-2023	(0)
7.	Perusahaan yang tidak menyajikan informasi terkait saham manajerial dan institusional pada laporan keuangan periode 2020-2023	(36)
Jumlah Perusahaan Sampel		38
Tahun Penelitian		4
Total Sampel Keseluruhan		152
Data <i>Outlier</i>		(82)
Jumlah Data Setelah di <i>outlier</i>		70

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Adanya Hasil analisis, penelitian ini mencakup periode pengamatan selama empat tahun, yakni 2020-2023, dengan total sampel sebanyak 38 perusahaan. Dengan demikian jumlah data observasi yang didapatkan adalah 152. Akan tetapi, setelah adanya data di *outlier* data observasi yang terkumpul tersisa 70 yang mencakup seluruh variabel penelitian, yakni kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, profitabilitas, dan nilai perusahaan

4.2. Hasil Analisis Data

4.3.1. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif yakni analisis yang dimanfaatkan dengan tujuan agar didapatkan informasi mengenai nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, serta standar deviasi (Ghozali, 2021). Uji statistik deskriptif bermaksud untuk menyajikan kondisi umum mengenai objek penelitian.

Tabel 4.2

Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepemilikan Manajerial	70	.000	.126	.03857	.039044
Kepemilikan Institusional	70	.457	.934	.70479	.120864
CSR	70	.150	.270	.20619	.024839
Profitabilitas	70	.001	.100	.04936	.025718
Nilai Perusahaan	70	.432	2.083	.98161	.347042
Valid N (listwise)	70				

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Merujuk pada table 4.2, berikut ialah Kesimpulan yang bisa ditarik:

1. Hasil analisis statistik deskriptif pada kepemilikan manajerial memperlihatkan nilai minimum 0,000 yang didapatkan dari perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk. Nilai minimum 0,000 dapat diartikan bahwa tidak terdapat investor manajerial dalam perusahaan. Nilai maksimum 0,126 pada perusahaan Emdeki Utama Tbk tahun 2020 dengan rerata 0,03857. Rata-rata 0,03857 memperlihatkan bahwa manajemen memiliki kepemilikan saham sebesar 3,9%, dimana hal tersebut memperlihatkan bahwa masih sedikit manajemen yang memiliki saham manajerial dalam perusahaan penelitian.

Standar deviasi kepemilikan manajerial tercatat 0,039044 yang artinya tingkat ukuran penyebaran data variabel kepemilikan manajerial 0,039044.

2. Hasil analisis statistik deskriptif pada kepemilikan institusional memperlihatkan nilai minimum 0,457 yang didapat dari perusahaan Gaya Abadi Sempurna Tbk tahun 2023 dan nilai maksimum 0,934 yang didapatkan dari perusahaan Sekar Laut Tbk 2020 dengan rerata 0,70479. Kemudian, dapat diketahui bahwasannya banyak investor institusional di perusahaan dengan tingkat kepemilikan saham institusional yang sangat tinggi yakni dengan tingkat kepemilikan paling tinggi 93,4% dan rata-rata 70,4%. Standar deviasi kepemilikan institusional tercatat 0,120864 yang artinya tingkat ukuran penyebaran data variable kepemilikan institusional 0,120864.
3. Hasil analisis statistik deskriptif pada *corporate social responsibility* memperlihatkan nilai minimum 0,150 didapatkan dari perusahaan Indospring Tbk tahun 2021 serta nilai maksimum 0,270 didapatkan dari perusahaan Duta Pertiwi Nusantara Tbk tahun 2022 dengan rata-rata 0,20619. Memperlihatkan rata-rata perusahaan menjalankan praktik *corporate social responsibility* hanya 20,6% dari 100% atau dapat dikatakan bahwa rata-rata belum menjalankan seluruh item *corporate social responsibility* yang berjumlah 91 item. Standar deviasi *corporate social responsibility* tercatat 0,024839 yang artinya tingkat ukuran penyebaran data variable *corporate social responsibility* sebesar 0,024839.
4. Hasil analisis statistik deskriptif pada profitabilitas memperlihatkan nilai minimum 0,001 yang didapatkan dari perusahaan Alkindo Naratama Tbk

tahun 2023 dan nilai maksimum 0,100 yang didapatkan dari perusahaan Astra International Tbk tahun 2023 dengan rerata 0,04936. Ini berarti perusahaan-perusahaan sampel memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi dimana pada nilai maksimumnya bahkan mencapai 100%. Standar deviasi profitabilitas tercatat 0,025718 yang artinya tingkat ukuran penyebaran data variable profitabilitas sebesar 0,025718.

5. Hasil analisis statistik deskriptif pada nilai perusahaan memperlihatkan nilai minimum 0,432 yang didapatkan dari perusahaan Hartadinata Abadi Tbk tahun 2021 dan nilai maksimum 2,083 yang didapatkan dari perusahaan Sekar Laut Tbk tahun 2021 dengan rata-rata 0,98161. Menandakan perusahaan sampel terbukti berhasil melakukan tata kelola serta tanggung jawab sosial perusahaan sehingga menghasilkan operasional yang maksimal kemudian memiliki harga saham yang menjadi pertimbangan para investor. Standar deviasi nilai perusahaan tercatat 0,347042 yang artinya tingkat ukuran penyebaran data variable nilai perusahaan 0,347042.

4.3.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

4.2.4.1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas adalah dilaksanakan dimaksudkan agar menentukan model regresi, variable confounding maupun residual berdistribusi normal. (Ghozali, 2021). Riset mengaplikasikan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas.

Tabel 4.3

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		152
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32779815
Most Extreme Differences	Absolute	.278
	Positive	.267
	Negative	-.278
Test Statistic		.278
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Pada table 4.3, kita dapat melihat hasil uji Kolmogorov-Smirnov, yang menghasilkan nilai 0,278 dengan Asymp. Sig. (2-tailed) 0,000, yang $< 0,05$. Hal tersebut memperlihatkan data residual tidak mengikuti distribusi normal. Setelah hasil diperoleh, langkah selanjutnya adalah melakukan uji outlier jika data tidak mengikuti distribusi normal. Hasil uji outlier, yang diawali dengan menggunakan analisis dan statistik deskriptif, adalah box plot, yang diperiksa dalam uji outlier, *explore*. Setelah itu masukkan masing-masing variabel kemudian memilih statistic dan pilih option outlier. Nantinya akan muncul output berupa grafik box-plot dimana angka-angka yang terletak di luar box-plot merupakan angka atau data ekstrem yang perlu dihilangkan.

Dengan melalui tahap penghilangan data ekstrim melalui proses *outlier*, 82 data yang termasuk sebagai nilai ekstrim telah dihapus sehingga jumlah data

penelitian yang semula 152 menjadi 70 data yang memiliki distribusi normal. Setelah penghapusan data *outlier*, dilakukan uji normalitas kembali dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengevaluasi distribusi data. Hasil uji normalitas usai dijalankan proses *outlier* tersaji pada tabel 4.4.

Tabel 4.4

Hasil Uji Normalitas Setelah Melakukan Outlier

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32064928
Most Extreme Differences [*]	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.050
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024.

Merujuk hasil uji Kolmogorov-Smirnov, didapatkan nilai 0,067 dengan Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 yang memperlihatkan $> 0,05$. Hal ini memperlihatkan bahwasannya tingkat signifikansi memenuhi kriteria normal, sehingga dapat dikatakan data terdistribusi secara normal.

4.2.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas ditujukan agar menentukan variable dependen dalam model regresi saling bergantung atau tidak. Dalam dunia yang sempurna, model tidak akan menunjukkan korelasi apa pun antara variabel independen. Hal ini menurut (Ghozali, 2021). Multikolinearitas didefinisikan dalam penelitian ini sebagai perbedaan antara dua nilai, yang diperoleh dengan menggabungkan faktor toleransi dan inflasi varians (VIF). Jika nilai Toleransi $> 0,1$ atau nilai VIF < 0 , maka multikolinearitas tidak terjadi dalam model regresi.

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.692	.414		1.671	.099		
	Kepemilikan Manajerial	1.236	1.055	.139	1.172	.245	.933	1.072
	Kepemilikan Institusional	.285	.334	.099	.853	.397	.973	1.028
	CSR	-.881	1.663	-.063	-.530	.598	.927	1.078
	Profitabilitas	4.515	1.582	.335	2.855	.006	.956	1.046

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Dapat dilihat nilai toleransi $> 0,1$ kemudian nilai faktor inflasi varians (VIF) mendekati 10 pada table 4.4. Dengan demikian, variabel penelitian independen seperti kinerja manajerial, kinerja kelembagaan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan profitabilitas tidak terpengaruh oleh multikolinearitas

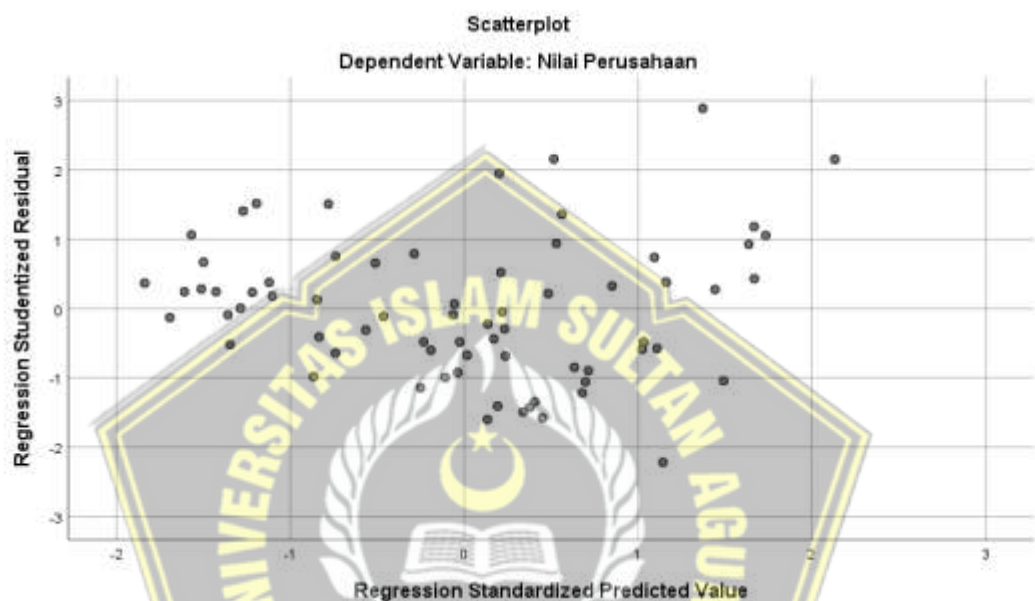
4.2.4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Saat menguji heteroskedastisitas dalam model regresi, seseorang mencari bukti adanya perbedaan dalam varians residual antara pengamatan. Tidak adanya heteroskedastisitas merupakan kualitas yang diinginkan dalam model regresi.

Sebuah scatterplot digunakan untuk menerapkan uji heteroskedastisitas dalam penyelidikan ini.

Tabel 4.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024.

Dari hasil grafik scatterplot 4.6, diketahui tidak didapati pola yang terorganisir serta titik-titik yang tersebar di atas kemudian dibawah 0 sumbu Y. Berdasarkan hal tersebut diketahui tidak terjadi heteroskedastisitas di model regresi.

4.2.4.4. Hasil Uji Autokorelasi

Dalam model regresi linier, uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah ada interaksi antara titik data dari suatu periode (t) dengan titik data dari periode sebelumnya (t-1) (Ghozali, 2021). Pengujian autokorelasi dilaksanakan pada pengaplikasian uji Durbin-Watson (DW) dalam penelitian ini.

Tabel 4.7**Hasil Uji Autokorelasi****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.383 ^a	.146	.094	.330368	2.095

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Merujuk pada pengujian Durbin-Watson di atas, ditemukan nilai DW 2,095. Angka ini selanjutnya dikomparasikan memakai nilai DW tabel berdasarkan jumlah sampel sebanyak 70, 4 variabel bebas, dan tingkat signifikansi sebesar 5%. Nilai Durbin-Watson 2,095 berposisi di antara nilai dL 1,4943 serta dU 1,7351. Nilai Durbin-Watson 2,095 berposisi di antara dU serta $4 - dU$ ($1,7351 < d < 2,2649$), sehingga tidak terjadi autokorelasi.

4.3.3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Menganalisis korelasi dan menggambarkan arah hubungan antara variabel dependen dan independen merupakan tugas regresi linier berganda, yaitu model linier. (Ghozali, 2021). Nilai perusahaan merupakan variabel dependen di sini. Sementara itu, kepemilikan manajemen, kepemilikan institusional, profitabilitas, CSR, dan CSR merupakan variabel independen. Berikut ini adalah penyajian analisis persamaan regresi yang dilakukan menggunakan SPSS versi 26:

Tabel 4.8
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.692	.414		1.671	.099		
	Kepemilikan Manajerial	1.236	1.055	.139	1.172	.245	.933	1.072
	Kepemilikan Institusional	.285	.334	.099	.853	.397	.973	1.028
	CSR	-.881	1.663	-.063	-.530	.598	.927	1.078
	Profitabilitas	4.515	1.582	.335	2.855	.006	.956	1.046

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024.

Merujuk table 4,8, dinyatakan setiap koefisien pada masing- masing variable bisa membentuk satu kesamaan regresi:

$$Y = 0,692 + 1,236.X_1 + 0,285.X_2 + -0,881.X_3 + 4,515.X_4 + \varepsilon$$

Persamaan di atas memperlihatkan bahwasannya:

1. Nilai konstanta (α) 0,692 mengindikasikan jika variabel independent yakni kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, serta profitabilitas konstan atau tetap, menandakan nilai perusahaan 0,692.
2. Koefisien variabel kepemilikan manajerial (β_1) 1,236 dengan arah pengaruh positif memperlihatkan setiap terjadi peningkatan yang terjadi pada variabel kepemilikan manajerial, akan berlangsung peningkatan nilai perusahaan sebesar 1,236.
3. Koefisien variabel kepemilikan institusional (β_2) 0,285 dengan arah pengaruh positif memperlihatkan setiap terjadi peningkatan yang terjadi pada variabel kepemilikan institusional, akan berlangsung peningkatan nilai perusahaan 0,285.

4. Koefisien variabel *corporate social responsibility* (β_3) 0,881 dengan arah pengaruh negative memperlihatkan terjadi kenaikan yang terletak di variable *corporate social responsibility*, akan berlangsung penurunan nilai perusahaan sebesar -0,881.
5. Koefisien variabel profitabilitas (β_4) sebesar 4,515 dengan arah pengaruh positif memperlihatkan setiap terjadi peningkatan yang terjadi pada variabel profitabilitas, lalu akan terjadi kenaikan pada nilai perusahaan ialah 4,515.

4.3.4. Hasil Uji Goodness of Fit Model

Pengujian *Goodness of Fit Model* pada penelitian ini menggunakan uji sebagai berikut:

4.2.4.1. Hasil Analisis Koefisien determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) Secara keseluruhan, analisis ini difungsikan sebagai penentu seberapa jauh model mampu menjelaskan variasi pada variable dependent. Nilai koefisien determinasi mempunyai rentang pada 0 hingga 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$) (Ghozali, 2021).

Tabel 4.9
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.383 ^a	.146	.094	.330368	2.095

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

Merujuk table 4.9, didapatkan nilai *Adjusted R Square* 0,094 maka berarti 9,4% variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, dan profitabilitas secara simultan mempengaruhi nilai perusahaan.

Sementara itu, bagian lainnya sebesar 90,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar riset serta tidak dapat diuraikan pada riset.

4.2.4.2. Uji Statistik F (Uji Simultan)

Uji statistik F difungsikan sebagai penentu seluruh variable independent pada model memiliki pengaruh bersama-sama pada variable dependent (Ghozali, 2021). Tingkat kepercayaan yang diterapkan dalam pengujian ini adalah taraf signifikansi sebesar 0,05. Seandainya nilai signifikansi $>0,05$ maka hipotesis ditolak, menandakan variable independent secara simultan tidak berdampak signifikan pada variable dependent. Di sisi lain, seandainya nilai signifikansi kurang dari atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima, menandakan variable bebas secara simultan berdampak signifikan terhadap variable terikat (Ghozali, 2021).

Tabel 4.10
Hasil Uji Signifikansi Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.216	4	.304	2.785	.034 ^b
	Residual	7.094	65	.109		
	Total	8.310	69			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, CSR

Sumber: Data Sekunder yang diolah, 2024

Merujuk table 4.10, maka didapat nilai signifikan $0,034 < 0,05$ (taraf signifikansi) maka dapat diketahui secara simultan variable independent yakni kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, *corporate social responsibility*, serta profitabilitas berpengaruh pada variable dependent yakni nilai perusahaan.

4.2.4.3. Uji Statistik t (Uji t)

Uji statistik t diaplikasikan agar mengindikasikan tingkat pengaruh suatu variable bebas dalam kapasitas individu sehubungan dengan variasi pada variabel terikat. (Ghozali, 2021). Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Dimana jika nilai signifikansi $< 0,05$ menandakan hipotesis diterima. Sebaliknya, seandainya nilai signifikansi $> 0,05$ menandakan hipotesis ditolak.

Tabel 4.11

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.692	.414		1.671	.099		
	Kepemilikan Manajerial	1.236	1.055	.139	1.172	.245	.933	1.072
	Kepemilikan Institusional	.285	.334	.099	.853	.397	.973	1.028
	CSR	-.881	1.663	-.063	-.530	.598	.927	1.078
	Profitabilitas	4.515	1.582	.335	2.855	.006	.956	1.046

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2024

merujuk table 4.11, maka bisa diketahui hasil uji statistik t model regresi ialah:

1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.

Arah positif kepemilikan manajerial ditunjukkan dengan nilai koefisien (β_1) 1,236 dan nilai signifikansi 0,245 kemudian lebih $> 0,05$. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajemen memang mempengaruhi nilai perusahaan, tetapi tidak signifikan, sehingga menolak hipotesis nol yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial memiliki dampak positif dan substansial (H1).

2. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.

Nilai koefisien (β_2) kepemilikan institusional 0,285 yang memperlihatkan arah positif, sedangkan nilai signifikansinya adalah 0,397 yang berada $>0,05$. Temuan riset memaparkan kepemilikan institusional memang memiliki dampak terhadap nilai perusahaan, tetapi tidak substansial, sehingga kita dapat menolak hipotesis nol (H_2) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional memiliki dampak positif dan signifikan.

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Corporate social responsibility memiliki nilai koefisien (β_3) sebesar -0,881 dari arah negative dengan nilai signifikan 0,598 dimana nilai tersebut $> 0,05$. Merujuk pada hasil tersebut maka hipotesis *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan ditolak (H_3 ditolak), dikarenakan *corporate social responsibility* berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas memiliki nilai koefisien (β_4) 4,515 dari arah positif dengan nilai signifikan 0,006 dimana nilai tersebut $< 0,05$. Merujuk pada hasil, maka hipotesis profitabilitas berpengaruh positif kemudian signifikan diterima (H_4 diterima)..

4.3. Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

4.3.1. Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan.

Merujuk pada hasil pengujian, variable independent kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif kemudian tidak signifikan pada nilai perusahaan. kemudian, hipotesis pertama (H_1) ditolak. Hasil pengujian

menyatakan kepemilikan manajerial yang diukur melalui perbandingan saham manajerial dan total saham beredar yang kemudian dikali dengan 100% tidak berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Maka dari itu, tingkat kepemilikan manajerial tidak mampu mempengaruhi kenaikan nilai perusahaan.

Berdasarkan teori keagenan, kepemilikan manajerial dinilai mampu meminimalisir konflik keagenan, hal ini dikarenakan pemilik serta manajer bergotong royong guna meraih tujuan mereka, yakni kemakmuran pemegang saham (Kartika and Wirawati, 2023). Hal ini mengakibatkan peningkatan kinerja manajemen yang nantinya akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Walaupun demikian, hasil dari riset ini gagal mengkonfirmasi teori tersebut. Hal ini dikarenakan masih sedikit manajer yang memiliki saham di perusahaan yang dibuktikan melalui kepemilikan saham manajer di perusahaan hanya memiliki rata-rata sebesar 3,8% dengan nilai tertinggi sebesar 12,6% yang berada pada perusahaan Emdeki Utama Tbk tahun 2020 bahkan ada yang tidak memiliki seperti perusahaan Indofood Sukses Makmur Tbk. Ketika kepemilikan saham manajer rendah, kemungkinan mereka melakukan tindakan menguntungkan diri sendiri akan lebih tinggi yang akan merugikan perusahaan.

Hasil riset tidak sama dengan Sari *and* Wulandari, (2021), Kartika *and* Wirawati (2023) dimana dikatakan kepemilikan manajerial berpengaruh positif kemudian signifikan kepada nilai perusahaan. Tetapi, sama dengan Bagaskara, Titisari *and* Dewi (2021) yang menyatakan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

4.3.2. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Merujuk pada hasil pengujian, variabel independen kepemilikan institusional memiliki pengaruh positif kemudian tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Kemudian, hipotesis kedua (H_2) ditolak. Hasil pengujian mengemukakan kepemilikan institusional yang diukur melalui perbandingan saham institusional dan total saham beredar yang kemudian dikali dengan 100% tidak berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Ini menandakan, tingkat kepemilikan saham milik institusional tidak dapat mempengaruhi kenaikan nilai perusahaan.

Dalam teori keagenan dijelaskan bahwa principal (pemegang saham) memberikan wewenang kepada agent (manajemen) agar mengoperasionalkan dan menciptakan suatu keputusan fundamental mereka. Internal perusahaan yang diandalkan pemegang saham berkesempatan menjalankan kecurangan, karena informasi yang dimilikinya lebih banyak. Oleh karena itu, pemegang saham memaksimalkan keberadaan kepemilikan institusional sebagai alat untuk mengawasi dan memantau agent (manajemen) agar tidak terjadi kecurangan tersebut (Kartika and Wirawati, 2023). Peningkatan nilai perusahaan terjadi apabila institusional mampu bertransformasi sebagai instrumen pemantauan yang efisien (Sari and Wulandari, 2021).

Meskipun demikian, hasil dari penelitian ini tidak mampu menjawab teori tersebut. Hal ini dikarenakan meskipun institusional memiliki kepemilikan saham yang besar dimana rata-rata memiliki kepemilikan saham sebesar 70,5% dengan nilai kepemilikan maksimum mencapai 93,4% dalam suatu perusahaan,

institusional tidak mampu memonitor secara efektif yang akhirnya mengakibatkan pemantauan perusahaan merosot serta tingkah laku manajemen yang tidak optimal.

Hasil riset ini tidak sama dengan Holly *et al.* (2023), Kartika & Wirawati (2023) dimana dikemukakan kepemilikan institusional berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Namun, riset ini sama dengan Sari and Wulandari (2021) dimana dikemukakan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.3.3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Merujuk pada hasil pengujian, variabel independent *corporate social responsibility* memiliki pengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Menandakan, hipotesis ketiga (H_3) ditolak. Hasil pengujian memperlihatkan tingkat pelaksanaan *corporate social responsibility* yang dikalkulasikan melalui perbandingan jumlah pemaparan *corporate social responsibility* di perusahaan yakni 91 item pemaparan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sehingga tingginya tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* tidak dapat membuktikan kecenderungan terjadinya kenaikan nilai perusahaan.

Dalam teori sinyal, pengungkapan *corporate social responsibility* menandakan bahwa perusahaan tersebut lebih terbuka serta komprehensif. Informasi tersebut berperan sebagai indikator bagi investor dalam pengalokasian modalnya di perusahaan, dimana pada gilirannya dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Kartika and Wirawati, 2023). Selain itu, perusahaan melalui

melimpahnya kegiatan *corporate social responsibility* nantinya memunculkan citra baik di mata masyarakat. Dengan kepercayaan dari masyarakat yang luas ini nantinya loyalitas konsumen akan meningkat dan sejalan dengan penelitian peningkatan penjualan dan keuntungan perusahaan dimana nantinya menunjang peningkatan nilai perusahaan (Kartika and Wirawati, 2023).

Namun, ditemukan hasil tidak selaras antara penelitian ini dengan teori dimana *corporate social responsibility* berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Penyebabnya ialah masih melimpah perusahaan yang tidak berpartisipasi dalam tindakan *corporate social responsibility* sesuai dengan pedoman GRI yakni sebanyak 91 item. Nilai minimum 15%, maksimum 27%, dan rata-rata 20,6% memperkuat bahwasannya perusahaan sampel rata-rata hanya menjalankan praktik *corporate social responsibility* sebesar 20,6% atau sebanyak 19 item dari total keseluruhan sebanyak 91 item.

Hasil riset tidak sama pada Rahmi and Danantho (2022) kemudian Susanto and Indrabudiman (2023) dimana dikemukakan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Namun, sama dengan Anwar *et al.* (2021) dan Irmalsari, Gurendrawati and Mulasari (2022) dimana dikemukakan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.3.4. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Merujuk pada hasil pengujian, variable independent profitabilitas mempunyai pengaruh positif kemudian signifikan terhadap nilai perusahaan. kemudian, hipotesis keempat (H_4) diterima. Hasil pengujian menyatakan

profitabilitas yang menjulang merupakan gambaran dimana perusahaan kompeten dalam menciptakan keuntungan yang melimpah dibandingkan dengan modal yang diinvestasikan. Ini memberikan sinyal kepada investor terkait kinerja keuangan perusahaan, dimana kemudian akan menunjang keyakinan mereka sehubungan dengan peluang perusahaan kemudian hari (Tamba, 2020).

Penelitian ini dapat membuktikan klaim dari teori sinyal bahwasannya profitabilitas yang tinggi dimana dalam penelitian ini bahkan memiliki tingkat profitabilitas maksimum sebesar 100% pada perusahaan Alkindo Naratama Tbk tahun 2023. Hal tersebut kemudian menjadi sinyal positif bagi investor bahwasannya perusahaan menguasai kinerja serta prospek terjamin di masa mendatang dimana akhirnya memunculkan minat investor terkait pengalokasian dana di perusahaan tersebut. Makin besar profit didapatkan maka makin besar pula potensi perusahaan menyelesaikan pembagian laba bagi para pemegang saham dengan pedoman banyaknya saham yang dipunyai serta berdampak besar kenaikan nilai perusahaan.

Hasil riset ini sama pada Munzir, Andriyan & Hidayat (2023) dan Septiani and Indrasti (2021) dimana dikemukakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. tetapi, tidak sama dengan Wahyuni and Febriansyah (2023) dimana dikemukakan profitabilitas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan berikut dicapai dari hasil telaah dan pengujian mengenai dampak profitabilitas, kepemilikan institusional, tanggung jawab sosial perusahaan, dan manajemen terhadap nilai perusahaan:

1. Dampak kepemilikan manajerial terhadap nilai bisnis bersifat positif, meskipun tidak terlalu substansial. Hal tersebut disebabkan masih sedikit manajer yang mempunyai saham dalam perusahaan, dibuktikan melalui kepemilikan saham manajer dalam perusahaan hanya memiliki rata-rata sebesar 3,8%. Ketika kepemilikan saham manajer rendah, kemungkinan mereka melakukan tindakan menguntungkan diri sendiri akan lebih tinggi yang akan merugikan perusahaan.
2. Kepemilikan institusional berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sebabnya ialah meskipun institusional mempunyai kepemilikan saham yang besar dimana rata-rata sebesar 70,5% dengan nilai kepemilikan maksimum hingga 93,4% dalam suatu perusahaan, institusional tidak mampu memonitor secara efektif yang akhirnya mengakibatkan pengendalian perusahaan menjadi rendah dan perilaku manajemen yang tidak optimal.
3. *Corporate social responsibility* berpengaruh negative kemudian tidak signifikan kepada nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya perusahaan belum melakukan praktik *corporate social responsibility* sesuai

aturan GRI yakni sebanyak 91 item. Perusahaan sampel rata-rata hanya menjalankan praktik *corporate social responsibility* sebesar 20,6% atau sebanyak 19 item dari total keseluruhan sebanyak 91 item.

4. Profitabilitas berpengaruh positif kemudian signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut memperlihatkan bahwasannya melalui tingginya skala profitabilitas akan dihasilkan suatu sinyal positif bagi investor terkait penetapan besaran modal yang ditanam di perusahaan, dan ketika tingkat keuntungan perusahaan meningkat, nilai perusahaan pun turut meningkat.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil riset ini, dijumpai beberapa yang bisa diperkirakan, diantaranya:

1. Implikasi Teoritis

Output penelitian ini oleh akademisi bisa memperkuat pengetahuan terkait bagaimana *good corporate governance* (kepemilikan manajerial kemudian kepemilikan institusional), pemaparan *corporate social responsibility*, kemudian profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan, khususnya bagi sektor manufaktur. Hasil riset ini bisa membantu sehubungan dengan mengembangkan teori keuangan yang ada serta menjadi pijakan atau batu loncatan bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga memberikan sebuah kerangka analisis yang bermanfaat peneliti kedepannya.

2. Implikasi Praktis

a) Bagi Perusahaan

Mengacu pada hasil riset ini, diharapkan mampu dijadikan acuan pihak manajemen saat meningkatkan valuasi perusahaan. Manajemen diharapkan bisa melihat kembali penerapan *good corporate governance* terutama kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, implementasi *corporate social responsibility* dalam perusahaan. Hal tersebut dikarenakan kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional bisa berperan sebagai alat untuk meminimalisir terjadinya konflik keagenan dalam perusahaan. Selain itu, manajemen juga sebaiknya meninjau kembali terkait implementasi *corporate social responsibility* perusahaan, mengingat informasi terkait hal tersebut menjadi sebuah sinyal bagi investor bahwa perusahaan mempunyai penilaian baik di mata masyarakat dan tingkat loyalitas pembeli yang tinggi yang nantinya bisa menunjang nilai perusahaan.

b) Bagi Investor

Hasil riset ini dimaksudkan agar menyumbang suatu informasi pada investor agar lebih hati-hati dalam memilih entitas untuk berinvestasi. Nilai perusahaan dapat dikatakan menjadi salah satu parameter signifikan untuk penanam modal dalam menentukan dimana akan menanamkan sahamnya. Investor juga perlu memperhatikan terkait faktor-faktor di luar faktor keuangan dalam perusahaan seperti *corporate governance* terutama kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional, praktik *corporate social responsibility* dalam perusahaan karena dapat mencerminkan bagaimana tata kelola serta citra perusahaan

di mata masyarakat. Kemudian, profitabilitas perusahaan juga perlu dipertimbangkan, karena perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi berarti perusahaan itu mempunyai kinerja serta masa depan yang cemerlang di masa mendatang.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Riset ini dimaksudkan agar menyumbang pemahaman pada peneliti berikutnya sehubungan dengan Elemen yang memengaruhi nilai perusahaan. Temuan di riset ini berfungsi sebagai acuan dan literatur untuk studi lebih lanjut serta dapat dijadikan sebagai bahan pijakan untuk mengkaji pengaruh *good corporate governance* (kepemilikan manajerial kemudian kepemilikan institusional), *corporate social responsibility*, serta profitabilitas kepada nilai perusahaan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Merujuk pada hasil serta ulasan penelitian di atas, maka dijumpai keterbatasan penelitian diantaranya:

1. Penelitian ini menggunakan data hasil *outlier* karena data asli saat dilakukan uji normalitas tidak berdistribusi normal . Kelemahan dari *outlier* ini adalah berkurangnya jumlah sampel yang awalnya 152 tersisa 70 sampel.
2. Variabel independent pada riset mempunyai nilai Adjusted R Square 0,094 atau sebesar 9,4%, sehingga 90,6% merupakan variabel lain di luar penelitian.

5.4 Agenda Penelitian Mendatang

Tertuju dengan hasil riset serta pembahasan yang telah dilakukan, berikut adalah Solusi yang dapat ditawarkan untuk agenda riset:

1. Diharapkan riset berikutnya bisa memperbesar cakupan sampel dengan memperpanjang durasi penelitian atau memilih subjek riset di luar sektor manufaktur, kemudian bisa mendapatkan total yang lebih besar. Dimana semakin besarnya jumlah sampel berpotensi memudahkan untuk mencapai uji normalitas yang sesuai.
2. Penelitian mendatang diusahakan bisa mengembangkan variabel independent lain dalam penelitian yang berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal, dewan komisiaris, kebijakan deviden, ataupun variable lain yang bisa menaikkan nilai Adjusted R Square dalam penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. *et al.* (2022) 'Implementasi Akuntansi Berkelanjutan Pada Industri Perbankan Dalam Mencapai Sustainable Development (Studi Kasus Bank Kalsel)', *Financial: Jurnal Akuntansi*, 8(2), pp. 188–199.
- Anggriany, N., PA, E.D. and Kusumastuti, R. (2022) 'The Influence Of Intellectual Capital And Investment Decisions On Company Value With Profitability As Intervening Variables In Textile And Garment Industry Subsector Companies Available On Indonesia Stock Exchange Year 2018-2020', *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Universitas Jambi*, 7(2), pp. 118–131.
- Anwar *et al.* (2021) 'Profitabilitas dan corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan', *Akuntabel*, 18(1), pp. 82–90. Available at: <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>.
- Arfianti, R.I. and Anggraini, M. (2023) 'Moderasi Good Corporate Governance pada Pengaruh Intellectual Capital terhadap Kinerja Keuangan', *Jurnal Akuntansi*, 12(1), pp. 967–977. Available at: <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i3.2556>.
- Aurora L, T., Rehanil A, D. and Solikhin, A. (2021) 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating', *Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja*, 6(1), pp. 10–17. Available at: <https://doi.org/10.22437/jaku.v6i1.13165>.
- Bagaskara, R.S., Titisari, K.H. and 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), pp. 29–38.
- Fitri, A. *et al.* (2022) 'Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Dengan Financial Distress Sebagai Intervening', *ESCAF 1st*, 1(1), pp. 208–217.
- Ghofir, A. and Fullah, M.H. (2022) 'Pengaruh Keputusan Investasi dan Struktur Modal terhadap Profitabilitas Perusahaan Jasa Keuangan Subsektor Perbankan', *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 3(3), pp. 138–146.
- Ghozali, I. (2021) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanto and Ratana, C. (2023) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Keputusan Investasi, Kebijakan Hutang, Dan Perputaran Persediaan Terhadap Nilai

Perusahaan', *Jurnal Ilmiah Kreatif*, 11(1), pp. 8–16.

Holly, A. *et al.* (2023) 'Pengaruh Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, Dan Manajemen Aset Terhadap Nilai Perusahaan', *JAF- Journal of Accounting and Finance*, 7(1), p. 12. Available at: <https://doi.org/10.25124/jaf.v7i1.5642>.

Irmalsari, E., Gurendrawati, E. and Muliasari, I. (2022) 'Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol', *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), pp. 443–460.

Jensen, M.C. and Meckling, W.H. (1976) 'Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure', *Journal of Financial Economics*, 3(4), pp. 305–360. Available at: <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>.

Jhon, R., Desmiwerita and Rudi, P. (2022) 'Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017 –2019', *Pareso Jurnal*, 4(4), pp. 819–838.

Kartika, N.K.P. and Wirawati, N.G.P. (2023) 'Good Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan', *E-Jurnal Akuntansi*, 34(1), pp. 41–54. Available at: <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i1.1734>.

Kasmir (2019) *Analisis Laporan Keuangan*. Revisi. PT Raja Grafindo Persada.

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

Muntahanah, S. and Murdijaningsih, T. (2020) 'Peran Good Corporate Governance Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan Pertambangan Di Indonesia', *Jurnal Proaksi*, 7(2), pp. 234–243. Available at: <https://doi.org/10.32534/jpk.v7i2.1515>.

Munzir, Andriyan, Y. and Hidayat, R. (2023) 'Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility', *Jurnal Akuntansi dan Governance*, 3(2), p. 153. Available at: <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>.

Nainggolan, N. *et al.* (2023) 'Pengaruh Keputusan Investasi, Struktur Modal, Kebijakan Deviden, dan Tingkat Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan',

- Gorontalo Accounting Journal*, 6(1), pp. 35–46. Available at: <https://doi.org/10.32662/gaj.v6i1.2655>.
- Nainggolan, Y.T. and Karunia, E. (2022) 'Leverage, corporate governance dan profitabilitas sebagai determinan earnings management', *Akuntabel*, 19(2), pp. 420–429. Available at: <https://doi.org/10.30872/jakt.v19i2.10752>.
- Nirawati, L. *et al.* (2022) 'Profitabilitas dalam perusahaan', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), pp. 60–68.
- Ovami, D.C. and Nasution, A.A. (2020) 'Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks LQ 45', *Owner*, 4(2), pp. 331–336. Available at: <https://doi.org/10.33395/owner.v4n2.239>.
- Purbawangsa, I.B.A. *et al.* (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), pp. 983–999. Available at: <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>.
- Rahmi, N.U. and Danantho, V. (2022) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility, Capital Expenditure, Keputusan Investasi dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019', *Owner*, 6(4), pp. 4210–4218. Available at: <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1175>.
- Rizal, V. *et al.* (2019) 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Keputusan Investasi, dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan', *E-Jurnal Akuntansi*, 29(3), pp. 1181–1191. Available at: <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v29.i03.p20>.
- Sa'adah, L., Putri, S.V.E. and Usry, A.K. (2023) 'Pengaruh Kebijakan Hutang, Keputusan Investasi Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan', *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 17(1), pp. 33–40. Available at: <https://doi.org/10.47491/landjournal.v4i1.2773>.
- Sari, D.M. and Wulandari, P.P. (2021) 'Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan', *Jurnal Akuntansi*, 22(1), pp. 1–18.
- Sari, N.M.W., Sukadana, I.W. and Widnyana, I.W. (2021) 'Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan Dan Minuman ...', *Jurnal Emas*, 2, pp. 201–217.
- Sari, P.A. (2023) 'Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening',

Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 6(3), pp. 3879–3896. Available at: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4889>.

Sembiring, S. and Trisnawati, I. (2019) ‘Faktor-Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan’, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 21(1a-2), pp. 173–184. Available at: <https://doi.org/10.34208/ejatsm.v3i1.1897>.

Septiani, I. and Indrasti, A.W. (2021) ‘Pengaruh Keputusan Investasi, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan’, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), pp. 71–88. Available at: <https://doi.org/10.23960/jbm.v17i3.305>.

Susanto, E. and Indrabudiman, A. (2023) ‘Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Intervening’, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 19(2), pp. 69–80. Available at: <https://doi.org/10.35384/jkp.v19i2.386>.

Suyanto, S. and Bilang, C.N. (2023) ‘the Impact of Financial Performance, Firm Size and Capital Structure on Firm Value’, *Financial: Jurnal Akuntansi*, 9(1), pp. 75–89. Available at: <https://doi.org/10.37403/financial.v9i1.508>.

Wahyuni, S. and Febriansyah, S. (2023) ‘Determinasi Triple Bottom Line Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Volatilitas Arus Kas Sebagai Pemoderasi dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Kontrol’, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), p. 1. Available at: <https://doi.org/10.29103/jak.v11i1.8506>.

Warouw, V.G., Pangkey, R.I.J. and Fajar, N. (2022) ‘Pengaruh Kebijakan Dividen dan Keputusan Investasi Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Indeks Lq45 Di BEI Periode 2016-2018’, *JAİM : Jurnal Akuntansi Manado*, 3(1), pp. 137–148.

www.idx.co.id.

<https://www.bbc.com>.

<https://katadata.co.id/>.