

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

Faradina Shalsa Billa
faradinashalsab@gmail.com
Fidiana Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of profitability (ROE), leverage (DER), and corporate social responsibility (CSRDI) on the firm value (PBV) at manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2018-2020 period. This research was quantitative. Meanwhile, the research analysis method used multiple regression analysis with the SPSS program 20 version. Moreover, the research population used 122 manufacturing companies in the consumer cyclical sector listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2018-2020 period. On the other hand, the research sample collection technique used purposive sampling method, therefore it obtained 18 companies samples which fulfilled the criteria, while, the research observation sample used 3 years therefore it obtained 54 observation data taken from the official website Indonesia Stock Exchange (www.idx.co.id). The research result showed that profitability was proxy with Return On Equity (ROE) and corporate social responsibility was proxy with Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) had a positive effect on the firm value. Meanwhile, the leverage was proxy with Debt To Equity Ratio (DER) did not affect the firm value.

Keywords: profitability, leverage, corporate social responsibility, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas (ROE), leverage (DER), dan corporate social responsibility (CSRDI) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020. Jenis penelitian yang dilakukan ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 20. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 122 perusahaan manufaktur sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2020. Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling method*, sehingga diperoleh 18 sampel perusahaan yang memenuhi kriteria, periode sampel pengamatan yang digunakan adalah 3 tahun sehingga diperoleh sampel sebanyak 54 data pengamatan yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Hasil pengujian dan analisis penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas yang diproksi dengan Return On Equity (ROE) dan corporate social responsibility yang diproksi dengan Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan leverage yang di proksi dengan Debt To Equity Ratio (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: profitabilitas, leverage, corporate social responsibility, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis dan situasi ekonomi Negara Indonesia di tengah pandemi Covid-19 saat ini tidak menentu. Banyak masyarakat yang mengikuti tren investasi *online* pada masa pandemi saat ini di dukung dengan perkembangan teknologi digital yang semakin baik, dalam melakukan investasi online masyarakat juga perlu mengetahui pergerakan harga saham pasar. Penilaian suatu perusahaan berkaitan dengan persepsi investor yang berhubungan dengan harga saham yang beredar, ekuitas, laba yang diperoleh perusahaan, serta tanggung jawab sosial perusahaan terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan

perusahaan maka dalam meningkatkan nilai perusahaan juga memperhatikan kinerja keuangan serta tanggung jawab sosial perusahaan. Lantaran hal tersebut, perusahaan-perusahaan di tuntut untuk berkompetisi dalam mempertahankan serta meningkatkan nilai perusahaan.

Adapun fenomena terkait harga saham dari 20 perusahaan manufaktur sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020 terdapat 13 perusahaan menunjukkan penurunan harga saham. Penurunan harga saham yang terjadi bisa disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu kondisi keuangan negara, kestabilan kurs mata uang asing, kinerja keuangan perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Kondisi harga saham yang menurun berdampak pada penilaian investor terhadap nilai perusahaan, hal tersebut dapat mempersulit perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan citra positif. Oleh sebab itu perlu dilakukan upaya untuk mengatasi penurunan harga saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Mengoptimalkan kinerja perusahaan yang dapat dicerminkan dari kepuasan konsumen dan keuntungan (*profit*) perusahaan merupakan salah satu upaya dalam meningkatkan nilai perusahaan. Upaya lain yang dapat dilakukan yaitu dengan mengontrol tingkat *leverage* dan berkontribusi dalam mensejahterakan masyarakat sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau disebut dengan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Nilai perusahaan merupakan indikator penting dalam penanaman modal, nilai perusahaan yang tinggi dapat menarik kepercayaan penanam modal untuk memberi keputusan dalam melakukan investasi. Nilai perusahaan juga menjadi bahan pertimbangan bagi kreditur dalam memberikan pinjaman kepada perusahaan, sebab jika nilai perusahaan tinggi maka perusahaan bisa dikatakan mampu untuk membayar kewajibannya. Tinggi rendahnya nilai perusahaan sering dikaitkan dengan pergerakan harga saham di pasar. Nilai perusahaan dinyatakan tabungan maksimal bagi pemegang saham ketika harga saham meningkat. Kemakmuran pemegang saham akan semakin tinggi apabila tingkat harga saham tinggi. *Price Book Value (PBV)* digunakan sebagai proksi dari nilai perusahaan pada penelitian ini. Velankar *et al.* (2017) menjelaskan apabila semakin tinggi *Price Book Value (PBV)* memberikan indikasi bahwa investor memberikan apresiasi yang tinggi terhadap saham perusahaan, sebab nilai perusahaan yang tinggi dapat menggambarkan kemakmuran dari *stakeholder*.

Faktor pertama untuk melihat peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan yaitu dengan mengukur sejauh mana pertumbuhan profitabilitas suatu perusahaan. Husnan (2015) menjelaskan bahwa profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu dicapai oleh perusahaan pada saat menjalankan operasinya. Profitabilitas disebut sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena dapat menggambarkan efektivitas keberhasilan perusahaan (Sahwir, 2004). Perusahaan tidak akan mampu mempertahankan kelangsungan usahanya apabila perusahaan tidak menghasilkan profitabilitas yang cukup

Leverage merupakan faktor kedua dalam menganalisis peluang perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan. Selain digunakan untuk membiayai keseluruhan utang, aset, dan menanggung beban tetap *leverage* juga digunakan untuk meningkatkan tingkat penghasilan perusahaan demi menghindari dari *extreme leverage* atau kebangkrutan (Hapsari dan Fidiana, 2020). *Leverage* dapat mendefinisikan sebagai kasanggupan suatu perusahaan dalam memenuhi segala kewajiban secara efisien dan efektif. Nilai perusahaan dikatakan tinggi apabila *leverage* suatu perusahaan itu rendah, karena jika tingkat *leverage* rendah maka investor dapat menyimpulkan bahwa perusahaan tersebut dapat memenuhi kewajibannya.

Meningkatkan nilai perusahaan tidak terlepas dari upaya perusahaan dalam membangun citra baik perusahaannya, yang artinya perlu dilakukan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau pada umumnya disebut *Corporate Social Responsibility (CSR)* agar dapat

menjalin hubungan komunikasi yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sosial dan *stakeholder* yang berdampak positif pada citra perusahaan. Citra perusahaan yang baik dimata investor memberi kesan yang baik pula terhadap nilai perusahaan yang nantinya akan menjadi pertimbangan untuk para investor dalam keputusan berinvestasi.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan dan fenomena diatas maka dirumuskan masalah sebagai berikut: (1) Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, (2) Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?, (3) Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah sebagai berikut: (1) Untuk menguji serta menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. (2) Untuk menguji serta menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan. (3) Untuk menguji serta menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Brigham dan Houston (2014:184) menjelaskan bahwa *signalling theory* adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan ketika memberikan isyarat kepada investor terkait bagaimana pandangan manajemen terhadap prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Sinyal atau isyarat yang diberikan dapat berupa sebuah informasi dengan tujuan untuk merealisasikan keinginan stakeholder serta menunjukkan kepada investor mengenai prospek perusahaan. Informasi yang diberikan kepada semua pelaku pasar dapat berupa sinyal baik (*good news*) dan sinyal buruk (*bad news*). Pada teori sinyal ini juga dijelaskan bahwa ada suatu dorongan dibalik inisiatif perusahaan dalam menyajikan dan menyampaikan informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan maupun non keuangan kepada pihak eksternal perusahaan.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan teori yang menjelaskan adanya konflik dari hubungan antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*). Menurut Fahmi (2014:19) timbulnya teori keagenan karena terjadinya kesepakatan-kesepakatan dalam membangun kontrak kerjasama antara pihak pemilik perusahaan (*principal*) dengan pihak manajer (*agent*) kesepakatan tersebut menjelaskan bahwa manajer (*agent*) sebagai pengelola perusahaan diminta untuk bekerja secara maksimal dalam memberi kepuasan maksimal kepada pihak pemilik perusahaan (*principal*) dimana kesepakatan tersebut memungkinkan terjadinya sikap oportunistik (*opportunistic behavior*) pada pihak manajer (*agent*) untuk melakukan beberapa tindakan yang bersifat curang dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan lebih serta memindahkan posisi manajer (*agent*) menjadi pemilik perusahaan (*principal*). Untuk meminimalisir konflik kepentingan tersebut *principal* berkewajiban untuk memberi imbalan kepada *agent* yang telah bertanggungjawab dalam menjalankan tugasnya kepada *principal*

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi pertama kali diungkapkan oleh Dowling dan Pfeffer (1975) bahwa upaya suatu perusahaan untuk diterima serta diakui oleh masyarakat dilakukan dengan membangun dan menyesuaikan nilai sosial dan norma yang berlaku di tempat perusahaan berdiri dengan aktivitas perusahaan. Salah satu strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkati legitimasi dari masyarakat yaitu dengan menjalankan aktivitas operasional sesuai dengan nilai dan norma masyarakat kawasan perusahaan. O'Donovan (2002) mengungkapkan bahwa legitimasi dianggap sebagai suatu upaya untuk mempertahankan *going concern* perusahaan dan mendapatkan perhatian serta nilai positif dari masyarakat. Untuk mendapatkan dukungan, citra positif dan respon positif dari masyarakat, perusahaan perlu melakukan pengungkapan *corporate social responsibility*.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu terkait pencapaian perusahaan untuk menggambarkan dan meyakinkan masyarakat terhadap perusahaan yang telah melakukan proses kegiatan selama beberapa tahun sebelumnya hingga saat ini. Nilai perusahaan juga merupakan salah satu faktor meningkatnya persaingan antar perusahaan untuk menjadi yang lebih baik. Menurut pengungkapan Keown *et al.*, (2011;76) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar. Nilai perusahaan yang semakin meningkat juga mempengaruhi tingkat kesejahteraan pemilik perusahaan serta para pemegang saham. Nilai perusahaan dapat mencerminkan baik atau buruknya perusahaan serta dapat menjadi acuan oleh para investor maupun calon investor dalam mengambil keputusan berinvestasi.

Profitabilitas

Menurut pengungkapan Husnan (2015) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk meraih tingkat laba bersih pada saat menjalankan aktivitas operasionalnya. Investor akan memberi penilaian positif terhadap prospek perusahaan di masa depan apabila profitabilitas perusahaan mengalami peningkatan. Dalam menilai profitabilitas suatu perusahaan tidak hanya dilihat dari besarnya keuntungan yang dapat diraih oleh perusahaan, namun dapat juga dilihat dari jumlah ekuitas yang digunakan dalam meningkatkan keuntungan. Dengan melakukan perhitungan terhadap tingkat profitabilitas diharapkan mampu memberi informasi secara keseluruhan mengenai tingkat efisiensi dan efektifitas perusahaan dalam pengelolaan operasionalnya kepada pihak eksternal dengan tujuan dapat digunakan sebagai pedoman dalam mempertimbangkan prospek kinerja perusahaan. Tingkat profitabilitas yang maksimal dapat menunjukkan efektifitas dan efisiensi kinerja perusahaan

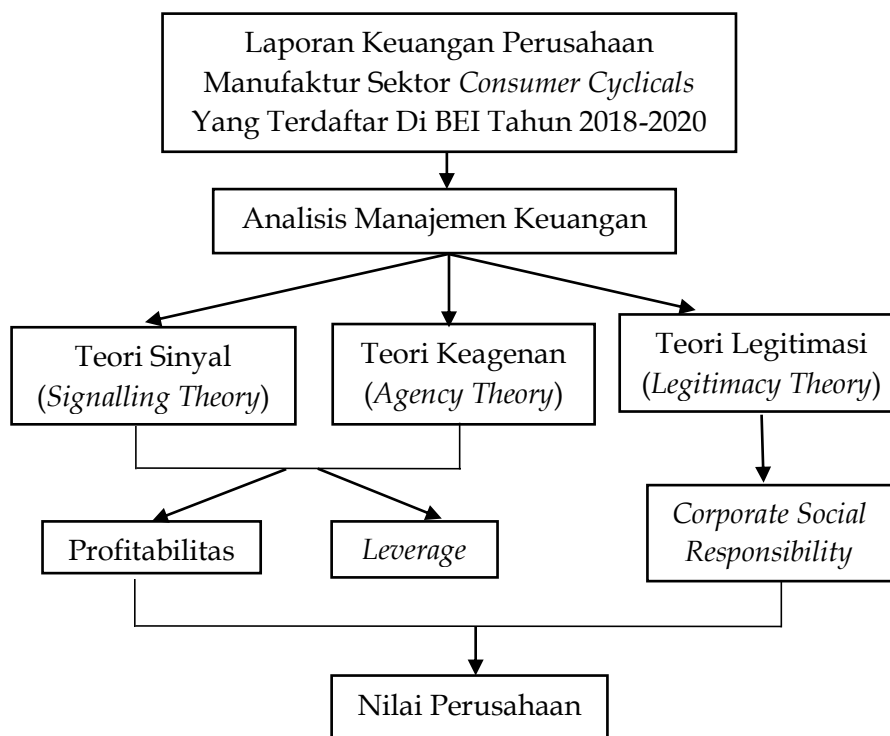
Leverage

Leverage biasa disebut sebagai rasio solvabilitas adalah kesanggupan perusahaan dalam pengelolaan aset dari sumber dana pinjaman yang digunakan untuk memperoleh pengembalian (*return*) yang maksimal. *Leverage* digunakan untuk mengukur besar atau kecilnya kewajiban perusahaan yang harus ditanggung sebagai upaya untuk pemenuhan aset (Hery, 2018). Pengelolaan *leverage* yang tepat akan membawa keseimbangan antara keuntungan yang didapatkan dengan tingkat risiko yang dihadapi. Apabila suatu perusahaan memiliki utang yang berlebih maka akan memperbesar risiko perusahaan yang selanjutnya akan berdampak pada pandangan para pemegang saham terhadap kesanggupan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. *Leverage* dapat mencerminkan bagaimana pengelolaan utang perusahaan dalam membiayai operasional perusahaan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut penjelasan Lindawati dan Puspita (2015) adalah suatu upaya yang dilakukan suatu entitas dengan tujuan mendukung perekonomian secara berkelanjutan dengan cara menerapkan operasional perusahaan dengan baik seiring dengan peningkatan kualitas hidup karyawan, masyarakat, dan komunitas. Pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat berupa tindakan atas kewajiban perusahaan untuk melindungi, meningkatkan taraf ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup karyawan serta masyarakat setempat dimana tindakan tersebut dapat dilakukan dengan berkerjasama dengan karyawan, kerabat karyawan, organisasi sekitar dan masyarakat umum pengungkapan CSR di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah bertujuan untuk memberikan bayangan mengenai tingkat akuntabilitas, *responsibility* dan transparansi perusahaan kepada investor dan para *stakeholder*.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan angka yang dapat menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mengalokasikan tingkat penjualan, aset dan ekuitas untuk menghasilkan laba selama periode tertentu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mampu memberikan bayangan mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (*profit*) maksimal bagi pemegang saham. Apabila perusahaan dapat menghasilkan keuntungan maksimal maka perusahaan tersebut bisa dikatakan mampu untuk membayarkan dividennya yang kemudian berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan diatas yaitu hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Tassia dan Fidiana (2019) serta Piningrum dan Siahaan (2021) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Leverage merupakan rasio yang dapat menunjukkan kesanggupan suatu perusahaan dalam memenuhi segala kewajiban secara efisien dan efektif dengan pengelolaan segala jenis aset dari sumber dana pinjaman yang digunakan untuk memperoleh pengembalian (*return*) yang maksimal. Tinggi rendahnya *leverage* berhubungan dengan baik atau buruknya kinerja perusahaan dalam mengelola semua aset perusahaan Penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan diatas yaitu hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Wulandari dan Wiksuana (2017) serta Piningrum dan Siahaan (2021) yang mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan tindakan memperhatikan dan melindungi lingkungan, sosial dan budaya, meningkatkan taraf ekonomi serta kualitas hidup karyawan dan masyarakat setempat yang dilakukan perusahaan untuk membangun citra baik perusahaan dengan harapan akan berdampak baik pada kelanjutan perusahaan. Sejalan dengan teori legitimasi yang mengungkapkan bahwa perusahaan tidak akan terlepas dari hubungannya dengan masyarakat sekitar lokasi perusahaan beroperasi. Persepsi, apresiasi dan reaksi dari para pelaku pasar yang positif dapat menciptakan suatu kinerja pasar yang positif bagi perusahaan, hal tersebut dapat menimbulkan harga saham tinggi dan dengan begitu perusahaan akan mudah menarik dana baru. Penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan diatas yaitu hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Rahmantari (2021) serta Rahayu dan Fidiana (2015) yang mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini menurut analisis data pada penelitian tergolong jenis metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017) yaitu metode penelitian yang dilandasi dengan filsafat *positivism*, metode penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji verifikasi teori, meletakkan teori sebagai deduktif untuk landasan dalam penemuan dan pemecahan masalah penilian, sehingga analisis data yang dilakukan bersifat kuantitatif atau statistik. Penelitian ini jika dilihat dari karakteristik masalah tergolong dalam penelitian casual komparatif (*casual comparative research*) dimana penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab dan akibat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Sumber pada penelitian ini didapatkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel untuk memperoleh sampel secara *non random* dengan pertimbangan atau kriteria khusus yang telah ditentukan sehingga dapat menjawab masalah-masalah pada penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel sebagai berikut:

Tabel 1
Proses Seleksi Sampel Penelitian

No.	Kriteria Pengambilan Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer cyclicals</i> yang terdaftar di BEI pada periode 2018-2020	122
2.	Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer cyclicals</i> yang baru IPO (<i>Initial Public Offering</i>) pada periode 2018-2020	(33)
3.	Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer cyclicals</i> yang mengalami kerugian (<i>loss</i>) pada periode 2018-2020	(56)
4.	Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer cyclicals</i> yang menyajikan laporan keuangan dalam mata uang asing pada periode 2018-2020	(10)
5.	Perusahaan manufaktur sektor <i>consumer cyclicals</i> yang tidak menyediakan data sesuai variabel penelitian selama periode 2018-2020	(5)
Jumlah objek penelitian yang dijadikan sampel		18
Total pengamatan pada periode 2018-2020		54

Sumber: Bursa Efek Indonesia (Diolah), 2021

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan maksud untuk mendukung proses penelitian. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder tidak dapat diperoleh langsung melalui pihak pertama melainkan melalui pihak lain. Data sekunder yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan (*annual report*) perusahaan manufaktur sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2018-2020.

Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel, yg terdiri dari 1 variabel dependen yaitu nilai perusahaan, dan 3 variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility*. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas, sedangkan variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (Sugiyono, 2017). Jenis-jenis variabel yang terkait dengan penelitian ini adalah:

Nilai Perusahaan

Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan dimana perusahaan pada sampel penelitian sebagai nilai pasar dari nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat menjelaskan bagaimana kemampuan manajemen dalam mengelola kekayaannya. Nilai perusahaan pada penelitian ini di hitung dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) yang merupakan perbandingan antara nilai buku saham pada suatu perusahaan dengan nilai saham yang dihargai di pasaran (Rodoni dan Ali, 2014). Berikut rumus perhitungan PBV:

$$\text{Price Book Value (PBV)} = \frac{\text{Harga Perlembar Saham}}{\text{Nilai Buku Perlembar Saham}}$$

Profitabilitas

Mengingat salah satu tujuan manajer keuangan adalah menciptakan laba maksimal dengan tingkat risiko minimal. Dalam mengukur keberhasilan tujuan tersebut manajer perusahaan dapat melakukan pengukuran dengan rasio *Return On Equity* (ROE) atau dapat juga disebut rentabilitas modal sendiri, perhitungan ini dapat mengindikasikan efisiensi penggunaan modal sendiri (Kasmir, 2017). Berikut rumus perhitungan ROE:

$$\text{Return On Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Leverage

Brigham dan Houston (2014) berpendapat bahwa rasio *leverage* atau rasio solvabilitas adalah rasio yang mengisyaratkan seberapa jauh kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan pendanaan hutang (*liability*). *Leverage* pada penelitian ini diukur melalui *Debt To Equity Ratio* (DER) dimana perhitungan ini dapat menggambarkan bagaimana hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal. Berikut rumus perhitungan DER:

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Corporate Social Responsibility

Pedoman dalam analisis *corporate social responsibility* pada penelitian ini adalah standar pelaporan internasional atau *sustainability reporting guidelines* dari *Global Reporting Initiatives* (GRI) versi G-4 yang dipublikasikan pada tahun 2013 dengan enam kategori dan total item sebanyak 91 dengan 6 kategori yaitu kategori ekonomi, lingkungan, praktik ketenagakerjaan

dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Mengukur CSRDI dilakukan dengan cara pendekatan dikotomi dimana setiap item diberi nilai 1 jika diungkapkan perusahaan dan nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan perusahaan, selanjutnya jumlah nilai dari setiap item yang diungkapkan dilakukan perbandingan dengan total item dalam indikator GRI G-4. Berikut rumus perhitungan CSRDI:

$$\text{CSRDI} = \frac{\sum X_{ij}}{NJ}$$

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif diarahkan untuk menjawab dan memecahkan permasalahan dengan menggunakan teknik analisis data. Perhitungan data dengan teknik analisis data dalam penelitian ini dibantu menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20. Analisis data dilakukan guna menguji serta menentukan hubungan pengaruh antara profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan serta untuk mendapatkan informasi yang nantinya akan ditarik kesimpulan dari hasil pengolahan data yang dilakukan. Berikut teknik analisis data menggunakan metode statistik yang sudah tersedia:

Analisis Statistik Deskriptif

Ghozali (2016) menjelaskan uji statistik deskriptif merupakan analisis data dengan menggunakan deskripsi atau gambaran sebuah data variabel penelitian yang telah dikumpulkan. Deskripsi dan gambaran informasi karakteristik dari masing-masing variabel di dapatkan dari jumlah data, nilai rata-rata (*mean*), standard deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum.

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda adalah teknik untuk mengukur dan menganalisis bagaimana pengaruh dari prediksi peneliti mengenai kenaikan dan penurunan pada variabel dependennya, uji model regresi linier berganda bisa dilakukan melalui jumlah variabel independen yang jumlahnya minimal dua apabila dua atau lebih variabel independen yang digunakan sebagai faktor prediksi kenaikan dan penurunan nilainya di manipulasi (Sugiyono, 2017:271). Berikut merupakan model persamaan yang digunakan dalam regresi linier berganda yang akan dikembangkan:

$$\text{PBV} = \alpha + \beta_1 \text{ROE} + \beta_2 \text{DER} + \beta_3 \text{CSR} + \varepsilon$$

Keterangan:

PBV	: Nilai Perusahaan (<i>Price Book Value</i>)
α	: Konstanta
$\beta_1 \beta_2 \beta_3$: Koefisien Regresi
ROE	: Profitabilitas (<i>Return On Equity</i>)
DER	: <i>Leverage (Debt to Equity Ratio)</i>
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
ε	: <i>Standart error</i>

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik menurut Gujarati dan Porter (2015:161) dilakukan dengan tujuan guna meyakinkan apakah penggunaan model regresi sudah menghasilkan estimator dasar linier yang tidak bias. Uji asumsi klasik dilakukan untuk menguji empat kategori asumsi klasik, yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Uji Normalitas

Menguji normalitas menurut Ghozali (2018) dapat dilakukan melalui dua cara, yang pertama yaitu normal *probability plot* dengan melakukan perbandingan antara distribusi kumulatif dan distribusi normal. Kemudian yang kedua yaitu menguji normalitas residual dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Apabila hasil $one\ sample > 0,5$ pada tingkat signifikansi data menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut telah memenuhi uji normalitas, hal tersebut merupakan dasar dari pengambilan keputusan atas analisis uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S).

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dijumpai adanya hubungan antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2018). Untuk menguji ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat melalui besarnya nilai TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi dapat dinyatakan baik atau tidak terdapat multikolinieritas apabila nilai VIF < 10 dan nilai TOL $> 0,10$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan maksud untuk menguji model regresi apakah dijumpai ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya, model regresi dapat dikatakan baik atau homoskedastisitas apabila tidak dijumpai masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari hasil uji grafik *scatterplot* dan uji statistik glejser. Jika koefisien signifikansi sebesar $\geq 0,05$ (5%) maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi merupakan uji kelayakan pada penelitian untuk melakukan pengujian pada model regresi apakah dijumpai adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2018). Ada atau tidaknya korelasi dalam suatu regresi dapat dideteksi dengan melakukan uji *Durbin Watson* (DW). Terdapat patokan nilai untuk uji DW, apabila nilai dari uji DW berkisar antara -2 sampai $+2$, maka dapat dinyatakan tidak terdeteksi adanya autokorelasi dalam model regresi.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk menguji variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen dimana variabel independen masuk ke dalam kelayakan model statistik F (Ghozali, 2018). Uji statistik F diolah menggunakan *significance level* sebesar $0,05$ ($\alpha = 5\%$) dengan kriteria penerimaan apabila $F\ hitung > F\ table < \text{nilai signifikansi}$, maka model penelitian (model *fit*) dapat digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien Determinasi (*Adjust R^2*) dilakukan guna mengukur dan mendeteksi sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Apabila nilai R^2 menunjukkan angka mendekati 0 dan 1 maka disimpulkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Namun apabila nilai R^2 menunjukkan angka 1 berarti semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dan jika nilai uji R^2 menunjukkan angka negatif maka nilai uji R^2 dianggap 0 (Ghozali, 2018).

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji statistik t pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali 2018). Uji statistik t diolah dengan *significance level* sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Hipotesis diterima (signifikan) apabila nilai signifikansi uji t < 0,05, namun jika nilai signifikansi uji t > 0,05 maka hipotesis ditolak (tidak signifikan).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini dilakukan guna menjelaskan suatu data dari nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Berikut hasil analisis statistik deskriptif yang telah dilakukan:

Tabel 2
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROE	54	.001	.422	.10250	.092949
DER	54	.071	2.709	.64055	.568401
CSRDI	54	.011	.242	.10074	.065336
Sqrt_PBV	54	.243	2.456	1.07656	.512061
Valid N (listwise)	54				

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Tabel 3
Range Theory Nilai Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage

	Indikator	Interpretasi
Nilai Perusahaan	>1	<i>Price Book Value</i> tinggi
	<1	<i>Price Book Value</i> rendah
Profitabilitas	>8,32%	<i>Return On Equity</i> tinggi
	<8,32%	<i>Return On Equity</i> rendah
Leverage	>66%	<i>Debt to Equity Ratio</i> tinggi
	<66%	<i>Debt to Equity Ratio</i> rendah

Sumber: Kusumawardhani (2021), Saefullah *et al.*(2018), Dewi (2017)

Berdasarkan pada tabel hasil analisis statistik deskriptif dan tabel *range theory* diatas menunjukkan bahwa variabel nilai perusahaan (PBV) memiliki nilai minimum sebesar 0,243 kemudian nilai maksimum sebesar 2,456 dengan nilai rata-rata sebesar 1,07656 atau 107,66% dan standar deviasi sebesar 0,512061. Nilai rata-rata dari nilai perusahaan (PBV) tergolong dalam kategori tinggi dengan klasifikasi interval $1,07656 > 1$ yang artinya rata-rata PBV dari perusahaan *consumer cyclicals* dapat dikatakan baik. Variabel profitabilitas (ROE) memiliki nilai minimum sebesar 0,001 kemudian nilai maksimum sebesar 0,422 dengan nilai rata-rata sebesar 0,10250 atau 10,25% dan standar deviasi sebesar 0,092949. Nilai rata-rata dari profitabilitas (ROE) tergolong dalam kategori tinggi dengan klasifikasi interval $10,25\% > 8,32\%$ yang artinya rata-rata ROE dari perusahaan *consumer cyclicals* dapat dikatakan baik. Variabel *leverage* (DER) memiliki nilai minimum sebesar 0,071 kemudian nilai maksimum sebesar 2,709 dengan nilai rata-rata sebesar 0,64055 atau 64,06% dan standar deviasi sebesar 0,568401. Nilai rata-rata dari *leverage* (DER) tergolong dalam kategori rendah dengan klasifikasi interval $64,06\% < 66\%$ yang artinya DER dari perusahaan *consumer cyclicals* dapat dikatakan baik dan tidak berisiko mengalami kerugian. Variabel *corporate social responsibility* (CSRDI) memiliki nilai minimum sebesar 0,011 kemudian nilai maksimum sebesar 0,242 dengan nilai rata-rata sebesar 0,10074 atau 10,57% dan standar deviasi sebesar 0,065336. Setiap perusahaan mampu melaksanakan mengungkapkan *corporate social responsibility* dengan baik.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan guna menunjukkan ada atau tidaknya hubungan antara variabel profitabilitas (ROE), *leverage* (DER) dan *corporate social responsibility* (CSRDI) terhadap variabel nilai perusahaan (PBV). Berikut hasil pengujian analisis regresi linier berganda:

Tabel 4
Analisis Regresi Linier Berganda

1	Model (Constant)	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	(Constant)	.959	.171		5.595	.000
	ROE	2.738	.669	.497	4.093	.000
	DER	-.055	.109	-.061	-.500	.620
	CSRDI	2.280	.951	.362	3.876	.019

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari SPSS pada tabel *coefficients* diperoleh persamaan analisis regresi linier berganda berikut:

$$PBV = 0,959 + 2,738 ROE - 0,055 DER + 2,280 CSR + \epsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) konstanta (α): nilai konstanta (α) sebesar 0,959 yang artinya apabila nilai variabel profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), dan *corporate social responsibility* (CSRDI) bernilai sama dengan nol, maka variabel nilai perusahaan (PBV) berniali sebesar 0,959; (2) koefisien regresi profitabilitas (ROE), nilai β_1 sebesar 2,738 artinya hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE) memiliki hubungan positif searah dengan nilai perusahaan (PBV). Sehingga semakin tinggi profitabilitas (ROE) maka nilai perusahaan (PBV) akan semakin meningkat; (3) koefisien regresi *leverage* (DER), nilai β_2 sebesar -0,055 artinya hal ini menunjukkan bahwa *leverage* (DER) memiliki hubungan negatif tidak searah dengan nilai perusahaan (PBV). Sehingga tingakt tinggi atau rendahnya *leverage* (DER) tidak membawa pengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV); (4) koefisien regresi *corporate social responsibility* (CSRDI), nilai β_3 sebesar 2,280 artinya hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* (CSRDI) memiliki hubungan positif searah dengan nilai perusahaan (PBV). Sehingga semakin tinggi *corporate social responsibility* (CSRDI) maka nilai perusahaan (PBV) akan semakin meningkat.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi linier variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Dari tabel hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*, menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig 2-tailed) sebesar 0,427 dimana hal tersebut mengartikan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tingkat signifikan lebih dari 0,05 ($0,427 > 0,05$). Grafik normal *probability plot* menunjukkan titik-titik menyebar dan mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini sudah memenuhi asumsi normalitas dan berdistribusi baik dan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah ditemukan danya korelasi antar variabel bebas di dalam model regresi. Hasil dari uji multikolinieritas menunjukkan bahwa hasil perhitungan nilai *tolerance* dan VIF untuk masing-masing variabel

bebas atau variabel independen yaitu, variabel profitabilitas (ROE) menghasilkan nilai tolerance sebesar $0,934 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,071 < 10$, variabel leverage (DER) menghasilkan nilai tolerance sebesar $0,937 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,067 < 10$, variabel corporate social responsibility (CSRDI) menghasilkan nilai tolerance sebesar $0,936 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,068 < 10$. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Hal tersebut mengartikan bahwa model regresi pada penelitian ini terbebas dari multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan model regresi tidak terjadi kesamaan *variance* dan residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil dari uji *glejser* menunjukkan nilai signifikan dari profitabilitas (ROE) sebesar $0,971$, *leverage* (DER) sebesar $0,956$ dan *corporate social responsibility* (CSRDI) sebesar $0,868$ dimana ketiga variabel tersebut memiliki nilai nilai signifikan lebih besar dari $(\alpha) 0,05$. Hasil grafik *scatterplot* menunjukkan titik-titik tidak membentuk pola tertentu serta menyebar dengan baik di atas angka 0 maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat asumsi dan layak dijadikan sebagai variabel bebas dari nilai perusahaan (PBV) karena terbebas dari heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah antara pengganggu periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ terdapat korelasi dalam suatu model regresi linier. Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson sebesar $1,639$ ($-2 < 1,639 < +2$) yang artinya hal ini menunjukkan bahwa model regresi terbebas dari autokorelasi.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji kelayakan model (uji F) bertujuan untuk membuktikan apakah model sesuai fit atau tidak (Ghozli, 2018). Dari hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar $7,526$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ yang artinya lebih kecil dari $0,05$ ($\alpha = 5\%$). Sehingga dapat dikatakan model ini layak untuk diteliti lebih lanjut.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (*Adjust R²*) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai R-Square model sebesar $0,411$ atau $41,1\%$. Hal tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas (ROE), leverage (DER), dan corporate social responsibility (CSRDI) mampu menjelaskan variabel dependen yaitu nilai perusahaan (PBV) sebesar $41,1\%$, dengan sisanya sebesar $0,589$ atau $58,9\%$ ditunjukkan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t dilakukan guna menunjukkan tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil pengujian hipotesis (uji t) yang telah dilakukan:

Tabel 5
Hasil Uji Statistik t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.959	.171		5.595	.000	
ROE	2.738	.669	.497	4.093	.000	H1 diterima
DER	-.055	.109	-.061	-.500	.620	H2 ditolak
CSRDI	2.280	.951	.362	3.876	.019	H3 diterima

Sumber: Data sekunder diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (uji t) yang ditunjukkan pada Tabel 5, berikut hasil pengujian atas pengaruh profitabilitas (ROE), *leverage* (DER), dan *corporate social responsibility* (CSRDI) terhadap nilai perusahaan (PBV): (1) Variabel profitabilitas (ROE) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H1 diterima, (2) Variabel *leverage* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($0,620 > 0,05$) sehingga H2 ditolak, (3) Variabel *corporate social responsibility* (CSRDI) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,019 > 0,05$) sehingga H3 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis telah diketahui bahwa nilai t dari profitabilitas (ROE) sebesar 4,093 dan nilai signifikansi 0,000 ($\text{sig} < 0,05$) dengan nilai koefisien sebesar 2,738, dimana nilai koefisien menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki hubungan positif searah dengan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa profitabilitas (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *consumer cyclical* sehingga H1 diterima. Penelitian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan ini sesuai dengan teori sinyal, semakin tinggi profitabilitas memberikan sinyal atau isyarat bahwa semakin tinggi pula kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan memaksimalkan tingkat pengembalian ekuitas pemegang saham yang akan menciptakan nilai perusahaan yang semakin tinggi. Sesuai dengan hasil pengujian data yang telah didapatkan menunjukkan rata-rata nilai profitabilitas (ROE) pada perusahaan *consumer cyclical* sebesar 10,25% yang artinya nilai profitabilitas (ROE) dapat dikatakan tinggi dengan kategori interval $10,25\% > 8,32\%$. Tinggi atau rendahnya profitabilitas memang berpengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan, sebab sebelum melakukan investasi para investor akan melihat bagaimana kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba dan bagaimana kemampuan laba tersebut dalam mengembalikan ekuitas pemegang saham. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka para investor dapat menyimpulkan bahwa perusahaan mampu untuk membagikan dividen dengan baik.

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai t dari *leverage* (DER) sebesar -0,500 dan nilai signifikansi 0,620 ($\text{sig} > 0,05$) dengan nilai koefisien sebesar -0,055 dimana nilai koefisien menunjukkan bahwa variabel *leverage* memiliki hubungan negatif tidak searah dengan nilai perusahaan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *leverage* (DER) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan *consumer cyclical* sehingga H2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini tidak mendukung teori sinyal. Dimana seharusnya kenaikan nilai *leverage* dapat mempengaruhi dan memberikan sinyal terhadap peningkatan nilai perusahaan karena para investor kemungkinan akan melihat bagaimana tingkat risiko hutang suatu perusahaan sebelum

memutuskan untuk berinvestasi. Faktanya hasil pengujian data yang telah didapatkan menunjukkan bahwa nilai rata-rata *leverage* (DER) pada perusahaan *consumer cyclicals* yaitu sebesar 64% dengan kategori interval $64\% < 66\%$ yang artinya rata-rata nilai *leverage* (DER) pada perusahaan *consumer cyclicals* tersebut dapat dikatakan tidak berisiko karena berada dibawah 66%. Namun pada pengujian hipotesis besar atau kecilnya *leverage* tidak mempengaruhi peningkatan atau penurunan nilai perusahaan. Nilai *leverage* suatu perusahaan bukan faktor langsung yang dapat dijadikan pertimbangan dalam mengambil keputusan berinvestasi. Para investor tidak terlalu memperhatikan besar atau kecilnya nilai *leverage*, investor lebih mengutamakan informasi bagaimana manajemen perusahaan dalam menggunakan dana perusahaan sebagai modal dan bagaimana kemampuan manajemen perusahaan dalam menghasilkan laba.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai *t* dari *corporate social responsibility* (CSRDI) sebesar 3,876 dan nilai signifikansi 0,019 ($\text{sig} < 0,05$) dengan nilai koefisien sebesar 2,280 dimana nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* memiliki hubungan positif searah dengan nilai perusahaan. Hal tersebut mengindikasikan bahwa hasil penelitian ini mendukung teori legitimasi bahwa perusahaan membutuhkan pengakuan dan upaya agar diterima oleh masyarakat sekitar lingkungan perusahaan dengan melakukan *corporate social responsibility*. Sesuai dengan hasil pengujian data yang telah diperoleh menunjukkan nilai rata-rata *corporate social responsibility* sebesar 10,07% dengan hasil pengujian hipotesis yang pengungkapan besar atau kecilnya CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan *consumer cyclicals* dapat mengungkapkan CSR dengan baik yang di buktikan oleh beberapa perusahaan yang memperoleh penghargaan atau sertifikasi *corporate social responsibility*. Perusahaan dengan tingkat laba yang tinggi cenderung dapat mengungkapkan *corporate social responsibility* yang semakin besar, hal tersebut akan menjadi pertimbangan bagi investor untuk melakukan investasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan terkait pengaruh profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Berikut dapat diambil kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan: (1) Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga H_1 diterima. Hal ini mengartikan bahwa besar atau kecilnya laba perusahaan dapat mempengaruhi efisiensi perusahaan dalam pengembalian ekuitas kepada pemegang saham, hal tersebut tentunya akan mempengaruhi kenaikan dan penurunan nilai perusahaan. (2) *Leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga H_2 ditolak. Dari hasil pengujian penelitian ini menunjukkan bahwa *leverage* tidak menjadi faktor pertimbangan secara langsung bagi para investor. Ada faktor utama yang lebih diperhatikan yaitu informasi mengenai kemampuan manajemen perusahaan dalam mengelola dana perusahaan sebagai modal untuk dijadikan laba. (3) *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga H_3 diterima. Dari hasil pengujian penelitian ini memperlihatkan bahwa semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat keterbatasan yang dapat dijadikan pertimbangan pada penelitian selanjutnya dengan harapan dapat menghasilkan

penelitian yang lebih baik lagi. Berikut keterbatasan dalam penelitian ini: (1) penelitian ini tidak dapat dijadikan sebagai pedoman gambaran perusahaan secara menyeluruh sebab penelitian ini hanya menggunakan objek perusahaan sektor *consumer cyclicals*, (2) periode atau jangka waktu penelitian relatif pendek yaitu hanya 3 tahun, dari tahun 2018 hingga tahun 2020, (3) variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya 3 variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage* dan *corporate social responsibility* dan hanya dapat menjelaskan variabel dependen nilai perusahaan sebesar 41,1% dimana masih ada 58,9% variabel independen diluar penelitian ini yang dapat menjelaskan variabel dependen nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian, kesimpulan dan keterbatasan diatas maka terdapat beberapa saran yang direkomendasikan melalui penelitian ini untuk peneliti selanjutnya anatar lain: (1) menambah periode pengamatan yang lebih lama agar memperoleh hasil yang lebih baik, (2) menggunakan objek perusahaan selain sektor *consumer cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) seperti sektor *property* dan *real estate, energy, healthcare, financials, industrials*, dan lain-lain agar memperoleh hasil yang lebih baik, (3) menambah variabel lain diluar penelitian ini seperti *good corporate governance*, tingkat suku bunga, rasio likuiditas, dan lain lain agar memperoleh informasi yang baru pada penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., dan J. F. Houston. 2014. *Essentials of Financial Management*. Salemba Empat. Jakarta.
- Dewi, M. 2017. Penggunaan Analisis Rasio Likuiditas Dan Solvabilitas Untuk Mengukur Kinerja Keuangan Di PT. Aneka Tambang Tbk. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi* (1)2.
- Dowling, J., dan J. Pfeffer. 1975. *Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. Sociological Perspectives*, 18(1), 122-136.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang Eleventh Edition. Cengage Learning. Ohio. Terjemahan A.A. Yulianto. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Kesebelas. Salemba empat. Jakarta.
- Gujarati, D. N. dan D. C. Porter. 2015. *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Edisi Kelima. Buku 2. Salemba Empat. Jakarta.
- Hapsari, K. D. dan F. Fidiana. 2020. Pengaruh *Free Cash Flow* , Profitabilitas Dan *Leverage* Terhadap Kebijakan Dividen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 5, 1010-1017.
- Hery. 2018. *Analisis Laporan Keuangan. Integrated and Comprehensive Edition*. Cetakan Ketiga. PT. Gramedia. Jakarta.
- Husnan, S. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi Keenam. BPFE. Yogyakarta.
- Fahmi, I. 2014. *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Cetakan Pertama. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Kasmir. 2017. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Kencana. Jakarta
- Keown, K., M. Petty. and Scott. 2011. *Manajemen Keuangan 1 dan 2*. Edisi 9 (terjemahan). Jakarta.
- Kusumawardhani, A. P. 2021. Pengaruh *Earning Per Share* Dan *Price Earning Ratio* Terhadap *Price Book Value* Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Indeks Idx30 Tahun 2015-2020. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 131-137. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.250>.
- Lindawati, A. S. L., dan M. E. Puspita. 2015. *Corporate Social Responsibility: Implikasi Stakeholder*.
- O'Donovan, G. 2002. Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 344-371.

- Piningrum, D., dan M. Siahaan. 2021. Pengaruh Profitabilitas , Leverage , Corporate , Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pertambangan Subsektor Batubara Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia). 1(2), 1-11.
- Rahayu, E. C., dan F. Fidiana. 2015. Dampak Kinerja Keuangan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 4(3).
- Rahmantari, N. L. L. 2021. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813.
- Rodoni, A. dan H. Ali. 2014. *Manajemen Keuangan Modern*. Mitra Wacana Media. Jakarta.
- Saefullah, E., P. Listiawati., M. Abay. 2018. Analisis Kinerja Keuangan Menggunakan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Banque Syar'I* 4(1).
- Sahwir, A. 2004. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Tassia, R. A., dan F. Fidiana. 2019. Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 8(5).
- Velankar, N., A. Chandani., dan A. K. Ahuja. 2017. Impact of Eps and DPS on Stock Price: A Study of Selected Public Sector Banks of India. *Prestige International Journal of Management & IT - Sanchayan*, 06(01), 111-121.
- Wulandari, N., dan I. Wiksuana. 2017. Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 255186.
- www.idx.co.id