

PENGARUH PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Lathifah Dwi Ramadhani

lathifah933@gmail.com

Ikhsan Budi Riharjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of profitability and disclosure of Corporate Social Responsibility on the firm value. The value of the company is considered very important because it describes or reflects the company's performance which can affect investor responses to the company. The firm value was measured by Tobin's Q and profitability measured by Return On Equity (ROE). Meanwhile, as the firm value was the dependent variable, CSR and profitability was the independent variabel. Moreover, the research was quantitative research. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling technique, in wrhich the sample was based on criteria given. In line with that, there were 34 companies from 56 Consumption Goods manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2020; as the sample. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression analysis. The research result concluded that as follows: 1) Profitability had a positive and significant effect on the firm value of Consumption Goods manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2020, 2) Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR) did not affect the firm value of Consumption Goods manufacturing companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) during 2017-2020.

Keywords: profitability, corporate social responsibility, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan dianggap sangat penting karena menggambarkan atau mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi tanggapan investor terhadap perusahaan. Dalam penelitian ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan Tobin's Q dan profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). Nilai perusahaan sebagai variabel dependen dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta profitabilitas sebagai variabel independen. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu dengan melakukan pertimbangan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 34 perusahaan dari 56 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2017-2020. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Perkembangan dan pembangunan ekonomi menjadi suatu acuan yang menandai semakin pesatnya laju arus globalisasi. Persaingan ekonomi saat ini semakin ketat, hal tersebut mengakibatkan adanya kompetisi antar perusahaan untuk terus bersaing dalam pasar global. Guna menjaga eksistensinya setiap perusahaan dituntut untuk mencermati pengaruh operasinya terhadap lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi. Masing-masing perusahaan sudah pasti memiliki tujuan yang ingin dicapai. Tujuan-tujuan tersebut dapat

diklasifikasikan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Salah satu tujuan perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (*stakeholder*). Oleh karena itu, perusahaan perlu memaksimalkan nilai perusahaan agar tujuan tersebut dapat tercapai. Nilai perusahaan yang tinggi dan baik akan membuat pasar percaya bahwa tidak hanya kinerja perusahaan saja yang baik di masa sekarang, namun juga pada prospek perusahaan di masa yang akan datang.

Jusriani dan Rahardjo (2013) menyatakan bahwa pengertian nilai perusahaan adalah nilai yang dapat mencerminkan berapa jumlah harga yang bersedia dibayarkan oleh investor untuk suatu perusahaan. Harga saham yang tinggi menjadikan nilai yang dimiliki perusahaan pun juga menjadi tinggi. Meningkatkan dan memaksimalkan nilai perusahaan memiliki arti yang sangat penting bagi suatu organisasi bisnis atau perusahaan, karena dengan melakukan peningkatan pada nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran suatu pemegang saham yang dimana hal tersebut merupakan tujuan utama dari perusahaan. Nilai perusahaan dianggap sangat penting karena menggambarkan atau mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi tanggapan investor terhadap perusahaan.

Terdapat aspek-aspek dalam perusahaan yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan salah satunya adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan suatu hal yang sangat penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang, hal tersebut karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan mempunyai prospek yang bagus di masa yang akan datang atau tidak. Menurut Kasmir (2010:196) profitabilitas adalah faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika manajer mampu mengelola perusahaan dengan baik maka biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan akan menjadi lebih kecil sehingga laba yang dihasilkan menjadi lebih besar dan meningkat. Besar atau kecilnya laba yang dihasilkan tersebut akan mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Setianingrum (2015), Mardiyati (2012) menunjukkan bahwa profitabilitas yang diprosikan *Return On Equity* (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang diprosikan ROE tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keuntungan mungkin bukan merupakan tujuan akhir untuk setiap bisnis. Bisnis yang bertanggungjawab sosial, telah berhasil menarik lebih banyak investor, mengurangi risiko dan ditujukan keprihatinan pemangku kepentingan. Faktanya adalah bahwa tidak ada organisasi yang beroperasi dalam isolasi, tetapi selalu ada interaksi dengan karyawan, pelanggan pemasok dan *stakeholder*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tentang mengelola suatu hubungan untuk menghasilkan keuntungan (uang) dan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Elkington (1997) mengemukakan konsep tanggung jawab sosial dalam fokus *triple bottom line*, yang mempersatukan kaidah ekonomi, sosial dan lingkungan dalam satu pemahaman yang terintegrasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan (*Profit*), tetapi juga memiliki kepedulian terhadap lingkungan (*Planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*People*). *Triple bottom line* dapat disimpulkan bahwa "*profit*" sebagai wujud aspek ekonomi, "*planet*" sebagai wujud aspek lingkungan, dan "*people*" sebagai aspek sosial. *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan hanya persoalan sebuah upaya untuk menunjukkan *concern* sebuah organisasi pada persoalan sosial dan lingkungan, pun menjadi sebuah pendukung terwujudnya pembangunan yang terus-menerus dengan menyeimbangkan aspek ekonomi dan pembangunan sosial yang didukung dengan perlindungan lingkungan hidup. Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Norawati (2011), Rosiana (2013), Rossi (2009), Samsi (2014), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi dan Anwar (2012), Agustine (2014), Setianingrum (2015) yang menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Terkait dengan penjelasan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya, maka diperoleh rumusan masalah pada penelitian ini adalah: 1) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?; 2) Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?. Sedangkan tujuan penelitian yang diperoleh adalah: 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan; 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

TINJAUAN TEORITIS

Teori Stakeholder

Asumsi Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*) menjelaskan bahwa eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Menurut Wibisono (2007), *stakeholder* merupakan seseorang maupun kelompok yang mempunyai suatu kepentingan secara langsung maupun tidak langsung yang bisa mempengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas dan eksistensi perusahaan. Dengan demikian, yang termasuk dalam *stakeholder* adalah pihak internal maupun eksternal, seperti: pemerintah, perusahaan pesaing, lingkungan internasional, masyarakat sekitar, lembaga di luar perusahaan (LSM dan sejenisnya), selain itu lembaga pemerhati lingkungan, para pekerja perusahaan, termasuk kaum minoritas dan lain sebagainya yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan.

Teori *stakeholder* merupakan teori yang menjelaskan tentang keterkaitan antara perusahaan dalam melakukan aktivitasnya dengan para *stakeholder*-nya yaitu, pemegang saham, pemerintah, reditur, masyarakat, konsumen, dan lain-lain. Menurut Chariri (2008), menyatakan bahwa teori *stakeholder* dalam perusahaan bukanlah suatu entitas yang beroperasi untuk kepentingan sendiri namun memberikan manfaat pula bagi *stakeholder*.

Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan suatu keadaan psikologis dimana keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat sensitif terhadap fenomena yang terjadi di lingkungan sekitarnya baik fisik maupun nonfisik. Menurut Ghozali dan Chariri (2007), teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau keadaan dimana ketika suatu sistem nilai perusahaan berjalan seiring dengan sistem nilai dari sosial yang lebih besar di mana perusahaan merupakan bagiannya. Dengan melakukan pengungkapan sosial, maka perusahaan merasa aktivitasnya terlegitimasi (Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan demikian, legitimasi adalah suatu manfaat atau sumberdaya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Hal yang menjadi dasar bagi teori legitimasi adalah kontrak sosial antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan melakukan aktivitasnya dan menggunakan sumber ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007).

Hadi (2011) mengemukakan pendapat bahwa legitimasi masyarakat merupakan salah satu faktor strategis bagi perusahaan dalam memajukan dan mengembangkan perusahaan pada masa mendatang. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai acuan untuk membangun strategi perusahaan lebih baik lagi, terutama terkait dengan memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju.

Profitabilitas

Memperoleh laba (*profit*) merupakan salah satu tujuan didirikannya sebuah perusahaan. Oleh karena itu, sasaran utama para investor adalah profitabilitas. Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba dari aktivitas bisnis yang dilakukan. Hasilnya, investor dapat melihat seberapa tepat perusahaan menggunakan asset dan dalam melakukan operasinya untuk menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah keputusan dan kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan (Mardiyanti *et al.*, 2012). Profitabilitas merupakan suatu

indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Para investor menanamkan saham pada perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh *return*. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar pula *return* yang diharapkan oleh para investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik. Profitabilitas akan menunjukkan skala atau perbandingan pendapatan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan pada berbagai tingkat operasi, sehingga rasio ini akan menggambarkan efektivitas dan keberhasilan manajemen secara menyeluruh.

Nilai Perusahaan

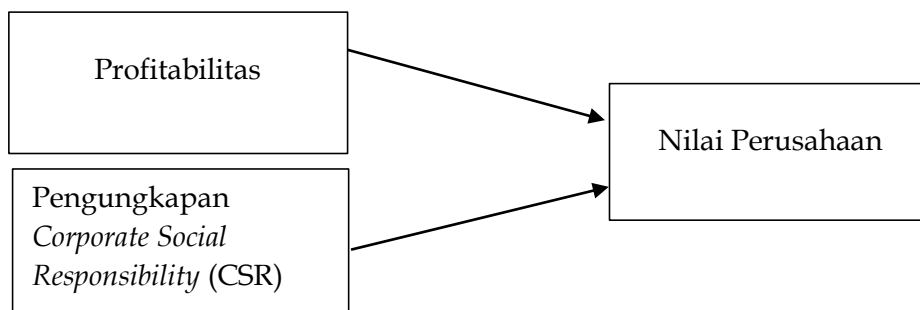
Nilai perusahaan merupakan harga yang rela dikeluarkan oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan, berbagai kebijakan diambil oleh manajemen, salah satunya yaitu dilakukan dengan cara meningkatkan kemakmuran pemilik dan pemegang saham tercermin pada harga saham (Brigham, 2001). Tujuan perusahaan yang pertama adalah untuk memperoleh keuntungan yang maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin menyejahterakan pemilik perusahaan atau pemilik saham. Sedangkan tujuan perusahaan yang ketiga adalah meningkatkan serta memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Sebenarnya secara signifikan tidak banyak yang berbedaa dari ketiga tujuan perusahaan tersebut. Tetapi, fokus yang ingin dicapai oleh masing-masing perusahaan berbeda (Martono dan Harjito, 2005:2). Suffah dan Riduwan (2016), berasumsi bahwa nilai perusahaan menjadi perhatian atau penilaian investor terhadap suatu perusahaan. Hal ini berkaitan dengan harga saham. Oleh karena itu, yang merupakan pertimbangan investor dalam memutuskan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan salah satunya adalah nilai perusahaan dimana investor akan menyuntikkan modal yang dimilikinya. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

CSR merupakan singkatan dari tiga kata yaitu: *Corporate*, *Social*, dan *Responsibility*. Dari tiga kata tersebut dapat diartikan bahwa CSR merupakan keterkaitan atau hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan tersebut mengoperasikan kegiatannya. Widjaja dan Yeremia (2008) berpendapat bahwa CSR merupakan kerjasama antara perusahaan (tidak hanya Perseroan Terbatas) dengan segala hal (*stakeholders*) baik secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan perusahaan untuk tetap menjamin keberadaan dan kelangsungan hidup usaha (*sustainability*) perusahaan. Pengertian tersebut sejenis dengan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, yaitu merupakan komitmen perseroan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berfungsi untuk meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik untuk perseroan sendiri, komuunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Widjaja dan Yani, 2006). Pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai sarana oleh perusahaan untuk memperlihatkan akuntabilitas dengan menunjukkan visi mereka untuk masa depan dan memperhitungkan kinerja masa lalu. Jika perusahaan menyampaikan hasil kinerjanya di bidang lingkungan dan sosial, perusahaan dapat memperoleh beberapa manfaat yang berkaitan dengan reputasi atau nama baik perusahaan, menciptakan hubungan yang baik dari kepercayaan dengan masyarakat yang ikut dalam kegiatan operasi yang dilakukan oleh perusahaan.

Model Penelitian

Pada penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh dari variabel bebas yang terdiri dari Profitabilitas, dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap variabel terikat yaitu Nilai Perusahaan. Berdasarkan latar belakang dan tinjauan teoritis yang telah dijelaskan sebelumnya, maka digambarkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 1
Model Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan salah satu bagian finansial yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat laba atau keuntungan bersih yang dapat dicapai oleh perusahaan saat menjalankan aktivitas operasinya. Para pemegang saham selalu ingin mendapatkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, keuntungan tersebut diperoleh dari keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang didapatkan, maka semakin besar pula potensi perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan mengakibatkan semakin banyak investor yang menanamkan investasi pada perusahaan tersebut (Agustina, 2013). Kaitannya teori *stakeholder* dengan nilai perusahaan adalah berharap segala informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diberikan perusahaan mengenai kinerja perusahaan kepada *stakeholder* mampu berpengaruh dalam pengambilan keputusan. Teori ini mengatakan bahwa keuntungan atau laba dari perusahaan akan meningkat seiring dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholder*-nya. Dalam upaya melakukan peningkatan kemakmuran pemilik dan pemegang saham, perusahaan melakukan berbagai kebijakan. Sehingga, dari kondisi tersebut investor akan melakukan beberapa analisis terhadap nilai perusahaan guna memberikan informasi penting kepada investor untuk menilai prospek di masa mendatang. Dengan melihat nilai *Return on Equity* (ROE), investor dapat melihat berapa persentase pengembalian atas modalnya didalam perusahaan tersebut.

Pernyataan tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Riduwan (2016), Setiyaningrum (2015) menggunakan *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel profitabilitasnya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa semakin tinggi nilai ROE yang ditunjukkan, maka semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih bagi pemegang saham.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa digunakan sebagai sarana oleh perusahaan untuk menunjukkan akuntabilitas serta tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan dengan menunjukkan visi mereka untuk masa depan dan mengevaluasi serta memperbaiki kinerja masa lalu. Perusahaan dapat memperoleh beberapa manfaat yang

berhubungan dengan reputasi yang baik serta membangun koneksi serta interaksi yang baik dari kepercayaan dengan masyarakat yang ikut dalam kegiatan operasi perusahaan jika perusahaan menyampaikan hasil kerjanya di bidang lingkungan dan sosial. Keterkaitan antara teori legitimasi dengan CSR yaitu teori legitimasi merupakan teori yang melandasi CSR serta berkaitan erat dengan teori *stakeholder*. Menurut Ghozali dan Chairi (2007) yang melandasi teori legitimasi adalah suatu kontrak sosial yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat menunjuk pemerintah dalam lingkungan masyarakat, maka mengikuti aturan yang telah dibuat oleh pemerintah dapat merepresentasikan kemauan masyarakat. Legitimasi perusahaan merupakan salah satu faktor strategis bagi suatu perusahaan untuk meningkatkan dan mengembangkan perusahaan dimasa mendatang. Menurut Jitaree (2015) terdapat sudut pandang bahwa perusahaan manufaktur dapat memberikan pengaruh yang lebih signifikan terhadap lingkungan dibandingkan dengan perusahaan yang bukan manufaktur. Perusahaan manufaktur perlu lebih terlibat dalam tanggung jawab sosial guna meningkatkan reputasi dan citra perusahaan serta meningkatkan hubungan dengan *stakeholder*. Perusahaan ternama lebih mengarah mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih banyak. Perusahaan yang melakukan aktivitas CSR diharapkan dapat memberikan daya tarik terhadap investor, karyawan, konsumen, dan mendapatkan tanggapan yang positif dari lingkungan sekitar. Perusahaan yang menerapkan CSR juga lebih menarik bagi investor.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Setiawati dan Lim (2018), Retno dan Priantinah (2012), Norawati (2011) pengungkapan sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang melaksanakan aktivitas pengungkapan sosial bias mendapatkan beberapa manfaat yang dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan. Salah satunya yaitu kontribusi positif perusahaan yang melakukan pengungkapan sosial atau CSR akan mendapatkan reputasi atau *image* positif dari investor bahkan citra perusahaan akan menjadi baik pula.

H₂: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitiain dan Gambaran dari Populasi (Objek Penelitian)

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif kausatif. Penelitian kuantitatif kausatif merupakan jenis penelitian yang menguji dan mengukur suatu hipotesis mengenai hubungan sebab-akibat antara beberapa variabel. Selain itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan suatu variabel terhadap variabel lainnya. Pada penelitian ini menguji pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Populasi atau objek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara konsisten pada tahun 2017 sampai dengan tahun 2020.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* yang berarti teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2008). Adapun kriteria-kriteria yang dijadikan sebagai sampel sebagai berikut: 1) Berbagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020. 2) Berbagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menerbitkan laporan keuangan tahunan perusahaan lengkap tahun 2017-2020. 3) Berbagai perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang menyediakan informasi lengkap dan data yang dibutuhkan tahun 2017-2020.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan prioritas utama yang mempunyai nilai penting dalam penelitian, karena memiliki tujuan untuk memperoleh suatu kumpulan data. Teknik pengumpulan data dapat dipilih berdasarkan pada landasan teori yang memiliki keterkaitan dengan judul penelitian. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dokumenter yaitu data yang diperoleh secara langsung dari laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017 sampai 2020. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh dari laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2017-2020 dari perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang bersumber dari website www.idx.co.id.

Variabel dan Definisi Operasiona Variabel

Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah variabel independen dan variabel dependen. Variabel-variabel yang digunakan perlu diidentifikasi terlebih dahulu supaya tidak ada perbedaan cara pandang terhadap variabel penelitian. Adapun variabel tersebut, adalah sebagai berikut: 1) Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan, 2) Variabel independen dalam penelitian ini adalah profitabilitas, 3) Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility*.

Definisi Operasional Variabel

Profitabilitas

Menurut Kasmir (2010:196) profitabilitas adalah faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur profitabilitas adalah *Return On Equity* (ROE). Kasmir (2010) berasumsi bahwa *Return On Equity* (ROE) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur suatu laba bersih setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri. Rasio ini memperlihatkan efisiensi atau kemampuan dalam penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio yang dihasilkan, maka akan semakin baik. Artinya, kedudukan pemilik perusahaan akan semakin kuat. Demikian juga sebaliknya, jika rasio yang dihasilkan rendah maka posisi perusahaan akan semakin lemah. Dalam penelitian ini, *Return On Equity* (ROE) diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$ROE = \frac{LABABERSIH}{JUMLAHMODAL}$$

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu komitmen untuk meningkatkan dan memajukan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur pengungkapan CSR adalah menggunakan rumus *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). Pengungkapan CSR mengacu pada tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai upaya tanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan sekitar perusahaan. Menurut Pratiwi dan Djamhuri (2004), mengartikan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan pengungkapan sosial sebagai suatu pelaporan atau penyampaian informasi kepada *stakeholder* tentang segala aktivitas kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan lingkungan sosialnya. Rumus perhitungan yang digunakan untuk menghitung CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \sum \frac{X_j}{N_j}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Hasan (2004), analisis deskriptif merupakan bentuk dari analisis data penelitian yang digunakan untuk menguji generalisasi hasil penelitian yang didasarkan pada satu sampel. Hasil penelitiannya yaitu apakah hipotesis dari penelitian tersebut dapat digeneralisasikan atau tidak. Sedangkan menurut Sugiyono (2015), analisis statistik deskriptif menggunakan nilai maksimum, nilai minimum, dan nilai rata-rata (*mean*). Nilai maksimum digunakan sebagai pengukur untuk melihat dan mengetahui jumlah yang terbesar dari data terkait. Nilai minimum digunakan sebagai pengukur untuk mengetahui jumlah data yang terkecil dari data terkait. Sedangkan, nilai rata-rata dipakai untuk mengukur dan mengetahui rata-rata data terkait.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam suatu regresi variabel dependen dan variabel independen apakah memiliki distribusi normal atau tidak. Analisis secara statistik dengan *Uji Kolmogorov-Smirnov Test* yang memiliki ketentuan yaitu bahwa jika nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* pada variabel lebih kecil daripada nilai signifikansi ($\alpha = 0,05$) yang telah ditetapkan sebelumnya, maka hasil data terdistribusi normal. Sebaliknya, jika suatu nilai signifikansi *Kolmogorov Smirnov* pada variabel lebih besar daripada nilai signifikansi yang sudah ditetapkan ($\alpha = 0,05$), maka hasil data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2018).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas memiliki tujuan untuk mengetahui apakah didalam sebuah model regresi terdapat keterkaitan antar-variabel independen. Uji ini juga dapat dilihat dari nilai *Tolerance* (TOL) dan metode *Variance Inflation Factor* (VIF). TOL merupakan suatu besaran variasi dari satu variabel independen yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Sedangkan VIF, menjelaskan derajat suatu variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya (Ghozali, 2018).

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018) uji autokorelasi ini bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier berganda terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Autokorelasi timbul akibat dari adanya observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lain. Model regresi dinilai baik jika regresi tersebut bebas dari autokorelasi. Autokorelasi dapat diketahui melalui *run test*. Ketika suatu *run test* menghasilkan angka signifikan lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data residual bebas dari autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji ini bertujuan untuk menguji suatu model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variansi dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Variansi dari residual satu ke pengamatan lain yang sama disebut juga homoskedastisitas, jika variansi dari residual satu ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Uji ini digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan menggunakan dasar analisis.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini memiliki pengertian yaitu, regresi linier berganda adalah regresi linier untuk mengukur dan menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan Purwanto, 2004). Analisis Regresi Linier

Berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Model persamaan analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta_1\text{ROE} + \beta_2\text{CSRDI} + e$$

Keterangan:

- α : Konstanta
- β : Koefisien Regresi
- ROE : *Return On Equity*
- CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*
- e : Standar Estimasi (*error*)

Pengujian Model

Uji F

Menurut Ghozali (2018) uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian uji F menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi < 0,05 maka model penelitian layak untuk digunakan. Sebaliknya, jika nilai signifikansi > 0,05 maka model penelitian tidak layak untuk digunakan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi merupakan uji yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen dengan nilai antara 0 sampai 1 (0<R²<1). Nilai koefisien determinasi yang kecil artinya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu menunjukkan bahwa variabel independen memberikan hampir seluruh informasi dan data yang dibutuhkan guna melakukan prediksi terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Metode yang bertujuan sebagai pengukur untuk mengetahui apakah variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara signifikan merupakan pengertian dari Uji t atau bisa disebut uji parsial. Apabila hasil uji t atau uji parsial menunjukkan nilai signifikansi t > 0,05 maka H₀ diterima dan H₁ ditolak, maka secara parsial variabel independen tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi menunjukkan t < 0,05 maka H₀ ditolak dan H₁ diterima, maka secara parsial variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif Sesudah *Outlier* Dikeluarkan

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
ROE	111	-.13	.28	.1090	.08210	
CSR	111	.03	.42	.2195	.08863	
TOBINS Q	111	.39	5.64	2.0447	1.31482	
Valid N (listwise)	111					

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif pada Tabel 1 variabel dependen Nilai Perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q nilai minimum sebesar 0,39 atau 39% yang dimiliki oleh PT. Chitose International Tbk. pada tahun 2018, sedangkan nilai maksimum sebesar 5,64 atau 564% yang dimiliki oleh PT. Sariguna Primatirta Tbk. pada tahun 2019. Nilai rata-rata (*mean*) yang dihasilkan sebesar 2,0447 menunjukkan bahwa perusahaan memanfaatkan aktivitas bisnisnya dengan baik sehingga nilai perusahaan yang dihasilkan oleh perusahaan sebesar 204,47%, sedangkan untuk standar deviasi pada nilai perusahaan adalah 1,31482 atau sebesar 131,482%. Variabel independen yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) menunjukkan hasil nilai minimum sebesar -0,13 atau -13% yang dimiliki oleh PT. Inti Agri Resources Tbk. pada tahun 2020, sedangkan nilai maksimum sebesar 0,28 atau sebesar 28% yang dimiliki oleh Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk. pada tahun 2020. Variabel profitabilitas menunjukkan hasil nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,1090 hal ini dapat diartikan bahwa perusahaan memperoleh laba dari aktivitas bisnisnya dan aktivitas investasi terhadap investor sebesar atau sebesar 10,90%, sedangkan standar deviasinya menunjukkan hasil sebesar 0,08210 atau sebesar 8,21%. Hasil uji statistik deskriptif variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan hasil nilai minimum sebesar 0,03 atau sebesar 3% yang dimiliki oleh PT. Sekar Bumi Tbk. pada tahun 2017, sedangkan sebesar 0,42 atau 42% yang dimiliki oleh PT. Campina Ice Cream Industri Tbk. pada tahun 2020 ditunjukkan sebagai nilai maksimum. Variabel CSR menunjukkan hasil nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,2195 hal ini dapat diartikan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh perusahaan sebesar 21,95%, sedangkan standar deviasinya menunjukkan hasil sebesar 0,08863 atau sebesar 8,863%.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji asumsi klasik adalah untuk menguji kualitas penelitian agar dapat menunjukkan hubungan yang signifikan atau tidak antara variabel-variabel yang ada serta menganalisis apakah data yang telah diolah sudah layak digunakan sebagai regresi data secara konsisten dan tidak menimbulkan bias. Berikut adalah uji normalitas dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) sesudah *outlier* data dikeluarkan:

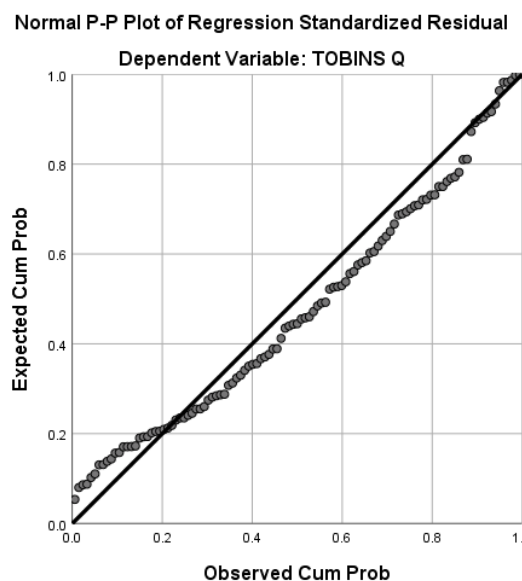
Tabel 2
Hasil Uji Normalitas Sesudah *Outlier* Dikeluarkan
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		111
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04371719
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.074
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Dapat disajikan hasil uji normalitas data menggunakan grafik *profitability plot* sesudah *outlier* data dikeluarkan sebagai berikut:



Gambar 2
Grafik Normal P-Plot
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Hasil uji normalitas sesudah *outlier* data dikeluarkan pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa terdapat perubahan angka hasil setelah *outlier* data dikeluarkan yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari α ($\alpha = 0,05$) yaitu $0,064 > 0,05$ artinya bahwa variabel dependen yaitu nilai perusahaan serta variabel independen yaitu profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdistribusi secara normal. Dengan demikian model analisis regresi berganda dalam penelitian ini layak untuk digunakan. Selain menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dalam penelitian ini juga digunakan metode dengan melihat grafis melalui grafik *Profitability-Plot* (P-Plot). Berdasarkan Gambar 2 hasil pengujian data dengan menggunakan metode *Profitability-Plot* (P-Plot) diatas dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal. Model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan hal ini ditunjukkan dari gambaran titik-titik (pola) yang terdapat pada grafik berada di sekitar garis diagonal mengikuti arah diagonal sehingga bias dikatakan bahwa data terdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas setelah *outlier* data dikeluarkan:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas Sesudah *Outlier* Dikeluarkan

Coefficients ^a		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	ROE	.968	1.033
	CSR	.968	1.033

a. Dependent Variable: TOBINS Q
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Dari hasil uji multikolinearitas sesudah *outlier* dikeluarkan pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dan VIF pada masing-masing variabel yaitu angka *tolerance*

menunjukkan angka sebesar 0,968 dan VIF menunjukkan angka sebesar 1,033, dimana masing-masing variabel yaitu angka *tolerance* lebih dari 0,10 sedangkan untuk *Variance Inflation Value* (VIF) menunjukkan nilai kurang dari 10. Maka model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian karena tidak terindikasi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Berikut ini merupakan hasil uji autokorelasi setelah *outlier* data dikeluarkan:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi Sesudah *Outlier* Dikeluarkan

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.608 ^a	.370	.358	1.05334	1.174	

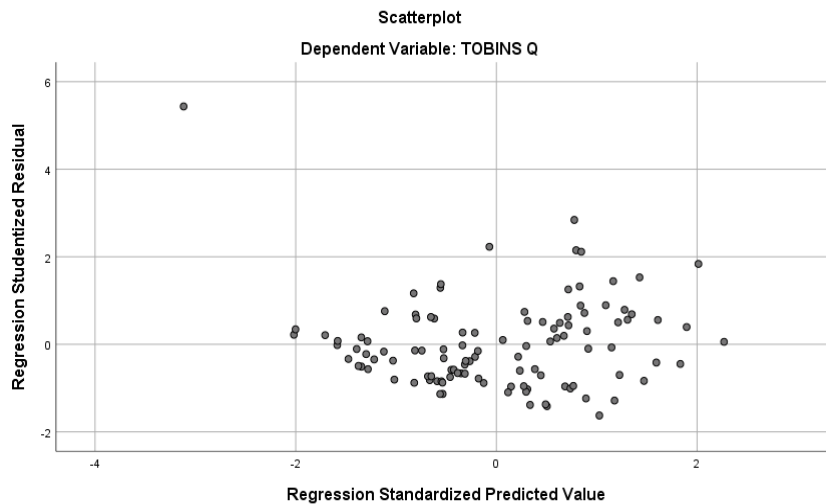
a. Predictors: (Constant), CSR, ROE
 b. Dependent Variable: TOBINS Q

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji autokorelasi setelah *outlier* dikeluarkan pada Tabel 4 diatas menunjukkan nilai Durbin-Watson (uji D-W) sebesar 1,174 yang mana berarti bahwa nilai tersebut mengalami penurunan jika dibandingkan dengan hasil uji Durbin-Watson (uji D-W) sebelum *outlier* dikeluarkan. Meskipun mengalami penurunan, hasil analisisnya tetap sama yaitu diantara -2 dan +2 yang artinya bahwa model regresi yang terdapat dalam penelitian ini layak untuk dipakai dalam penelitian.

Uji Heteroskedastisitas

Berikut ini adalah hasil yang ditunjukkan dari uji heteroskedastisitas melalui pola grafik *scatterplot* atau nilai prediksi variabel terkait antara SRESID dengan residual error yaitu ZPRED:



Gambar 3
Grafik *Scatterplot*
 Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berikut merupakan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Glejser Test*:

Tabel 5
Hasil Uji Glejser Test

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.624	.189		3.298	.001
	ROE	.102	.832	.012	.123	.903
	CSR	.616	.771	.078	.799	.426

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan pada Gambar 3 hasil uji heteroskedastisitas setelah *outlier* dikeluarkan dengan menggunakan grafik *scatterplot* dapat ditunjukkan bahwa titik-titik yang terdapat di grafik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Maka dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa hasil analisisnya tidak ditemukan indikasi terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi penelitian, sehingga model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Selain menggunakan grafik *scatterplot*, untuk menguji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melakukan uji *Glejser Test* dengan ketentuan bila nilai signifikansi > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari Tabel 5 diatas hasil uji *glejser test* menunjukkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang ditunjukkan oleh setiap variabel independen lebih dari 0,05. Maka dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini layak untuk digunakan dalam penelitian.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi yang dilakukan untuk melakukan analisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang digunakan dalam penelitian merupakan pengertian dari analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dipergunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independen yaitu profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan. Model persamaan analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = \alpha + \beta_1\text{ROE} + \beta_2\text{CSRDI} + e$$

Berikut merupakan hasil analisis regresi linier berganda sesudah *outlier* dikeluarkan:

Tabel 6
Hasil Regresi Linier Berganda Sesudah Outlier Dikeluarkan

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
Model		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.686	.283	
	ROE	9.288	1.243	.580
	CSR	1.579	1.152	.106

a. Dependent Variable: TOBINS Q

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 6 diatas diperoleh beberapa persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = 0,686 + 9,288\text{ROE} + 1,579\text{CSRDI} + e$$

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda diperoleh 1) Nilai konstanta sebesar 0,686 hal tersebut menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yang berarti bahwa jika variabel independen yaitu profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai 0, maka nilai variabel dependennya yaitu nilai perusahaan memiliki nilai konstanta sebesar 0,686. 2) Nilai koefisien regresi profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Equity* (ROE) diperoleh sebesar 9,288 artinya variabel profitabilitas mempunyai hubungan yang searah terhadap Nilai Perusahaan (Tobin's Q). 3) Nilai koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (CSR) diperoleh nilai koefisien sebesar 1,579 yang berarti variabel CSR memiliki hubungan yang searah (positif) terhadap nilai perusahaan.

Pengujian Model

Uji F

Berikut ini adalah hasil dari uji kelayakan model (uji F) sesudah *outlier* dikeluarkan:

Tabel 7
Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) Sesudah *Outlier* Dikeluarkan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.335	2	35.167	31.696	.000 ^b
	Residual	119.828	108	1.110		
	Total	190.163	110			

a. Dependent Variable: TOBINS Q

b. Predictors: (Constant), CSR, ROE

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan data uji kelayakan model (Uji F) telah diperoleh data seperti yang terdapat pada Tabel 7 diatas, menunjukkan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Dapat dibuktikan dari hasil signifikansi yang terdapat pada Tabel 7 dimana nilai signifikansi uji F dengan hasil sebesar $0,000 < 0,05$.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Berikut adalah hasil uji koefisien determinasi (R²) setelah *outlier* dikeluarkan:

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²) Sesudah *Outlier* Dikeluarkan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.608 ^a	.370	.358	1.05334

a. Predictors: (Constant), CSR, ROE

b. Dependent Variable: TOBINS Q

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R²) setelah *outlier* dikeluarkan pada Tabel 8 diatas menunjukkan bahwa nilai *adjusted R square* sebesar 0,358 atau sebesar 35,8%. Dapat diartikan bahwa variabel independen yaitu profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility*

(CSR) dapat menjelaskan variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 35,8% sedangkan 64,2% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Berikut merupakan hasil uji parsial (uji t) sesudah outlier dikeluarkan:

Tabel 9
Hasil Uji Parsial (Uji Statistik t) Sesudah Outlier Dikeluarkan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
1 (Constant)	.686	.283		2.426	.017
ROE	9.288	1.243	.580	7.469	.000
CSR	1.579	1.152	.106	1.371	.173

a. Dependent Variable: TOBINS Q

Sumber: Data Sekunder diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada Tabel 9 menunjukkan hasil uji t sebagai berikut: 1) Variabel profitabilitas yang diukur menggunakan ROE sebesar 7,469 dengan tingkat signifikansi 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil penelitian diatas membuktikan bahwa profitabilitas memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis pertama (H₁) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. 2) Variabel CSR diperoleh nilai sebesar 1,371 dengan nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0,173 dimana lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hasil penelitian diatas membuktikan bahwa pengungkapan CSR tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis kedua (H₂) ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil dari pengujian pertama menunjukkan bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan pada hasil uji parsial (uji t) di Tabel 9 yang menunjukkan hasil bahwa nilai uji t sebesar 7,469 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dimana tingkat signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05.

Hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori profitabilitas, merupakan salah satu bagian finansial yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas menunjukkan tingkat laba atau keuntungan bersih yang dapat dicapai oleh perusahaan saat menjalankan aktivitas operasinya. Para pemegang saham selalu ingin mendapatkan keuntungan dari investasi yang mereka tanamkan pada perusahaan, keuntungan tersebut diperoleh dari keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang didapatkan, maka semakin besar pula potensi perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan mengakibatkan semakin banyak investor yang menanamkan investasi pada perusahaan tersebut (Agustina, 2013). Semakin tinggi nilai profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka akan mempengaruhi nilai perusahaan menjadi lebih baik. Oleh karena itu, adanya hal tersebut mengakibatkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian tersebut searah dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina (2013), Riduwan (2016), Setiyaningrum (2015) menggunakan *Return On Equity* (ROE) sebagai variabel profitabilitasnya. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa

semakin tinggi nilai ROE yang ditunjukkan, maka semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih bagi pemegang saham. Namun, hasil penelitian tersebut tidak searah dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Putra (2013) yang menunjukkan bahwa profitabilitas yang diprosikan ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian kedua menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan berdasarkan pada uji parsial (uji t) pada Tabel 9 yang menunjukkan bahwa nilai uji t yaitu sebesar 1,371 dengan tingkat signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar 0,173 dimana tingkat signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bisa digunakan sebagai sarana yang digunakan untuk menunjukkan akuntabilitas serta tanggung jawab yang dimiliki oleh perusahaan dengan menunjukkan visi mereka untuk masa depan dan memperhitungkan kinerja masa lalu sebagai evaluasi perusahaan. Perusahaan dapat memperoleh beberapa manfaat yang berhubungan dengan reputasi yang baik serta membangun hubungan yang baik dari kepercayaan dengan masyarakat yang ikut dalam kegiatan operasi perusahaan jika perusahaan menyampaikan hasil kerjanya dibidang lingkungan dan sosial. Hasil hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q, sehingga H₂ ditolak. Perubahan yang didapat perusahaan pada nilai perusahaan tidak sensitif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dinilai tidak memberikan nilai tambah yang menguntungkan bagi investor. Investor tidak melihat pengungkapan CSR sebagai dasar pengambilan investasi, namun investor lebih melihat pada kinerja perusahaan dan *return* yang diberikan perusahaan kepada investor sebagai dasar pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013), Norawati (2011), Rosiana (2013), Rossi (2009), Samsi (2014), yang menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi, hasil penelitian ini sejalan dan sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mulyadi dan Anwar (2012), Augustine (2014), Setianingrum (2015) yang menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu pengaruh profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017 sampai dengan 2020. Maka kesimpulan yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut: 1) Variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka akan mempengaruhi nilai perusahaan menjadi lebih baik. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi banyaknya investor yang ingin berinvestasi dalam perusahaan. Semakin besar keuntungan yang didapatkan, maka semakin besar pula potensi perusahaan untuk membayarkan devidennya, sehingga akan mengakibatkan semakin banyak investor yang menanamkan investasi pada perusahaan, 2) Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perubahan yang didapat perusahaan pada nilai perusahaan tidak sensitif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. *Corporate Social*

Responsibility (CSR) dinilai tidak memberikan nilai tambah yang menguntungkan bagi investor. Investor tidak melihat pengungkapan CSR sebagai dasar pengambilan investasi, namun investor lebih melihat pada kinerja perusahaan dan *return* yang diberikan perusahaan kepada investor sebagai dasar pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Keterbatasan

Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan yang dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, agar hasil penelitiannya lebih baik lagi. Keterbatasan penelitiannya yaitu sebagai berikut: 1) Data yang dipergunakan sebagai sampel dalam penelitian ini hanya berjumlah 34 perusahaan yang memenuhi kriteria dari 56 perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), 2) Media yang digunakan sebagai perbandingan pengungkapan informasi dalam penelitian terbatas pada media laporan tahunan saja.

Saran

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan simpulan penelitian diatas, maka terdapat beberapa saran dari peneliti yaitu sebagai berikut: 1) Bagi peneliti di masa mendatang disarankan untuk memperbanyak jumlah variabel independen selain variabel dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi variabel dependen seperti ukuran perusahaan, *leverage*, komite audit, dan kepemilikan institusional, 2) Bagi peneliti di masa mendatang disarankan untuk lebih meningkatkan penggunaan jumlah sampel dari jumlah sampel dalam penelitian ini, agar hasil yang didapatkan lebih baik dan memahami lebih mendalam tentang perusahaan terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, S. 2013. Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Agustine, I. 2014. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Keuangan* 2(1): 42-47. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Brigham, F. E., dan J. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.
- Chariri, A. 2008. Kritik Sosial atas Pemakaian Teori dalam Penelitian Pengungkapan Sosial dan Lingkungan. *Jurnal Maksi* 8(2): 151-169.
- Elkington, J. 1997. *Cannibals with Forks The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone. Oxford.
- Ghozali. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Ghozali, I dan A. Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Hasan, I. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Jitree, W. 2015. *Corporate Social Responsibility Disclosure and Financial Performance: Evidence from Thailand*. *Research Online*: 50-62.
- Jusriani, I. F., dan S, N. Rahardjo. 2013. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Diponegoro Journal of Accounting* 2(2): 1-10.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Mardiyanti, U., A. Gatot., dan R. Putri. 2012. Pengaruh Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2005-2010. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* 3(1).
- Martono dan A, Harjito. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta.

- Mulyadi, M. S., dan Y. Anwar. 2012. Impact of Corporate Social Responsibility Toward Firm Value and Profitability. *Jurnal Bisnis* 19(2). Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Norawati, H. 2011. Pengaruh CSR Disclosure, Kepemilikan Manajemen, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Pratiwi, M. S. dan A, Djamhuri. 2004. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Praktik-Praktik Pengungkapan Sosial Studi Pada Perusahaan-Perusahaan High Profile Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Tema* 5 (1): 1-21.
- Putra, R. A. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
- Retno, D. R., dan D, Priantinah. 2012. Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal* 1(1).
- Riduwan, A. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5(2): 1-17. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Rosiana., G, A. M. Ervina., M, R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi* 5(3): 723-738. Universitas Udayana. Bali.
- Rossi, J. L. 2009. What is the Value of Corporate Social Responsibility? An Answer from the Brazilian Sustainability Index. *Journal Sao Paulo*. IBMEC.
- Samsi, H., M. Mustafa., G, T. Pontoh. 2014. The Effect of Corporate Governance on the Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value. *The Indonesian Accounting Review* 4(1): 1-14.
- Setianingrum, W. A. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Semarang.
- Setiawati, L. W., dan M, Lim. 2018. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi* 12(1): 29-57.
- Sudarmadji dan Sularto. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil) Auditorium Kampus Gunadarma*, 2.
- Suffah, R. dan A, Riduwan. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 5(2).
- Sugiyono. 2008. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Ketujuh. CV. Alfabeta. Bandung.
- Suharyadi dan Purwanto. 2004. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Salemba Empat. Jakarta.
- Wibisono, Y. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. PT Gramedia. Jakarta.
- Widjaja, G. dan A. Yani. 2006. *Perseroan Terbatas*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Widjaja, G. dan A. P. Yeremia. 2008. *Risiko Hukum dan Bisnis Perusahaan Tanpa CSR*. Forum Sahabat. Jakarta.