

Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI)

Angelina Yenny Ringan^{a*}

^a STIE Enam Enam Kendari, Yogyakarta, Indonesia

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 25-08-2024

Revised : 08-09-2024

Accepted : 13-09-2024

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Company Value, Profitability*

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

Corresponding Author:

angelinayenny01@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Profitability and Corporate Social Responsibility on company value. Data collection in this study is through documentation, namely collecting and reviewing secondary data in the form of audited financial statements and annual reports the data analysis method used is the panel data regression analysis method with the help of Eviews 9. The sample in this study was obtained using purposive sampling, so that a research sample of 20 companies from 170 populations in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019-2023 period was obtained. The results of this study show that: (1) Profitability and Corporate Social Responsibility simultaneously have a positive and significant effect on the company's value. (2) Profitability partially has a positive and significant effect on the company's value. (3) Corporate Social Responsibility has a negative and significant effect on the company's value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dokumentasi, yaitu mengumpulkan dan mengkaji data sekunder berupa laporan keuangan yang diaudit dan laporan tahunan (*annual report*) Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis regresi data panel dengan bantuan *Eviews 9*. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan *purposive sampling*, sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 20 perusahaan dari 170 populasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (2) Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. (3) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi dan industrialisasi saat ini, perkembangan ekonomi dan bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat, daya saing perusahaan sangat ketat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya perkembangan pesat di dunia teknologi yang memudahkan kalangan perusahaan untuk berkomunikasi baik antar kota, antar negara bahkan antar benua. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai.

Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin meningkatkan nilai perusahaan (Riama, Sipahutar, 2021). Nilai perusahaan dapat dinilai dari harga sahamnya yang stabil dan mengalami kenaikan dalam jangka panjang karena peningkatan harga saham identik dengan peningkatan kemakmuran para pemegang saham dan peningkatan nilai perusahaan. Harga saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas ekuitas atau modal yang dimiliki perusahaan.

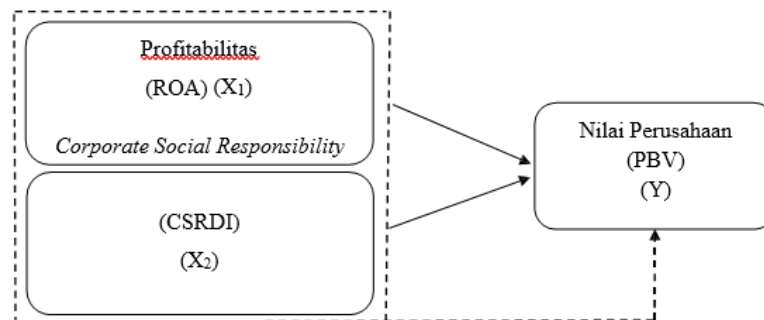
Profitabilitas merupakan indikator yang sering digunakan investor untuk melihat nilai dari sebuah perusahaan (Tatik Zulaika, dan Grasella Sihombing, 2019). Bisa dikatakan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan membuat harga saham juga terpengaruh. Dengan meningkatnya profitabilitas maka harga saham cenderung naik, sedangkan ketika laba menurun maka harga saham ikut juga turun (Anita Suwandani, Suhendro, Anita Wijayanti, 2017). Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan memperoleh keuntungan setelah menghasilkan keuntungan perusahaan membutuhkan eksistensi. Sebab keberlanjutan perusahaan besar pengaruhnya dari investor.

Corporate social responsibility adalah kegiatan perusahaan yang memiliki tanggung jawab secara sosial kepada masyarakat sekitar dan masyarakat secara luas hingga pemangku kepentingan. Buchanan et al., (2018) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai “tindakan yang memajukan beberapa kebaikan sosial, di luar kepentingan perusahaan dan apa yang diwajibkan oleh hukum, *Corporate Social Responsibility* tidak hanya mempengaruhi pemangku kepentingan investasi seperti pemegang saham dan pemegang utang, tetapi juga pemangku kepentingan non-investasi seperti pelanggan, komunitas, organisasi sosial, dan lainnya”. Penelitian ini fokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Penelitian ini akan meneliti pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan periode 2019-2023. Penelitian ini menggunakan ROA sebagai variabel penilaian dari profitabilitas, karena ROA (*Return on Aset*) banyak digunakan oleh investor untuk keputusan dalam melakukan investasi.

Tabel 1. Data Laba Bersih 20 Perusahaan Manufaktur Periode 2019-2023

Emiten	Laba Bersih Tahun Berjalan (Jutaan Rupiah)				
	2019	2020	2021	2022	2023
ASII	21.707	16.164	20.196	28.944	33.839
GGRM	10.800.099	7.647.725	5.605.315	2.779.739,	5.324.516
GOOD	416.766.539.480	259.412.261.010	424.826.659.580	425.208.267.424	580.412.724.554
IGAR	43.608.255.550	44.121.849.346	73.264.824.051	71.472.240.510	38.403.043.500
IMPC	103.701.431.423	125.060.624.062	210.038.447.571	307.414.788.044	430.520.760.860
INTP	1.835.305	1.806.337	1.788.496	1.842.434	1.950.266
JPFA	1.765.178	916.711	2.022.596	1.419.855	929.716
KDSI	64.090.903.507	60.178.290.460	72.634.468.539	76.887.594.355	79.466.167.766
MOLI	50.144.325	66.091.149	29.874.300	7.429.615	83.512.769
PEHA	102.033.530	48.487.462	11.070.907	28.069.871	5.959.329
PYFA	9.342.718.039	22.104.364.267	5.478.952.440	275.241.310.307	85.220.974.920
SIDO	807.689	934.016	1.260.898	1.104.714	950.468.000
SMBR	30.072.339	10.984.574	51.815.794	94.827.014	121.570.941
SMGR	2.392.151	2.792.321	2.021.190	2.364.836	2.170.497
SMSM	577.522	487.742	662.041	848.315	944.189
SPMA	131.005.670.940	162.524.650.713	294.325.560.054	336.138.394.494	178.658.341.906
SRSN	42.829.128	44.152.245	26.542.985	33.640.328	58.018.151
ULTJ	1.032.277	1.099.696	1.271.638	960.786	1.169.212
WIIM	27.273.075.178	172.249.860.053	176.667.838.128	249.331.695.478	494.729.174.306
WTON	512.346.720.675	128.052.492.224	82.908.013.359	162.916.060.757	34.126.442.456

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel diatas dapat dilihat laba perusahaan pada 20 perusahaan manufaktur 5 tahun terakhir diantaranya 18 perusahaan mengalami demosi atau kondisi laba yang mengalami kenaikan dan penurunan, terdapat 1 perusahaan yakni emiten ASII yang menghasilkan laba cenderung sedikit atau rendah, hanya terdapat 1 perusahaan yang menghasilkan laba tinggi dan mengalami kenaikan yang signifikan setiap tahunnya yaitu pada emiten IMPC.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Keterangan:

- > = berpengaruh secara parsial
- - - - -> = berpengaruh secara simultan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang ada diatas, maka hipotesis yang dapat dirumuskan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI
- H2: Diduga Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.
- H3: Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini diambil pada seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode tahun 2019-2023. Jumlah perusahaan yang digunakan sebagai populasi dalam penelitian ini yaitu sebanyak 170 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Penelitian ini menggunakan data laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan Keberlanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia sebagian telah dibahas pada bab sebelumnya. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah metode *purposive sampling*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder. Data diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) yang diterbitkan di bursa efek indonesia 2019-2023 melalui situs bursa efek indonesia yaitu www.idx.co.id. Adapun terkait analisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis regresi data panel dengan alat analisis menggunakan program software *eviews 9*.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Common Effect Model

Common Effect Model merupakan model atau metode estimasi paling dasar dalam regresi data panel, dimana tetap menggunakan prinsip *Ordinary Least Square* (OLS) atau kuadrat terkecil. Berdasarkan data hasil penelitian terlampir dan selanjutnya diolah dengan program Eviews diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Common effect model

Dependent Variable: PBV Method: Panel				
Least Squares Date: 08/03/24 Time: 20:25				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 100				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.124126	0.667468	10.67337	0.0000
ROA	0.062241	0.009735	6.393756	0.0000
CSR	-0.000884	0.000211	-4.185078	0.0001
R-squared	0.364472	Mean dependen S.D.		4.815900
Adjusted R-squared	0.351368	dependent Akaike info		0.768115
S.E. of regression Sum	0.618622	criterion Schwarz		1.906895
squared resid Log	37.12120	criterion Hannan-Quinn		1.985050
likelihood	-92.34476	criter. Durbin-Watson stat		1.938526
F-statistic	27.81450			0.680825
Prob(F-statistic)	0.000000			

Berdasarkan hasil output pada tabel menunjukkan bahwa pada variabel profitabilitas memiliki nilai probabilitas 0,0000 dan *corporate social responsibility* 0,0001 yang lebih kecil dari taraf signifikan.

Fixed effect model

Fixed Effect Model merupakan salah satu model regresi data panel yang proses estimasinya akan membentuk intersep yang berbeda antar individu, namun tidak berbeda antar waktu. Sedangkan slope terhadap variabel bersifat sama antara waktu ataupun individu. Data hasil penelitian selanjutnya diolah menggunakan program *eviews 9* diperoleh hasil berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Fixed Effect Model

Dependent Variable: PBV Method: Panel				
Least Squares Date: 08/03/24 Time: 18:27				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 100				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.265307	0.453732	16.01232	0.0000
ROA	0.041274	0.015365	2.686338	0.0088
CSR	-0.000878	0.000143	-6.126081	0.0000
Effects Specification				
Cross-section fixed (dummy variables)				

R-squared	0.803073	Mean depende S.D.	4.815900
Adjusted R-squared S.E.	0.750054	dependen Akaike info	0.768115
of regression Sum	0.384016	criterion Schwarz criterion	1.115274
squared resid Log	11.50254	Hannan-Quinn criter.	1.688412
likelihood	-33.76372	Durbin-Watson stat	1.347233
F-statistic	15.14690		2.012697
Prob(F-statistic)	0.000000		

Berdasarkan hasil output *evIEWS* pada tabel menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki nilai probabilitas 0,008 dan *corporate social responsibility* 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikannya.

Random effect model

Random effect model merupakan salah satu model pada regresi data panel dimana variabel eror mungkin memiliki hubungan antar waktu dan antar individu. Data hasil penelitian selanjutnya diolah menggunakan program *evIEWS* 9 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Random Effect Model

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 08/03/24 Time: 18:31				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 100				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.223083	0.462940	15.60262	0.0000
ROA	18.37700	0.012373	4.040386	0.0001
CSR	-0.000886	0.000142	-6.249680	0.0000
Effects Specification				
			S.D.	Rho
Cross-section random			0.517600	0.6450
Idiosyncratic random			0.384016	0.3550
Weighted Statistics				
R-squared	0.346671	Mean dependent var	1.516591	
Adjusted R-squared	0.333200	S.D. dependent var	0.467668	
S.E. of regression	0.381887	Sum squared resid	14.14627	
F-statistic	25.73518	Durbin-Watson stat	1.688858	
Prob(F-statistic)	0.000000			
Unweighted Statistics				
R-squared	0.354060	Mean dependent var	4.815900	
Sum squared resid	37.72935	Durbin-Watson stat	0.633221	

Berdasarkan hasil output *evIEWS* pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai probabilitas yang dimiliki variabel profitabilitas 0,0001 dan variabel *corporate social responsibility* nilai probabilitasnya 0,0000 lebih kecil dari taraf signifikannya yaitu 0,05.

Pemilihan Model Regresi Data Panel

Untuk memilih model yang paling tepat digunakan dalam mengelola data panel, terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan yaitu uji *chow*, uji *hausman*, dan uji *lagrange multiplier*. Berikut hasil estimasinya:

Uji Chow

Uji *chow* adalah pengujian untuk menentukan model *common effect model* (CEM) dan *fixed effect model* (FEM) yang paling tepat digunakan untuk mengestimasi data panel. Berikut hasil pengujian uji *chow*:

Tabel 5. Hasil uji *chow*

Redundant Fixed Effects Tests			
Equation: Untitled			
Test cross-section fixed effects			
Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	9.143320	(19,78)	0.0000
Cross-section Chi-square	117.162079	19	0.0000

Berdasarkan hasil uji *chow* pada tabel diketahui nilai probabilitas adalah 0,0000. Karena nilai probabilitas *cross-section chisquare* $0,0000 < 0,05$, maka model estimasi yang terpilih adalah model *fixed effect model* (FEM), oleh karena model *fixed effect model* (FEM) terpilih selanjutnya dilakukan lagi uji hausman, untuk menentukan model terpilih antara *fixed effect model* (FEM) dengan *random effect model* (REM).

Uji Hausman

Uji *hausman* adalah pengujian untuk menentukan model *fixed effect model* (FEM) atau *random effect model* (REM) yang paling tepat digunakan untuk mengestimasi data panel. Berikut hasil pengujian uji hausman:

Tabel 6. Hasil uji *hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test				
Equation: Untitled				
Test cross-section random effects				
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.	
Cross-section random	0.927431	2	0.6289	
Cross-section random effects test comparisons:				
Variable	Fixed	Var (Diff.)	Prob.	
ROA	0.041274	0.049993	0.000083	0.3385
CSR	-0.000878	-0.000886	0.000000	0.7219

Berdasarkan hasil uji hausman pada tabel diketahui nilai probabilitas adalah 0,6289 karena nilai probabilitas *cross-section chi-square* $0,6289 > 0,05$, berarti model estimasi yang digunakan atau terpilih adalah model *random effect model* (REM), oleh karena model *random effect model* (REM) yang terpilih maka perlu dilakukan lagi uji *lagrange multiplier*.

Uji Lagrange Multiplier

Uji *Lagrange Multiplier* ini dilakukan dengan tujuan untuk membandingkan antara model *Common Effect Model* (CEM) dengan model *Random Effect Model* (REM) berikut ini hasil pengujian uji *Lagrange multiplier*:

Tabel 7. Hasil uji Lagrange Multiplier

Lagrange Multiplier Tests for Random Effects			
Null hypotheses: No effects			
Alternative hypotheses: Two-sided (Breusch-Pagan) and one-sided (all others) alternatives			
	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	72.80513 (0.0000)	1.916272 (0.1663)	74.72140 (0.0000)
Honda	8.532592 (0.0000)	-1.384295 --	5.054610 (0.0000)
King-Wu	8.532592 (0.0000)	-1.384295 --	2.300161 (0.0107)
Standardized Honda	9.077330 (0.0000)	-1.047907 --	2.301376 (0.0107)
Standardized King-Wu	9.077330 (0.0000)	-1.047907 --	-0.060846 --
Gourierioux, et al.*	--	--	72.80513 (< 0.01)
*Mixed chi-square asymptotic critical values:			
	1%	7.289	
	5%	4.321	
	10%	2.952	

Berdasarkan uji *Lagrange Multiplier* pada *Breusch-Pagan Cross-section* menunjukkan nilai $0.0000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan dari pemilihan dua model tersebut diperoleh hasil yaitu *random effect model* yang dipilih untuk menginterpretasikan hasil penelitian.

Analisis Regresi Data Panel

Analisis data panel dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar dibursa efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023.

Berdasarkan hasil uji *chow*, uji *hausman* dan uji *lagrange multiplier* pada tabel sebelumnya maka model regresi data panel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random effect model* (FEM). Hasil regresi sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil uji *Random effect model* (REM)

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 08/03/24 Time: 18:31				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 100				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.223083	0.462940	15.60262	0.0000
ROA	18.37700	0.012373	4.040386	0.0001
CSR	-0.000886	0.000142	-6.249680	0.0000
Effects Specification				
				S.D.
				Rho
Cross-section random			0.517600	0.6450
Idiosyncratic random			0.384016	0.3550
Weighted Statistics				
R-squared	0.346671	Mean depende		1.516591
Adjusted R-squared	0.333200	S.D. dependen		0.467668
S.E. of regression	0.381887	Sum squared resid		14.14627
F-statistic	25.73518	Durbin-Watson		1.688858
Prob(F-statistic)	0.000000	stat		
Unweighted Statistics				
R-squared	0.354060	Mean depende nt var		4.815900
Sum squared resid	37.72935	Durbin-Watsor stat		0.633221

Berdasarkan hasil uji regresi data panel pada tabel maka model umum regresi data panel dinyatakan dalam bentuk persamaan berikut (Baltagi, 2005):

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \dots + \beta_n X_{nit} + e_{it}$$

Price to book value (Y) = 7.2230 + 18.377 *return on asset* (X1) -0.0000 *corporate social responsibility* (X2). Dari persamaan hasil analisis regresi linier berganda di atas maka diketahui:

1. Konstanta = 7.223083, nilai ini menandakan bahwa semua variabel independent profitabilitas dan corporate social responsibility tetap atau sama dengan nol, maka rata-rata nilai perusahaan adalah sebesar 7.22%.
2. Koefisien regresi variabel profitabilitas = 18.37700, artinya apabila setiap peningkatan 1% profitabilitas, maka akan terjadi peningkatan sebesar 18,3% pada nilai perusahaan dengan asumsi nilai variabel lainnya konstan (tetap).
3. Koefisien regresi corporate social responsibility (CSR) = -0.000886, artinya

apabila setiap peningkatan 1% corporate social responsibility, maka akan terjadi penurunan sebesar -0,00% pada nilai perusahaan.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data, pengujian hipotesis digunakan dalam penelitian untuk menentukan apakah ada cukup bukti untuk mendukung atau menolak hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan uji F, uji t dan koefisien determinasi/R *square*, dengan menggunakan aplikasi *Eviews 9*. Berikut hasil yang diperoleh dari data yang diestimasi:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Berdasarkan Estimasi *Random Effect Model*

Dependent Variable: PBV					
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 08/03/24 Time: 18:31					
Sample: 2019 2023					
Periods included: 5					
Cross-sections included: 20					
Total panel (balanced) observations: 100					
Swamy and Arora estimator of component variances					
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.	
C	7.223083	0.462940	15.60262	0.0000	
ROA	18.37700	0.012373	4.040386	0.0001	
CSR	-0.000886	0.000142	-6.249680	0.0000	
Effects Specification				S.D.	Rho
Cross-section random			0.517600	0.6450	
Idiosyncratic random			0.384016	0.3550	
Weighted Statistics					
R-squared	0.346671	Mean depende		1.516591	
Adjusted R-squared	0.333200	S.D. dependen		0.467668	
S.E. of regression	0.381887	Sum squared resid		14.14627	
F-statistic	25.73518	Durbin-Watson		1.688858	
Prob(F-statistic)	0.000000	stat			
Unweighted Statistics					
R-squared	0.354060	Mean depende nt var		4.815900	
Sum squared resid	37.72935	Durbin-Watsor stat		0.633221	

Berdasarkan estimasi *random effect model* diatas maka hasil uji hipotesis dijabarkan sebagai berikut:

1. Koefisien determinasi (R *square*)

Uji koefisien determinasi (R-square) dilakukan untuk melihat seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R-square

berada antara 0 dan 1. Semakin mendekati 1 atau 100% maka semakin besar pengaruh variabel independent terhadap variable dependen.

Berdasarkan tabel hasil estimasi menunjukkan bahwa nilai R square yaitu 0.346671 hal ini menunjukkan bahwa kemampuan profitabilitas dan corporate social responsibility (variabel independen) berpengaruh terhadap nilai perusahaan (variabel dependen) sebesar 34,66% dan sisanya 65,34% dijelaskan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

2. Uji simultan (uji f)

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersamaan. Hipotesis dalam uji f adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Jika nilai F-statistic $>$ F tabel, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. H_1 : Jika nilai F-statistic $<$ F tabel, maka H_1 diterima yang artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel menunjukkan nilai F statistik yaitu 25.73518 dengan signifikansi dari nilai probabilitas F statistik yaitu $0.0000 < 0,05$. Maka berdasarkan hal tersebut profitabilitas dan corporate social responsibility secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Uji parsial (uji t)

Uji t bertujuan untuk menguji pengaruh variabel profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ atau 5%. Berikut ini disajikan hasil pengujian signifikansi t yang diperoleh dari estimasi model *random effect model*:

Tabel 10. Hasil Uji t berdasarkan estimasi *Random effect model*

Dependent Variable: PBV				
Method: Panel EGLS (Cross-section random effects) Date: 08/03/24 Time: 18:31				
Sample: 2019 2023				
Periods included: 5				
Cross-sections included: 20				
Total panel (balanced) observations: 100				
Swamy and Arora estimator of component variances				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.223083	0.462940	15.60262	0.0000
ROA	18.37700	0.012373	4.040386	0.0001
CSR	-0.000886	0.000142	-6.249680	0.0000
Effects Specification			S.D.	Rho

Cross-section random	0.517600	0.6450	
Idiosyncratic random	0.384016	0.3550	
Weighted Statistics			
R-squared	0.346671	Mean depende	1.516591
Adjusted R-squared	0.333200	S.D. dependen	0.467668
S.E. of regression	0.381887	Sum squared resid	14.14627
F-statistic	25.73518	Durbin-Watson	1.688858
Prob(F-statistic)	0.000000	stat	
Unweighted Statistics			
R-squared	0.354060	Mean depende nt var	4.815900
Sum squared resid	37.72935	Durbin-Watsor stat	0.633221

1. Nilai statistik untuk variabel profitabilitas menunjukkan nilai sebesar 4.040386 dan p-value nya sebesar $0.0001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Nilai statistik untuk variabel corporate social responsibility menunjukkan nilai sebesar -6.249680 dan p-value nya sebesar $0.0000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility berpengaruh negatif dan signifikan terhadap price to book value. Maka H_0 diterima dan H_1 diterima.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik nanlisis regresi data panel untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengaruh profitabilitas dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, hipotesis pertama adalah profitabilitas dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dengan rentang waktu yang diteliti periode 2019-2023.

Berdasarkan uji F variabel *return on asset* dan *corporate social responsibility* terhadap *price to book value* pada tabel nilai F statistic adalah 25.73518 dan nilai probabilitas f statistic adalah $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis ini diterima karena hasil yang diberikan adalah positif dan signifikan terhadap price to book value. Dengan nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa *return on asset* dan *corporate*

social responsibility secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023.

Penelitian ini mendukung teori *stakeholder* yang mengemukakan bahwa perusahaan harus memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan seperti karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemegang saham. Dengan menerapkan *corporate social responsibility* yang baik perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan secara keseluruhan, sambil memperhatikan profitabilitas sebagai indikator keberhasilan finansial. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jihan Ramadhina (2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dan profitabilitas secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Home dan Wachowicz (2005: 222) menyatakan, apabila profitabilitas suatu perusahaan tinggi, maka menunjukkan perusahaan bekerja secara efisien dan efektif dalam mengelola kekayaan perusahaan dalam memperoleh laba setiap periodenya. Tambunan (2007: 146) yang menyatakan bahwa “Semakin besar tingkat pengembalian atas modal sendiri maka akan mendorong peningkatan harga saham, sehingga diharapkan nilai perusahaan akan meningkat”. Salah satu pengelolaan yang harus diperhatikan perusahaan adalah kondisi finansial yang penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Finansial suatu perusahaan berhubungan dengan sumber dan penggunaan dana. Semakin efisien dari pengelolaan dana maka semakin baik bagi perusahaan. Untuk mengefektifkan dalam pengelolaan dana tersebut maka dibutuhkan penentuan sumber dana yang tepat serta melakukan pembenahan dalam manajemen. Dengan ini dalam rangka mengefesienkan serta mengoptimalkan finansial akan memberi peluang meningkatnya nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai statistik untuk variabel profitabilitas menunjukkan nilai sebesar 4.040386 dan *p-value* nya sebesar $0.001 < 0,05$. Maka secara parsial variabel profitabilitas yang diukur dengan *return on asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia selama periode 2019-2023.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aprilia Damayanti, (2021) serta Siregar, Dalimunthe, dan Rony Safri (2019) yang menyatakan secara parsial profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jihan Ramadhina (2022) yang menyatakan profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan harga saham.

Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia menunjukkan bahwa nilai koefisien CSR bernilai negatif -6.249680 dan nilai signifikansinya $0.00 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan CSRD.

Artinya, penurunan nilai pembayaran *corporate social responsibility* yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan, akan menyebabkan nilai perusahaan yang diukur menggunakan PBV tersebut akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan pengungkapan *corporate social responsibility* pada setiap perusahaan adalah berbeda-beda. Dan dari pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan yang berbeda, stakeholder juga memiliki pilihan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan dilihat dari profit atau laba suatu perusahaan, serta kurang mempertimbangkan dari hasil pelaksanaan dan pengalokasian *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan. Sehingga ketika perusahaan mengurangi *corporate social responsibility* untuk dibayarkan kepada masyarakat tetapi banyaknya return atau keuntungan yang diperoleh perusahaan sebagian besar dialokasikan untuk penambahan deviden hal tersebut dapat memengaruhi persepsi positif stakeholder dan pemegang saham terhadap perusahaan dan memberikan keuntungan finansial kepada pemegang saham yang bisa meningkatkan nilai investasi mereka dan akan ikut berkontribusi pada perusahaan yang mana hal ini akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Yulia Hanum Puspitasari dan Nurfadjiah Asyik, (2018) dan Alfonsia Klofilda suryati, Agus Wahyudi Gama, Ni Putu Astiti (2019). Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan Jihan Ramadhina (2022) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan harga saham.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian yang telah dilakukan mengenai Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Profitabilitas dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023. Artinya semakin tinggi atau semakin baik profitabilitas dan *corporate social responsibility* maka nilai perusahaan akan semakin meningkat, 2.

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019 – 2023. Artinya bahwa semakin tinggi laba atau profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut, 3. *Corporate social responsibility berpengaruh* negatif signifikan secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Artinya program *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan belum mampu dalam memberikan kontribusi yang baik untuk perusahaan.

Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang peneliti alami selama proses penelitian dapat menjadi acuan para peneliti-peneliti selanjutnya untuk lebih menyempurnakan penelitiannya, karena penelitian ini memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki pada penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini diantaranya: 1. Sampel penelitian menggunakan perusahaan manufaktur, agar pada penelitian selanjutnya menggunakan perusahaan pertambang yang lebih erat dengan variabel pada penelitian ini, 2. Pada penelitian ini hanya satu variabel yang berpengaruh yaitu variabel profitabilitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73-95.
- Damayanti, A. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2019) (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Akuntansi Syariah).
- Darmawan. (2020). Dasar-dasar Memahami Rasio Laporan Keuangan. Yogyakarta: UNY Press.
- Hanafi, M. M. 2018. Manajemen Keuangan. BPF: Yogyakarta.
- Hery, H., & Si, M. (2017). Kajian Riset Akuntansi. Jakarta: PT. Grasindo
- Hidayati, M. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Di BEI 2018-2020 (Doctoral dissertation, S1 Akuntansi Syariah IAIN Syekh Nurjati).
- Kasmir. 2019. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Pertama. Cetakan Keduabelas. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Meadows, Donella H; Meadows, Dennis L; Randers, Jørgen; Behrens III, William W (1972). *The Limits to Growth; A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books. ISBN 0876631650. Retrieved 26 November 2017

- Mursyidi. 2013. Akuntabilitas Pemerintahan di Indonesia. Bandung: Refika Aditama
- Ramadhina, J. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Rokok yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2020 (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Riama, S. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur sub-sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019) (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Suwandani, A., & Suhendro, A. W. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap harga saham perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di Bei tahun 2014-2015. *Jurnal akuntansi dan pajak*, 18(01).
- Soemantri, M. D. A. (2019). The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure towards Firm Value. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(3), 209-218.
- Tambunan, Andy Porman. 2007. Menilai Harga Wajar Saham. Editor Edhi S. Widjojo. Jakarta: Gramedia.
- Van Home, James.C and John M. Wachowicz, 2005, Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan, Terjemahan oleh Dewi Fitriyani dan Deny Amos, 2005, Edisi Keduabelas, Buku Satu, Salemba Empat, Jakarta.
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(2), 135-165.