

The Impact of Profitability, Leverage, and Corporate Social Responsibility (CSR) on Enterprise Value of the Indonesian Stock Exchange Listed Banking Sector 2017-2021

[Dampak Profitabilitas, Leverage, dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021]

Shinta Nur Habiibah¹⁾, Wisnu Panggah Setiyono^{*2)}, Sriyono^{*3)}, Detak Prapanca^{*4)}

¹⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

^{*2)} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

³⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁴⁾ Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: wisnu.setiyono@umsida.ac.id^{*2)}, sriyono@umsida.ac.id^{*3)}, d.prapanca@umsida.ac.id^{*4)}

Abstract. This study aims to prove the effect of profitability, leverage, and corporate social responsibility on company value in the banking sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2021. The sample in this study amounted to 95 samples drawn using a purposive sampling technique. Data was collected from the website www.idx.co.id and processed using E-views 12 software. The results of this study indicate that profitability and corporate social responsibility (CSR) have a significant positive effect on firm value, while leverage has a significant negative effect on firm value. for further research can use other variables and use other company sectors to provide research results that describe a complete and comprehensive market situation.

Keywords – Company Value; Profitability; Leverage; Corporate Social Responsibility

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan mengenai pengaruh profitabilitas, leverage, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada sector perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 sampel yang ditarik menggunakan teknik purposive sampling. Pengambilan data dari website www.idx.co.id dan diolah menggunakan software E-views 12. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan leverage berpengaruh negative signifikan terhadap nilai perusahaan. untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel lain dan menggunakan sektor perusahaan lain agar dapat memberikan hasil penelitian yang menggambarkan keadaan pasar yang lengkap dan menyeluruh.

Kata Kunci – Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Leverage; Corporate Social Responsibility

I. PENDAHULUAN

Banyak sekali macam investasi diluaran sana, salah satunya ialah investasi saham. Wujud dari saham itu sendiri ialah selembar kertas yang menyatakan kepemilikan suatu perusahaan. Sifat saham ialah fluktuatif, yang artinya bisa turun naik seperti harga barang di pasar. Harga saham dapat turun atau naik dengan sangat cepat, walaupun dalam detik sekalipun. [1]. Penyebab naik turunnya harga saham tidak jauh dari adanya permintaan dan penawaran, di mana harga saham akan naik apabila permintaan tinggi dan harga saham akan turun apabila penawaran tinggi. Selain adanya permintaan dan penawaran, factor internal dan eksternal juga dapat mempengaruhi naik turunnya harga saham. Harga saham dapat diketahui dengan membandingkan *price book value* perusahaan satu dengan perusahaan lain, karena PBV merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengukur kinerja harga saham. *Price book value* merupakan perbandingan harga sama dengan nilai buku per saham. [2]. PBV adalah nilai yang dipakai untuk membandingkan harga saham yang satu dengan yang lainnya, apakah harga saham lebih mahal atau lebih murah dengan saham perusahaan lain. PBV juga mencerminkan bagaimana keadaan harga pasar terhadap manajemen perusahaan yang berjalan. [3].

Tabel 1 PBV Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2019

Nama Perusahaan	Kode Saham	2018	2019	2020	2021
Bank Central Asia, Tbk	BBCA	4,46	4,91	4,66	4,55
Bank Rakyat Indonesia, Tbk	BBRI	2,57	2,72	2,64	2,22

Bank Mandiri, Tbk	BMRI	1,95	1,78	1,56	1,54
Bank Negara Indonesia, Tbk	BBNI	1,58	1,21	1,02	1,03
Bank Tabungan Negara, Tbk	BBTN	1,16	0,93	1,04	0,89
Bank Maybank Indonesia, Tbk	BNII	0,66	0,61	0,99	0,90
Bank J Trust Indonesia, Tbk	BCIC	2,79	2,75	4,61	2,03
Bank Capital Indonesia, Tbk	BACA	1,44	0,93	1,64	1,13
Bank Neo Commerce, Tbk	BBYB	1,88	1,86	1,79	22,4
Bank Oke Indonesia, Tbk	DNAR	1,33	0,97	0,99	1,61

Tujuan utama perusahaan *go public* ialah meningkatkan kemakmuran dari setiap pemegang saham dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi sangat penting karena cerminan kinerja perusahaan yang bisa mempengaruhi persepsi investor.[4]. Nilai perusahaan dapat diukur dengan *price book value* seperti yang dijelaskan diatas. Sehingga semakin tinggi nilai PBV suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan itu. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham, sehingga dapat menarik investor untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan.[5]. Sehingga dapat diketahui bagaimana perusahaan mengelola kinerja manajemen mereka mulai dari perusahaan itu berdiri hingga saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik untuk meyakinkan investor tentang prospek masa depan perusahaan. Artinya perusahaan dapat menggunakan sumber dananya dengan ptimal dalam menghadapi perubahan lingkungan.[6]. Nilai perusahaan juga dapat disebabkan oleh factor internal dan factor eksternal perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dapat dianalisis dengan menggunakan profitabilitas atau laba perusahaan, *Leverage* atau pinjaman modal perusahaan, dan pengungkapan lingkungan social yang dilakukan oleh perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

Profitabilitas biasanya digunakan sebagai alat evaluasi internal oleh perusahaan untuk memperbaiki kinerja manajemen suatu perusahaan, akan tetapi profitabilitas juga dapat digunakan untuk menganalisis nilai perusahaan, di mana dengan profitabilitas dapat diketahui bagaimana sebuah perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang ditunjukkan dalam laporan laba rugi dari penjualan dan pendapatan invetasi.[7]. Sehingga tak jarang apabila profitabilitas dijadikan acuan utama oleh invetor untuk memutuskan menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut atau tidak. Profitabilitas yang konsisten pasti dapat bertahan dengan bisnisnya dan apabila perusahaan dapat memperoleh laba yang tinggi, maka semakin tinggi pula harapan investor dalam memperoleh keuntungan atau pendapatan atas modal yang diberikan ke perusahaan. Hal tersebut juga mengakibatkan nilai perusahaan juga baik. Beberapa peneliti mengungkapkan jika profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan, namun ada beberapa peneliti juga yang mengatakan jika profitabilitas tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan juga baik. Tingginya profitabilitas menunjukkan perkembangan suatu perusahaan, sehingga menarik investor untuk menanamkan dananya ke perusahaan. Semakin tingginya permintaan saham maka nilai perusahaan juga semakin tinggi.[8]. Namun, apabila perusahaan tidak mengelola aktivitya dengan baik dapat mengakibatkan pendapatan perusahaan menurun atau bahkan mengalami kerugian. Profitabilitas yang menurun menunjukkan jika perusahaan tidak mampu mengelola sumber daya yang dimiliki dengan baik. Dampak dari turunnya profitabilitas ialah dengan menurunnya minat investor untuk berinvestasi ke perusahaan tersebut, karena dengan menurunnya profitabilitas maka pinjaman yang dimiliki perusahaan akan semakin tinggi. Selain itu, apabila profitabilitas turun maka investor beranggapan jika perusahaan tidak dapat memberikan keuntungan bagi mereka. Sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan nilai perusahaan menurun. Seperti peneliti terdahulu yang menemukan bahwa perusahaan tidak mampu menggunakan asset yang dimiliki dengan baik, sehingga laba bersih perusahaan menjadi kecil sedangkan perusahaan memiliki asset yang besar.[9].

Leverage atau rasio solvabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang atau dapat juga diartikan sejauh mana perusahaan mampu membayar kewajibannya baik jangka pendek ataupun jangka panjang.[7]. Selain profitabilitas, *Leverage* juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin tinggi *Leverage* suatu perusahaan maka semakin tinggi pula risiko investasi di perusahaan tersebut.[10]. *Leverage* perlu dikelola dengan baik agar dapat meningkatkan kepercayaan investor, karena *Leverage* menjadi faktor penting untuk seorang investor dalam mengambil keputusan investasi. Apabila perusahaan dengan peningkatan utang dipandang positif sehingga investor memiliki kesempatan untuk mendapatkan dividen yang tinggi dengan tidak harus mengurangi porsi kepemilikan perusahaan. Peningkatan *Leverage* bagi seorang investor ialah sebagai kemampuan perusahaan dalam membayar utangnya di masa depan sehingga dianggap memiliki risiko bisnis yang rendah dan hal tersebut akan direspon positif oleh pasar.[11]. Peneliti terdahulu menjelaskan jika perusahaan cenderung menggunakan modal sendiri yang berasal dari laba ditahan untuk membiayai aktivitya dan hal tersebut membuat perusahaan untuk mengurangi porsi utangnya.[12]. Akan tetapi, apabila *Leverage* tidak dikelola dengan baik dapat berakibat terhadap perspektif investor terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sebagian investor akan beranggapan perusahaan tidak dapat memberikan keuntungan kepada mereka apabila *leverage* terlalu tinggi. Perusahaan dengan *Leverage* yang tinggi akan mengurangi nilai perusahaan karena dengan hutang yang semakin meningkat dapat

meningkatkan risiko perusahaan bangkrut dan kesulitan keuangan yang dapat menyebabkan nilai perusahaan turun.[10]. *Leverage* yang tinggi memungkinkan untuk perusahaan kesulitan dalam mengembalikan utangnya, sehingga dapat menurunkan minat investor untuk investasi ke perusahaan yang akhirnya membuat turun nilai perusahaan di masa yang akan datang.[13].

Selain profitabilitas dan *leverage*, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi dengan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan social disekitarnya yang biasa disebut dengan *corporate social responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR sangat penting untuk meningkatkan nilai perusahaan dan investor akan menginvestasikan dananya ke perusahaan yang peduli terhadap lingkungan sosialnya dengan pengungkapannya dalam laporan tahunan perusahaan.[14]. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen perusahaan yang berperan sebagai pendukung pembangunan ekonomi dengan bekerja sama dengan seluruh karyawan, komunitas local, dan masyarakat luas untuk membawa manfaat bagi perusahaan.[15]. Semakin sering perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan sekitarnya, maka akan memberi nilai tambah positif di mata investor. Masyarakat juga akan beranggapan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan saja, melainkan memberikan perhatian lingkungan sosial (masyarakat). Pengungkapan CSR perusahaan berharap mendapatkan legitimasi sosial dari masyarakat, sehingga mempengaruhi investor untuk menginvestasikan dananya. Apabila perusahaan beroperasi tidak untuk keperluan perusahaan tapi harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* dan akhirnya timbul rasa puas dari *stakeholder* sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.[5]. Namun, masih banyak perusahaan yang tidak melaksanakan tanggung jawab lingkungan sosialnya atau CSR, hal tersebut dapat dilihat dengan adanya PP No.47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Alasan perusahaan untuk tidak melakukan CSR salah satunya ialah masalah dana dan masalah perizinan. Meskipun sudah dikeluarkannya PP No.47 Tahun 2012, masih ada perusahaan yang tidak melakukan CSR walaupun sudah jelas tertulis apabila perusahaan perseroan tidak melaksanakan CSR akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Akan tetapi, sanksi yang akan diterima tidak jelas. Pengungkapan CSR tidak dapat memengaruhi dewan komisaris dengan nilai perusahaan, karena adanya PP No.47 Tahun 2012 membuat CSR wajib dilakukan oleh perseroan.[16].

Penelitian yang dilakukan oleh [8] menunjukkan bahwa profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh [17] menunjukkan jika profitabilitas yang di proksikan dengan ROE (*Return On Equity*) dan ROI (*Return On Investment*) mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.. Selain itu [5] meneliti mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian mereka menunjukkan bahwa profitabilitas mampu memengaruhi nilai perusahaan.. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh [18] menunjukkan bahwa profitabilitas yang di proksikan dengan ROA (*Return On Asset*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh [9] menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu memengaruhi nilai perusahaan. Kemudian terdapat penelitian dari [19] yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.. Penelitian dilakukan oleh [20] menunjukkan bahwa *Leverage* mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian lain yang dilakukan oleh [13] yang menunjukkan *Leverage* mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian penelitian [17] menunjukkan bahwa *Leverage* mempengaruhi nilai perusahaan. Namun penelitian [21] menunjukkan bahwa *Leverage* tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian lain oleh [18] juga menemukan bahwa *Leverage* tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kemudian penelitian [19] menyebutkan bahwa *Leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Menurut penelitian [5] CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan.. Penelitian lain oleh [22] menyimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.. Kemudian terdapat penelitian oleh [23] menunjukkan bahwa CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan.. Di sisi lain, penelitian [24]. menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian terdapat penelitian oleh [21] yang menunjukkan bahwa CSR tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan.. Penelitian oleh [25] menunjukkan bahwa CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan..

Rumusan masalah: Apakah Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Pertanyaan penelitian: Apakah profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memengaruhi nilai perusahaan?

Kategori SDGs: Penelitian ini terkategori dalam promote sustainaned, inclusive and sustainable economic growth, full and productive employment and decent work for all dan termasuk dalam jenis green economy (<https://sdgs.un.org/goals>)

II. METODE

A. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, sebab data penelitian berupa angka dengan menggunakan statistik dalam menganalisis. Metode kuantitatif didefinisikan sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi

positivisme dan digunakan untuk mempelajari sampel dan populasi. Pengumpulan data menggunakan alat penelitian berupa analisis data untuk menguji hipotesis yang telah dibuat.[26]. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif, sebab penyajiannya bersifat deskriptif yang menggunakan angka.

B. Populasi dan sampel

Populasi merupakan jumlah keseluruhan objek yang akan diamati. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 hingga tahun 2021 yang berjumlah 47 perusahaan. Sedangkan sampel adalah bagian kecil dari seluruh jumlah populasi yang diambil yang dianggap mampu mewakili populasi. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan karakteristik yang antara lain:

1. Perusahaan perbankan yang memiliki asset di atas 20 triliun rupiah.
2. Perusahaan perbankan yang menerbitkan laporan tahunan perusahaan dari tahun 2017 hingga tahun 2021 di Bursa Efek Indonesia (BEI) ataupun di website resmi perusahaan tersebut.

Sehingga dari karakteristik yang digunakan, menghasilkan 95 sampel yang akan diuji dalam penelitian ini.

C. Jenis data

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan dari tahun 2017 hingga tahun 2021 yang di ambil di website Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id ataupun dari website resmi perusahaan perbankan yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

D. Teknik analisis data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa model regresi data panel karena dalam penelitian ini ada lima tahun periode. Software yang digunakan untuk mengolah data ialah software E-views 12. Variabel dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Profitabilitas, *Leverage*, dan *Corporate Social Responsibility* dan menggunakan satu variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

Data panel merupakan gabungan dari *cross section* dengan *time series*. Data silang (*cross section*) biasanya terdiri dari beberapa objek (perusahaan) dengan beberapa jenis data. Sedangkan data runtut (*time series*) meliputi satu objek atau individu, dan meliputi beberapa periode. Maka model ditulis dengan:

$$Y_{it} = \alpha + \beta X_{it} + \varepsilon_{it} ; I = 1,2,\dots,N ; t = 1,2,\dots,T$$

Di mana:

N = Banyak observasi

T = Banyak waktu

N x T = Banyak data panel

Nilai perusahaan adalah kondisi di mana perusahaan mendapatkan kepercayaan masyarakat. Pengukuran nilai perusahaan menggunakan *Price Book Value* (PBV).[9].

$$PBV = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku Per Lembar Saham}} [24]$$

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam periode tertentu.[7]. Peningkatan laba dapat memberikan sinyal positif untuk investor bahwa perusahaan dapat memberikan keuntungan dan kesejahteraan kepada para pemegang saham dengan pengembalian saham yang tinggi. Pengukuran profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA).[27].

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} [7]$$

Leverage adalah kondisi sejauh mana perusahaan (aktiva) dibiayai oleh utang.[7]. Perusahaan dikatakan baik jika perusahaan dapat memenuhi kewajiban utangnya dengan baik, hal demikian dapat memberikan sinyal negatif kepada investor, karena semakin tinggi utang suatu perusahaan maka semakin tinggi pula risiko investasi di perusahaan tersebut yang mengakibatkan investor menghindari investasi di perusahaan itu.[28]. *Leverage* yang rendah dapat menyebabkan kurangnya pengawasan pihak eksternal. Pengukuran *leverage* menggunakan *Debt To Assets Ratio* (DAR).[29].

$$\text{DAR} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}} [7]$$

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tindakan yang berasal dari pertimbangan etis perusahaan dalam meningkatkan ekonomi, meningkatkan kualitas hidup karyawan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat luas.[19]. CSR diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Indeks* (CSRI). Instrumen CSRI yang digunakan mengacu pada pengelompokan informasi CSR ke dalam beberapa kategori dan pendekatan CSRI menggunakan dekotomi yaitu setiap pengungkapan instrumen indikator yang digunakan diberikan skor 1 dan apabila instrumen yang digunakan tidak diungkapkan akan diberikan skor 0 yang menggunakan checklist berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) dengan menggunakan 91 indikator. [30]

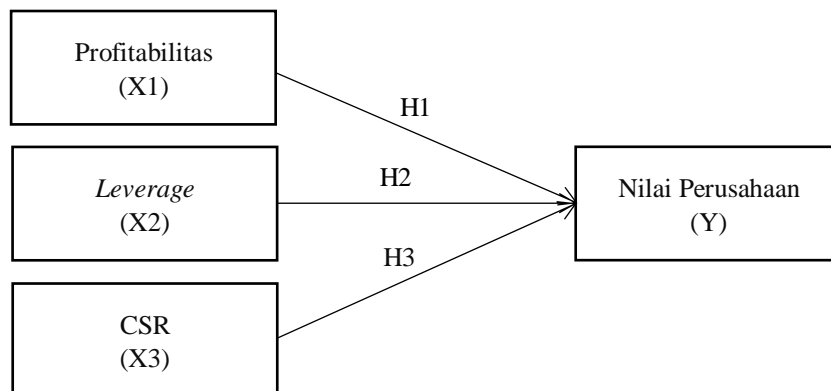
$$\text{CSRI}_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i} [31]$$

Di mana:

$\sum X_{yi}$ = Nilai 1 jika y diungkapkan dan nilai 0 jika y tidak diungkapkan

n_i = Jumlah item untuk perusahaan i

E. Kerangka konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

F. Hipotesis

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara yang bersifat praduga dan harus dibuktikan melalui perhitungan. Setelah disusunnya kerangka konseptual terdapat empat hipotesis dalam penelitian ini:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H3: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Statistik deskriptif

Statistik ialah sekumpulan data berupa kualitatif ataupun kuantitatif yang memiliki arti dan kegunaan yang penting bagi Negara. Menurut Prof. Dr. H. Agus Irianto, statistika adalah kumpulan cara atau kaidah yang berkaitan dengan pengumpulan data, pengolahannya, dan penarikan kesimpulan berupa angka-angka dengan menggunakan asumsi-asumsi tertentu. Lain halnya menurut Anderson dan Bancroft, statistika adalah seni ilmu perkembangan dan metode yang efektif untuk tabulasi, pengumpulan dan interpretasi data kuantitatif sehingga kesalahan dalam kesimpulan dan perkiraan dapat dinilai melalui penalaran induktif berdasarkan probabilitas matematis. Kemudian menurut Anto Dajani, statistik adalah data kuantitatif yang tidak tersusun atau tidak berbentuk tabel. [31]. Hasil analisis deskriptif masing-masing variabel yaitu Profitabilitas (X1), Leverage (X2) dan Corporate Social Responsibility (X3), adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Analisis Statistik Deskriptif

	X1	X2	X3	Y
Mean	0.952903	1.641839	0.175824	1.646596
Median	0.009471	0.851779	1.065000	1.065000
Maximum	89.73823	76.95560	0.373626	16.30000
Minimum	-0.089207	0.735025	0.000000	0.210000
Std. Dev.	9.206097	7.809387	0.094626	1.930510
Skewness	9.592191	9.591631	-0.504306	5.013656
Kurtosis	93.01030	93.00322	2.407539	36.71390
Jarque-Bera	33526.67	33521.45	5.416230	4845.598
Probability	0.000000	0.000000	0.066662	0.000000
Sum	90.52581	155.9747	16.70330	154.7800
Sum Sq. Dev	7966.709	5732.734	0.841686	346.5987
Observations	95	95	95	95

Pada tabel 1 di atas, dijelaskan bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 95 data. Nilai analisis statistik deskriptif pada Mean sebesar 0,952903; Median sebesar 0,0094712; Maximum sebesar 89,73823; nilai Minimum sebesar -0,89207; nilai std. Dev sebesar 9,206097; nilai Skewness sebesar 9,9521919; dan nilai Kurtosis sebesar 90,01030. Kemudian nilai mean pada X2 sebesar 1,641839; nilai Median sebesar 0,851779; nilai Maximum sebesar 76,95560; nilai Minimum sebesar 0,735025; nilai Std. Dev sebesar 7,809387, nilai Skewness sebesar 9,591631, dan nilai kurtosis sebesar 93,00322. Lalu nilai mean pada X3 sebesar 0,175824; nilai median sebesar 0,197802; nilai maximum sebesar 0,373626; nilai minimum sebesar 0,000000; nilai Std. Dev sebesar 0,094626; nilai skewness sebesar -0,504306; dan nilai kurtosis sebesar 36,71390.

B. Uji pemilihan model

Dalam pengujian regresi data panel menggunakan E-views terdapat tiga macam model yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM), dan *Random Effect Model* (REM). Pemilihan model di uji menggunakan tiga cara yaitu Uji Chow, Uji Hausman, dan Lagrange Multiplier (LM). Dasar dari ketiga model estimasi data panel dipilih berdasarkan keadaan penelitian, dilihat dari jumlah individu bank dan variabel penelitiannya dan terdapat beberapa cara yang dapat dipakai untuk menentukan teknik mana yang paling tepat untuk digunakan. [32]

a. Uji chow

Untuk mengetahui model yang terbaik untuk digunakan, dapat dilakukan dengan menambahkan variabel dummy, sehingga bisa diketahui bahwa interseptnya berbeda dapat diuji dengan uji statistik F (uji chow).[32]. Uji Chow digunakan untuk menguji model mana yang terbaik antara *common effect model* dan *fixed effect model*. Jika nilai probabilitas $> 0,05$ maka model terbaik yang digunakan adalah *common effect model*, sedangkan probabilitas $< 0,05$, maka model terbaik yang digunakan adalah *fixed effect model*. [33].

Tabel 3 Uji Chow

Effects Test	Statistik	d.f.	Prob.
Cross-section F	16.832369	(18,65)	0.0000
Cross-section Chi-square	150.827419	18	0.0000

Hasil dari uji chow menunjukkan nilai prob cross-section chi square sebesar $0,0000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan berdasarkan uji chow model terbaik ialah *fixed effect model* daripada *common effect model*.

b. Uji hausman

Uji hausman dilakukan untuk membandingkan model mana yang terbaik antara *fixed effect model* atau *random effect model*. [32]. Apabila nilai prob $> 0,05$ maka model terbaik yang digunakan adalah *random effect model* sedangkan nilai prob $< 0,05$ maka model terbaik yang digunakan adalah *fixed random effect*. [33].

Tabel 4 Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	2.252322	3	0.5217

Hasil dari uji hausman menunjukkan nilai prob $0,5217 > 0,05$. Sehingga dari uji hausman dapat disimpulkan model terbaik yang digunakan ialah *random effect model* dibandingkan *fixed effect model*.

c. Uji lagrange multiplier (LM)

Menurut Widarjono dalam [32] uji lagrange multiplier dilakukan untuk menguji model terbaik antara *common effect model* dengan *random effect model*. Uji signifikansi *random effect model* dikembangkan oleh Breunch-Pagan dan didasarkan pada nilai residu dari metode *common effect model*. Apabila nilai prob $< \alpha$ maka model terbaik yang digunakan ialah *random effect model*, sedangkan nilai prob $> \alpha$ maka model terbaik yang terpilih ialah *common effect model*. [33]. Namun, jika dalam uji chow dan uji hausman menunjukkan hasil model yang sama maka uji lagrange multiplier tidak perlu dilakukan, sedangkan dalam uji chow dan uji hausman sebelumnya menghasilkan hasil yang berbeda maka uji lagrange multiplier perlu dilakukan untuk memutuskan model mana yang terbaik antara CEM dan REM.

Tabel 5 Uji Legrange Multiplier

	Test Hypothesis		
	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	81.11192 (0.0000)	0.713921 (0.3981)	81.82584 (0.0000)
Honda	0.006216 (0.0000)	-0.844938 (0.8009)	5.770895 (0.0000)
King-Wu	9.006216 (0.0000)	-0.844938 (0.8009)	3.080553 (0.0010)
Standardized Honda	9.764157 (0.0000)	-0.592834 (0.7234)	2.982682 (0.0014)
Standardized King-Wu	9.764157 (0.0000)	-0.592834 (0.7234)	0.640966 (0.2608)
Gourieroux, et al.	--	--	81.11192 (0.0000)

Hasil dari uji lagrange multiplier menunjukkan nilai prob $0,0000 < 0,05$ sehingga dapat ditarik kesimpulan model yang terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random effect model* daripada *common effect model*.

d. Model terpilih

Setelah dilakukan uji chow dengan nilai prob $0,0000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa model terbaik yang terpilih ialah *fixed effect model* daripada *common effect model*, sedangkan uji hausman dengan nilai prob $0,5217 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa model terbaik adalah *random effect model* daripada *fixed effect model* dan uji lagrange multiplier (LM) dengan nilai prob $0,0000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa model terbaik yang terpilih ialah *random effect model*. Sehingga setelah dilakukan ketiga pengujian di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini ialah *random effect model*.

Tabel 6 Model Yang Terpilih

Pengujian Model	Hasil Pengujian Model	Kesimpulan
Uji Chow	$0,0000 < 0,05$	<i>Fixed Effect Model</i>
Uji Hausman	$0,5217 > 0,05$	<i>Random Effect Model</i>
Uji Lagrange Multiplier (LM)	$0,0000 < 0,05$	<i>Random Effect Model</i>

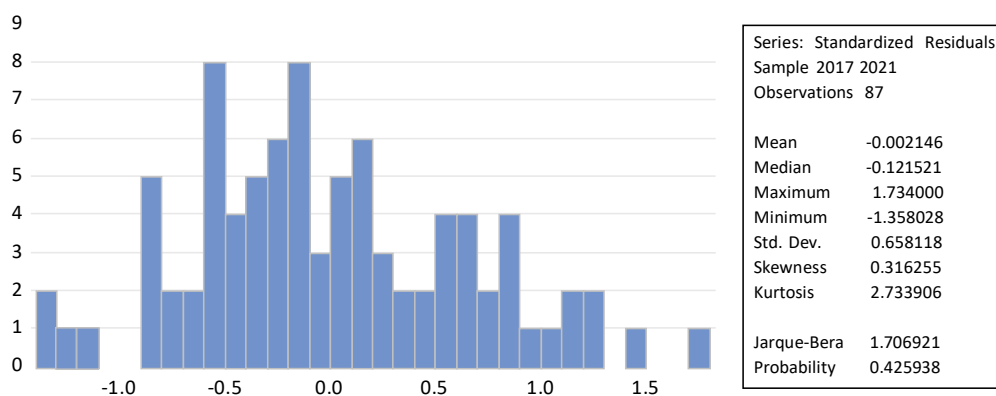
Dari tabel 4 dan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa model terbaik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random effect model*, karena pada uji hausman model yang terpilih adalah REM kemudian diperkuat dengan pengujian langrange multiplier (LM).

C. Uji asumsi klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah dalam persamaan regresi yang digunakan dapat berdistribusi normal atau tidak. Dalam regresi data panel terdapat dua pendekatan yaitu *ordinary least squared* (OLS) dan *generalized least squared* (GLS). *Common effect model* dan *fixed effect model* menggunakan pendekatan OLS sedangkan untuk *random effect model* menggunakan pendekatan GLS. Dalam penelitian ini model yang terpilih ialah *random effect model* sehingga uji asumsi klasik yang perlu dilakukan antara lain uji normalitas dan uji multikolinieritas.[32]

a. Uji normalitas

Pada dasarnya uji normalitas itu merupakan syarat *best linier unbiased estimator*. [32]. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal. Data penelitian dikatakan telah berdistribusi normal apabila nilai probabilitas $> 0,05$ dan apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi dengan normal. [33].



Gambar 2 Uji Normalitas

Dari gambar 1 dapat diketahui jika nilai probabilitas $0,0641317 > 0,05$ dengan nilai Jaurque-Bera sebesar $0,888463$. Sehingga dapat disimpulkan jika data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Regresi data panel tidak sama dengan model regresi berganda. Oleh karena itu, dalam model data panel perlu memenuhi persyaratan tanpa melanggar asumsi dasar. Menurut Chatterjee dan Price, adanya korelasi antar variabel independen menyebabkan interpretasi koefisien regresi menjadi tidak tepat. [32]. Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya suatu korelasi antar variabel independen. Model regresi dikatakan tidak terjadi korelasi apabila nilai setiap variabel independen tidak lebih dari 1. [33]

Tabel 7 Uji Multikolinieritas

	X1	X2	X3
X1	1.000000	0.999977	0.132574
X2	0.999977	1.000000	0.133336
X3	0.132574	0.133336	1.000000

Dalam tabel 4 dapat diketahui bahwa antara X1 dengan X2 dan X3 nilainya tidak lebih dari 1, antara X2 dengan X1 dan X3 juga tidak lebih dari 1, dan antara X3 dengan X1 dan X2 juga tidak lebih dari 1. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak ditemukan korelasi antar variabel independen dikarenakan setiap variabel tidak lebih dari 1.

c. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi saat residual dan nilai prediksi terjadi korelasi atau pola hubungan yang tidak hanya sebatas hubungan yang linier, namun dalam pola yang berbeda dikemungkinan. Untuk mengetahui

terjadi masalah heterostekastisitas dilihat dari nilai probabilitas dari setiap variabel. Apabila nilai prob < 0,05 maka model terdeteksi masalah heteroskedastisitas, sedangkan nilai prob > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.[33].

Tabel 8 Uji Heteroskedastisitas

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	0.138471	0.690855	0.200434	0.8416
X1	0.346383	0.703509	0.492365	0.6238
X2	0.411803	0.829390	0.496513	0.6208
X3	0.233782	0.494864	0.472417	0.6379

Dari hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai prob dari setiap variabel lebih besar dari 0,05 yaitu X1 nilai prob 0,6238 > 0,05. Kemudian pada X2 nilai prob 0,6208 > 0,05 dan pada X3 nilai prob 0,6379 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

D. Persamaan regresi

Tabel 9 uji persamaan regresi

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	1.509589	0.224189	6.733547	0.0000
X1	0.191028	0.042751	4.468366	0.0000
X2	-0.275162	0.114993	-2.392855	0.0196
X3	0.237823	0.068186	3.487832	0.0009

Persamaan regresi data panel adalah metode pemodelan pengaruh variabel predictor terhadap variabel respon dalam dari beberapa sektor yang diamati dari objek penelitian dari beberapa periode waktu tertentu.[32]. Setelah dilakukan uji chow, uji hasuman, dan uji legrange multiplier model yang terpilih adalah *random effect model*. Sehingga persamaan regresi yang dihasilkan ialah $Y = 1,509 + 0,191 X1 - 0,275 X2 + 0,237 X3$. Dari persamaan regresi yang didapat, dapat diketahui dari setiap kenaikan variabel independen maka variabel dependen akan mengalami kenaikan sebesar 1,509. Apabila profitabilitas mengalami kenaikan sebesar 0,191 maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 1,509 dan apabila *leverage* mengalami penurunan sebesar 0,275 maka nilai perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1,509. Kemudian apabila CSR mengalami kenaikan sebesar 0,237 maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 1,509.

E. Uji hipotesis

Menurut Nachrowi dalam [32], uji hipotesis berguna untuk menguji signifikansi koefisien regresi yang di dapat, yang artinya koefisien regresi yang didapatkan secara statistic tidak sama dengan nol, karena jika sama dengan nol mana dikatakan tidak cukup bukti untuk menyatakan variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Penelitian ini terdapat tiga hipotesis yang diantaranya H1 ialah profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, kemudian H2 yaitu *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan H3 yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. uji hipotesis bertujuan untuk menguji apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak.

a. Uji koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dinotasikan dengan R-square adalah ukuran penting dalam suatu regresi, dikarenakan bisa memberikan informasi baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi. Koefisien determinasi juga mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel bebas yang diterangkan oleh variable bebas.[32].

Tabel 10 Uji Koefisien Determinasi

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.860442	Mean dependent var	0.139747
Adjusted R-squared	0.815354	S.D. dependent var	0.729274
S.E. of regression	0.313372	Akaike info criterion	0.731377
Sum squared resid	6.383144	Schwarz criterion	1.354940
Log likelihood	-9.814893	Hannan-Quinn criter.	0.982466
F-statistic	19.08360	Durbin-Watson stat	2.014612

Prob(F-statistic)	0.000000
-------------------	----------

Koefisien determinasi memiliki rentang nilai antara 0-1, di mana semakin mendekati angka 1 maka prediksi yang dibuat semakin akurat. Dalam penelitian ini, nilai R-square sebesar 0,860442. Sehingga dengan nilai sebesar 0,860442 variasi variabel Y atau nilai perusahaan bisa dijelaskan oleh variabel profitabilitas, *leverage*, dan CSR. Disimpulkan bahwa pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan CSR sebesar 86%, sedangkan sisanya 14% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian. Hal demikian dapat terjadi dikarenakan nilai perusahaan hanya dipengaruhi oleh beberapa faktor profitabilitas, *leverage*, dan CSR.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji hipotesis koefisien (slope) regresi secara bersamaan, dengan kata lain digunakan untuk memastikan bahwa model yang dipilih layak atau tidak untuk menginterpretasikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.[32].

Tabel 11 Uji Simultan (F)

Effects Specification			
Cross-section fixed (dummy variables)			
R-squared	0.860442	Mean dependent var	0.139747
Adjusted R-squared	0.815354	S.D. dependent var	0.729274
S.E. of regression	0.313372	Akaike info criterion	0.731377
Sum squared resid	6.383144	Schwarz criterion	1.354940
Log likelihood	-9.814893	Hannan-Quinn criter.	0.982466
F-statistic	19.08360	Durbin-Watson stat	2.014612
Prob(F-statistic)	0.000000		

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah seluruh variabel secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat. Variabel bebas dikatakan tidak berpengaruh apabila F statistic < F tabel dan dikatakan berpengaruh apabila f statistic > F tabel. Kemudian dikatakan signifikan apabila nilai prob < 0,05 dan dikatakan tidak signifikan apabila prob > 0,05. F tabel didapatkan dari $Df_1 = (K-1) = (4-1) = 3$ dan $Df_2 = 2(n-K) = (95-4) = 91$, di mana K adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah sampel. Dari Df1 dan Df 2 menghasilkan F tabel sebesar 2,705. Dari tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai F ststistik 19,084 > T tabel 2,704 dan nilai prob 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu nilai perusahaan.

c. Uji T

Apabila uji F untuk menguji secara bersamaan atau simultan, maka uji T digunakan untuk menguji koefisien secara parsial atau individu yan pengujiannya dilakukan terhadap koefisien regresi populasi.[32].

Tabel 12 uji parsial (T)

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob.
C	1.509589	0.224189	6.733547	0.0000
X1	0.191028	0.042751	4.468366	0.0000
X2	-0.275162	0.114993	-2.392855	0.0196
X3	0.237823	0.068186	3.487832	0.0009

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing dari variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dikatakan tidak berpengaruh apabila perbandingan antara T statistik < T tabel dan dikatakan berpengaruh apabila perbandingan antara T statistik > T tabel. Dikatakan signifikan apabila nilai prob < 0,05 dan dikatakan tidak signifikan apabila nilai prob > 0,05. Nilai T tabel sebesar 1,986 ($Df = (n-k) = 91$). Dari tabel 7 diketahui bahwa Variabel profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai T statistic 4,468 > T tabel 1,986 dengan nilai prob 0,00 < 0,05. Variabel *leverage* berpengaruh signifikan berlawanan terhadap nilai perusahaan dengan nilai T statistic -2,393 < T tabel 1,986 dengan nilai prob 0,0196 < 0,05. Variabel *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai T statistic 3,488 > T tabel 1,986 dengan nila prob 0,0009 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan secara parsial variabel profitabilitas dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel *leverage* berpengaruh signifikan berlawanan terhadap nilai perusahaan.

F. Pembahasan

Tabel 13 Hasil Hipotesis

No	Hipotesis	Hasil	Kesimpulan
1	H1 (profitabilitas)	$4,486 > 1,986$ $0,00 < 0,05$	Diterima
2	H2 (<i>leverage</i>)	$-2,392 < 1,986$ $0,019 < 0,05$	Diterima
3	H3 (CSR)	$3,487 > 1,986$ $0,0009 < 0,05$	Diterima

Berdasarkan pada hasil penelitian yang mengacu pada pengolahan data sesuai dengan judul penelitian, permasalahan dan hipotesis penelitian, maka pada penelitian ini ada beberapa hal yang perlu dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan tabel 14 Hasil menunjukkan bahwa sesuai dengan hasil perhitungan uji T yang dilakukan menggunakan Eviews diatas, profitabilitas (X1) diperoleh nilai T hitung sebesar 4,486 dan T tabel sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi 0,00. Karena nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu $4,486 > 1,986$ dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan searah dalam variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan dan dapat diartikan hipotesis 1 (H1) diterima. Artinya semakin tinggi nilai perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dan hal tersebut dapat menaikkan harga saham, sehingga tingkat pengembalian asset perusahaan ataupun modal yang dimiliki juga tinggi. Penelitian ini didasari oleh *signaling theory*, hal tersebut dikarenakan semakin tinggi profit sebuah perusahaan akan mendapatkan respon yang positif dari investor dan dapat menarik investor untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan, karena mereka beranggapan bahwa perusahaan dapat memberikan keuntungan bagi mereka.[34]. Selain *signaling theory* penelitian ini juga didasari oleh *agency theory*, dikarenakan perusahaan yang memiliki profit tinggi akan di anggap baik oleh stakeholder dan investor, demikian dapat dilihat sejauh mana perusahaan menghasilkan laba dari investasi dan penjualan perusahaan.[35].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [5] yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, mereka juga mengungkapkan jika pertumbuhan profitabilitas perusahaan semakin baik maka prospek perusahaan di masa depan juga semakin baik dan semakin tinggi tingkat pengembalian atas asset perusahaan ataupun modal yang dimiliki maka akan semakin baik pula posisi perusahaan di mata investor. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian [10] yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan demikian profitabilitas berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan. terdapat penelitian yang juga sejalan dengan penelitian ini, mereka menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, peneliti tersebut juga menyatakan jika profitabilitas merupakan cerminan dari nilai perusahaan, di mana semakin tinggi profit perusahaan akan semakin baik pula prospek perusahaan ke depannya. Penelitian [36] menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yang artinya apabila profitabilitas perusahaan meningkat menandakan perusahaan semakin efisien dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan sehingga menghasilkan keuntungan besar untuk membayarkan deviden. Penelitian yang dilakukan oleh [37] dan penelitian yang dilakukan oleh [38] juga menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa dengan profit yang tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya ke perusahaan.

b. Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan tabel 14 hasil menunjukkan bahwa sesuai dengan hasil perhitungan uji T yang dilakukan, *leverage* (X2) diperoleh T hitung sebesar -2,92 dan T tabel sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi sebesar 0,019. Karena nilai T hitung lebih kecil daripada T tabel yaitu $-2,392 < 1,986$ dengan taraf signifikansi $0,019 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan berlawanan dalam variabel *leverage* terhadap nilai perusahaan dan dapat diartikan bahwa H2 (hipotesis 2) ditolak. Artinya besar kecilnya *leverage* atau hutang suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Apabila *leverage* semakin tinggi maka akan mendapatkan respon negative dari investor. Investor akan beranggapan bahwa perusahaan tidak akan memberikan keuntungan atau bahkan perusahaan perusahaan akan mengalami *financial distress* atau kemungkinan perusahaan mengalami kebangkrutan. Investor sebisa mungkin akan menghindari perusahaan yang memiliki hutang tinggi. Penelitian didasari oleh *agency theory*, hal demikian dikarenakan para pemegang saham memberikan wewenang kepada pengelola untuk mengelola perusahaan sesuai dengan kepentingan pemegang

saham. Dengan adanya pemberian wewenang tersebut, pengelola memiliki kekuasaan dan memegang kendali perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Dengan kata lain pemegang saham memberikan wewenang kepada pengelola perusahaan untuk mengelola kinerja keuangan agar *financial distress* dapat terhindari. [39].

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [13] yang menunjukkan terdapat pengaruh signifikan berlawanan arah antara *leverage* terhadap nilai perusahaan, hal tersebut mengindikasikan perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi memiliki risiko tinggi dalam mengembalikan utangnya dan tersebut berpengaruh terhadap terhadap minat investor dalam menginvestasikan dananya di perusahaan tersebut dan hal tersebut yang mempengaruhi minat investor dan dapat menyebabkan nilai perusahaan mendatangi. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [40] yang mengungkapkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan lebih memilih menggunakan modal sendiri yang berasal dari modal ditahan daripada menggunakan utang dalam mendanai asetnya. Selain itu, ada penelitian yang dilakukan [41] yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan berlawanan terhadap nilai perusahaan, di mana semakin tinggi utang perusahaan maka akan semakin rendah nilai perusahaan dan begitupun sebaliknya. Penelitian yang dilakukan oleh [42] juga menunjukkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, artinya tinggi rendahnya utang perusahaan tidak mampu merefleksikan baik tidak nya prospek perusahaan. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh [43] yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan secara negative, hal tersebut dapat menurunkan persepsi harga saham dan dapat menurunkan nilai perusahaan dikarenakan nilai utang yang lebih tinggi dari pada modalnya.

c. Corporate social responsibility (csr) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan tabel 14 hasil menunjukkan bahwa sesuai dengan hasil perhitungan uji T yang dilakukan, *corporate social responsibility* (X3) diperoleh T hitung sebesar 3,487 dan nilai T tabel sebesar 1,986 dengan taraf signifikansi 0,0009. Karena nilai T hitung lebih besar dari nilai T tabel yaitu $3,487 > 1,986$ dengan taraf signifikansi $0,0009 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan searah dalam variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang artinya H3 (hipotesis 3) diterima. Artinya semakin tinggi perusahaan mengungkapkan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Apabila perusahaan semakin sering mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan maka akan menjadi poin tambah bagi investor, hal tersebut terjadi karena investor akan menginvestasikan dananya kepada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Selain itu dengan mengungkapkan CSR juga akan membuat masyarakat beranggapan bahwa perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan saja melainkan juga peduli terhadap lingkungan sekitar dari perusahaan tersebut. Teori yang mendasari dalam penelitian ini adalah *stakeholder theory* yang menyatakan dalam kegiatan operasional perusahaan bukan hanya untuk kepentingan perusahaan saja melainkan harus memberikan manfaat kepada *stakeholder* juga. [10].

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [22] yang mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, demikian pengungkapan CSR dapat para *stakeholder* untuk memperoleh informasi dalam aspek ekonomi, social, atau bahkan lingkungan dan hal tersebut dapat memberikan reaksi yang positif untuk pasar sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian ini juga sesuai dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh [44] yang menyatakan *corporate social responsibility* terdapat pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR memiliki keuntungan dalam meningkatkan nilai perusahaan, hal tersebut terjadi karena investor akan mempertimbangkan untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan dan idealnya CSR harus menjadi bagian yang terintegrasi sebagai investasi perusahaan di masa depan. Ada pula penelitian yang dilakukan oleh [45] yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan meningkatkan CSR dengan baik dan sesuai dengan operasional perusahaan dan perusahaan bias meningkatkan kepedulian serta kesejahteraan perusahaan baik dalam hal ekonomi, social dan lingkungan sehingga mendapat respon positif dari investor. Penelitian yang dilakukan oleh [46] yang menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal demikian memiliki arti bahwa aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan. penelitian yang dilakukan oleh [47] yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. hal tersebut membuktikan bahwa semakin banyak dan sering perusahaan mengungkapkan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa profitabilitas dan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan searah terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *leverage* berpengaruh signifikan berlawanan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat diketahui investor akan menginvestasikan dananya ke

perusahaan yang memiliki profit tinggi dan memiliki tingkat utang yang rendah. Investor juga tertarik terhadap perusahaan yang melakukan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan sosial sekitar perusahaan.

Keterbatasan dalam penelitian ini antara lain sampel yang diambil melalui teknik *purposive sampling* yang berjumlah 19 perusahaan dengan periode lima tahun yakni tahun 2017-2021. Penelitian ini juga tidak menggunakan semua variabel, melainkan hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu profitabilitas, *leverage*, dan *corporate social responsibility* (CSR) serta nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan *software* E-Views 20, menggunakan *software* berikut dikarenakan menggunakan beberapa periode waktu.

Saran untuk penelitian selanjutnya ialah dapat menggunakan variabel-variabel lain seperti *good corporate governance*, kebijakan deviden, ukuran perusahaan, struktur modal kepemilikan institusional, ataupun kepemilikan manajerial. Selain itu penelitian selanjutnya juga dapat memperluas sector yang digunakan misalkan sector transportasi, sector pariwisata, sector property, atau sector asuransi. Sehingga dapat memberikan hasil penelitian yang menggambarkan keadaan pasar yang lengkap dan menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat. Bapak dan Ibu dosen serta keluarga tercinta yang senantiasa memberi dukungan baik materil maupun do'a dan kasih sayang serta teman-teman seperjuangan yang turut memberi semangat dan motivasi yang selalu menyertai penulis.

REFERENSI

- [1] A. Indradinata, I. B. Raka Suardana, G. Sri Darma, dan A. Fredy Maradona, "Faktor Penentu Naik-Turunnya Harga Saham di Bursa Efek Indonesia," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 16, no. 2, hlm. 14, Apr 2019, doi: 10.38043/jmb.v16i2.2038.
- [2] I. Juliani, "Earning Per Share, Price Earning Ratio, Price Book Value, Net Profit Margin," vol. 6, no. 2, 2021.
- [3] E. P. Jaya dan R. Kuswanto, "PENGARUH RETURN ON ASSETS, DEBT TO EQUITY RATIO DAN PRICE TO BOOK VALUE TERHADAP RETURN SAHAM PERUSAHAAN LQ45 TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016 – 2018," *J. Bina Akunt.*, vol. 8, no. 1, hlm. 51–67, Jan 2021, doi: 10.52859/jba.v8i1.136.
- [4] U. R. Pasaribu, N. Nuryartono, dan T. Andati, "PENGARUH FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN," *J. Apl. Bisnis Dan Manaj.*, Sep 2019, doi: 10.17358/jabm.5.3.441.
- [5] S. P. Saridewi, "PENGARUH PROFITABILITAS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN," vol. 8, 2020.
- [6] A. Faisal, R. Samben, dan S. Pattisahusiwa, "Analisis kinerja keuangan," *KINERJA*, vol. 14, no. 1, hlm. 6, Jan 2018, doi: 10.29264/jkin.v14i1.2444.
- [7] Kasmir, *PENGANTAR MANAJEMEN KEUANGAN*, 2 ed. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP. 2016
- [8] C. J. E. Sumual dan R. O. Lestari, "Profitabilitas dan corporate socialresponsibility (csr) terhadap nilai perusahaan," 2021.
- [9] B. A. I. Putra dan S. Sunarto, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi," *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 5, no. 1, hlm. 149, Mar 2021, doi: 10.33087/ekonomis.v5i1.195.
- [10] A. M. Yudha, P. I. P. Sari, dan D. Saputra, "THE EFFECT OF LEVERAGE, LIQUIDITY, AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON COMPANY VALUE WITH PROVITABILITY AS THE MODERATING VARIABLE," vol. 9, no. 2, 2021.
- [11] A. S. Putri dan D. Miftah, "PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL, LEVERAGE, PROFITABILITAS, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN," *Curr. J. Kaji. Akunt. Dan Bisnis Terkini*, vol. 2, no. 2, hlm. 259–277, Jul 2021, doi: 10.31258/jc.2.2.259-277.
- [12] F. N. Suryana, S. Rahayu, dan M. Ak, "THE INFLUENCE OF LEVERAGE, PROFITABILITY, AND FIRM SIZE ON FIRM VALUE". 2018
- [13] D. V. Kolamban, S. Murni, dan D. N. Baramuli, "ANALISIS PENGARUH LEVERAGE, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA INDUSTRI PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI," 2020.
- [14] A. K. Suryati dan A. W. S. Gama, "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI," vol. 17, 2019.
- [15] I. Vicenovie, *CORPORATE SOCIAL RESPNSIBILITY DIPANDANG DARI PERSPEKTIF KOMUNIKASI ORGANISASI*, Pertama. Yogyakarta: EKUILIBRIA, 2016.
- [16] U. N. A. Rukmana, "PREDIKTOR PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN

- PENGARUHNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN,” 2020.
- [17] T. Zulaika dan G. Sihombing, “PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI)”. 2019
- [18] J. Ali, R. Faroji, dan O. Ali, “PENGARUH PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019),” 2021.
- [19] H. Setiorini, F. Ranidiah, D. E. Pertiwi, dan A. B. Permadi, “Analisis Financial Performance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Study pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di BEI 2017-2019),” *EKOMBIS Rev. J. Ilm. Ekon. Dan Bisnis*, vol. 10, no. S1, Mar 2022, doi: 10.37676/ekombis.v10iS1.2022.
- [20] N. Putri dan E. Mulyani, “Pengaruh Rasio Hutang, Profit Margin Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Financial Distress,” *J. Eksplor. Akunt.*, vol. 1, no. 4, hlm. 1968–1983, Des 2019, doi: 10.24036/jea.v1i4.189.
- [21] U. N. A. Rukmana, “PREDIKTOR PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PENGARUHNYA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN,” 2020.
- [22] I. P. A. Rizaldi, N. P. Y. Mendra, dan L. G. Novitasari, “PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI BURSA EFEK INDONESIA,” no. 2, 2019.
- [23] N. K. A. Sukantini dan N. L. G. Novitasari, “PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN YANG DI MODERASI OLEH PROFITABILITAS”. 2021
- [24] Y. H. Puspitasari dan N. F. Asyik, “PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN,” vol. 7, 2018.
- [25] H. F. D. Putri, J. Susyanti, dan M. A. Salim, “PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, STRUKTUR MODAL, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN: PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017),” vol. 08, no. Ejrm Vol.08. No.08 Februari 2019, 2019.
- [26] Sugiyono, *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*. dalam Pertama. Bandung: Alfabeta, 2020.
- [27] N. P. I. Kartika Dewi dan N. Abundanti, “PENGARUH LEVERAGE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MEDIASI,” *E-J. Manaj. Univ. Udayana*, vol. 8, no. 5, hlm. 3028, Mar 2019, doi: 10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p16.
- [28] P. S. Komala, I. D. M. Endiana, dan P. D. Kumalasari, “PENGARUH PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, LIKUIDITAS, KEPUTUSAN INVESTASI DAN KEPUTUSAN PENDANAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN”. 2021
- [29] H. M. Dewi dan W. P. Setiyono, “Pengaruh Profitability, Firm Size, Leverage Dan Tax Avoidance Terhadap Cash Holding Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2014-2018,” vol. 03, no. 04, 2021.
- [30] Rusdin, “CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)DISCLOSURE AND THE IMPLICATIONS OF EARNING RESPONSE COEFFICIENT (ERC),” *J. AdBispreneur*, vol. 01, no. 02, hlm. 153–164, 2016.
- [31] Y. Algiffary, “Pengaruh Tax Planning, Profitabilitas, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Bus. Econ. JBE UPI YPTK*, vol. 5, no. 3, hlm. 27–32, Sep 2020, doi: 10.35134/jbeupiyptk.v5i3.107.
- [32] M. Iqbal, “Regresi Data Panel (2) ‘Tahap Analisis’”. 2020
- [33] I. Hadi dan P. Silviana, *APLIKASI SPSS DAN EVIEWS DALAM ANALISIS DATA PENELITIAN*, Pertama. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021.
- [34] D. A. Sofiatin, “PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, LIKUIDITAS, UKURAN PERUSAHAAN, KEBIJAKAN DEVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur subsektor Industri dan Kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018),” *Prisma Platf. Ris. Mhs. Akunt.*, vol. 01, no. 01, hlm. 47–57, 2020, doi: <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>.
- [35] Y. A. Putra dan L. W. Widati, “Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan di BEI,” *J. Ilm. KOMPUTERISASI Akunt.*, vol. 15, no. 1, hlm. 10, 2022, doi: <http://journal.stekom.ac.id/index.php/kompak>.
- [36] I. N. Fauziah dan B. Sudiyatno, “PENGARUH PROFITABILITAS DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN STRUKTUR MODAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI,” vol. 9, 2020.
- [37] F. Sulistiyo dan I. Yuliana, “Pengaruh Profitabilitas dan Kecukupan Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Islamic Social Report (ISR) sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Bank Umum Syariah Indonesia Tahun 2014-2018),” *J. Manaj. DAN Keuang.*, vol. 8, no. 2, 2019.
- [38] D. Prapanca, “Dampak Kinerja Keuangan dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan,” *CAM J.*, vol. 3, no. 2, hlm. 408–415, Oktober 2019, doi: <https://doi.org/10.35915/cj.v3i2.372>.

- [39] A. Kartika, H. A. Rozak, dan B. D. Bagana, "RASIO KEUANGAN SEBAGAI PREDIKSI FINANCIAL DISTRESS," *Pros. SENDI*. 2020
- [40] N. K. Indrayani dan I. D. M. Endiana, "PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS, KEBIJAKAN DIVIDEN, AKUNTANSI LINGKUNGAN, LEVERAGE DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN," vol. 3, no. 1, 2021.
- [41] A. B. Lamba dan A. D. R. Atahau, "Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan yang Dimediasi Profitabilitas," *Reviu Akunt. Dan Bisnis Indones.*, vol. 6, no. 1, hlm. 16–31, Apr 2022, doi: 10.18196/rabin.v6i1.12698.
- [42] B. A. I. Putra dan S. Sunarto, "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi," *Ekon. J. Econ. Bus.*, vol. 5, no. 1, hlm. 149, Mar 2021, doi: 10.33087/ekonomis.v5i1.195.
- [43] R. Febriani, "PENGARUH LIKUIDITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING," *Prog. J. Pendidik. Akunt. Dan Keuang.*, vol. 3, no. 2, hlm. 216–245, Agu 2020, doi: 10.47080/progress.v3i2.943.
- [44] A. N. Dzikir, Syahnur, dan Tenriwaru, "PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PADA SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2016-2018)," *AJAR*, vol. 03, no. 02, hlm. 219–235, 2020.
- [45] N. L. L. Rahmantari, "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*, vol. 15, no. 1, hlm. 813, Mar 2021, doi: 10.35327/gara.v15i1.179.
- [46] H. Hutapea, "Pengaruh Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan," *J. Appl. Account. Tax.*, vol. 4, no. 1, hlm. 79–86, Mar 2019, doi: 10.30871/jaat.v4i1.913.
- [47] M. P. Susila dan G. D. Prena, "Pengaruh Keputusan Pendanaan, Kebijakan Deviden, Profitabilitas Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Akunt. Kaji. Ilm. Akunt. JAK*, vol. 6, no. 1, hlm. 80, Jan 2019, doi: 10.30656/jak.v6i1.941.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.