**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN
(Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-
2020)**

Fenti Arum Farantika^{1*}, Dwi Ermayanti Susilo²

^{1,2}*STIE PGRI Dewantara Jombang*

^{*}*korespondensi : dwi.stiedw@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2020. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 181 perusahaan dan setelah melalui metode purposive sampling, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menjadi 30 perusahaan selama 4 tahun dengan jumlah 120 sampel. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini Kuantitatif dengan menggunakan teknik mengumpulkan dokumen secara online berupa laporan tahunan yang telah dipublikasikan resmi oleh BEI pada tahun 2017-2020. Teknik Analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji statistic deskriptif, uji asumsi klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, uji t test (parsial) dan uji f test (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : CSR, Profitabilitas, leverage, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of corporate social responsibility, profitability and leverage on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2020. This study uses quantitative research methods. The population in this study amounted to 181 companies and after going through the purposive sampling method, the number of samples used in this study became 30 companies for 4 years with a total of 120 samples. The type of data used in this research is quantitative by using online document collection techniques in the form of annual reports that have been officially published by the IDX in 2017-2020. Data analysis techniques in this study used descriptive statistical tests, classical assumption tests, Multiple Linear Regression Analysis, t test (partial) and f test (simultaneous). The results showed that Corporate Social Responsibility, Profitability, and Leverage had a significant effect on firm value.

Keywords : CSR, Profitability, Leverage, Firm Value

PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap perusahaan memiliki tujuan pada waktu jangka panjang yang harus dicapai yaitu peningkatan nilai perusahaan. Jika kita ingin tahu perusahaan tersebut mengalami

penurunan atau peningkatan nilai perusahaan, maka dapat dilihat dari harga sahamnya, karena para investor menilai perusahaan dari pergerakan harga saham yang ditransaksikan bursa efek untuk perusahaan *go public*. Dalam setiap proses peningkatan nilai perusahaan pasti akan muncul konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham yang biasanya disebut dengan *agency problem*.

Adapun fenomena yang terjadi saat ini banyak perusahaan baru yang mengalami perkembangan, namun seiring dengan perkembangan tersebut ekosistem lingkungan mulai mengalami ketidakstabilan, seperti yang sering terdengar belakangan ini salah satu bukti nyatanya adalah kondisi *global warning*. Pada dasarnya, sekarang ini tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) bukan lagi merupakan pilihan namun lebih dapat dikatakan sebagai sebuah kewajiban yang harus dilakukan perusahaan untuk menjaga keseimbangan alam (Ita, 2017). CSR adalah tanggungjawab yang diberikan oleh perusahaan kepada stakeholder yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan baik di dalam maupun diluar perusahaan. Hal tersebut dilakukan agar perusahaan lebih baik dalam melaksanakan usahanya dan agar tidak menyebabkan dampak buruk pada lingkungan sekitar. Maka dari itu dengan adanya CSR perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dengan *shareholder*, namun perusahaan juga harus bertanggungjawab pada stakeholder. Para *stakeholder* yang dimaksudkan yaitu pemegang saham, karyawan, distributor dan konsumen. Namun pada saat ini CSR yang dilakukan perusahaan tidak lagi bersifat sukarela, melainkan diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 ayat 1 mengenai tanggungjawab sosial dan lingkungan yang bunyinya sebagai berikut : “ Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan ” (UU PT. 2007). Maka dengan adanya peraturan Undang-Undang ini perusahaan harus melaksanakan tanggungjawab sosialnya pada lingkungan sekitar, terutama perusahaan Perseroan Terbatas atau perusahaan yang memiliki kaitannya dengan sumber daya alam.

Adapun faktor lain yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu *Profitabilitas* dan *leverage*. *Teori trade off* menjelaskan bahwa semakin tinggi perusahaan melakukan pendanaan menggunakan hutang maka semakin besar pula risiko mereka untuk mengalami kesulitan keuangan karena membayar bunga tetap yang terlalu besar bagi para *debtholders* setiap tahunnya dengan kondisi laba bersih yang belum pasti (Brigham dan Houston, 2015). Namun dewasa ini, banyak perusahaan yang mengabaikan teori tersebut bahkan memilih untuk memperbesar proporsi hutang sebagai alternatif agar bisa terus berkembang. Besar kecilnya *leverage* yang dihasilkan oleh perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Leverage* sebagai penaksir risiko yang ada pada suatu perusahaan. Maka dalam hal ini leverage yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar juga. Meningkatnya nilai perusahaan dikarenakan penggunaan hutang yang terlalu tinggi, maka dari itu *leverage* harus dikelola dengan baik. Untuk mengukur leverage dapat menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), karena rasio ini digunakan untuk mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan (Novari dan Lestari, 2016).

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Amirya dan Atmini, 2007) dalam Lifessy (2011). *Profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal tertentu (Hanafi, 2008 : 8). Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan

di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan *profitabilitas* perusahaan. *Profitabilitas* diduga mampu mempengaruhi nilai perusahaan. *Profitabilitas* akan menunjukkan perimbangan pendapatan dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada berbagai tingkat operasi, sehingga rasio ini akan mencerminkan efektifitas dan keberhasilan manajemen secara keseluruhan. Jika perusahaan tidak mampu menghasilkan *profitabilitas* yang cukup, maka perusahaan tersebut tidak akan mampu untuk menjaga kelangsungan usahanya. Oleh karena itu, perusahaan harus mencari sumber dana yang berasal dari luar perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya.

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Elsa Puspitasari dan Dwi Ermayanti Susilo, 2019 menyatakan Corporate Social Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Ita Khoerun Nisa, 2017 yang menyatakan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Timbuleng et.al (2015) membuktikan hal yang sama bahwa leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan (Suffah dan Riduwan, 2016; Sari dan Abundanti, 2014).

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan, maka perumusan Masalah dalam penelitian ini 1) Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ? 2) Apakah *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ? 3) Apakah *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 ? 4) Apakah CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?

Tujuan dari penelitian ini 1) Untuk menganalisis CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. 2) Untuk menganalisis *profitabilitas* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. 3) Untuk menganalisis *Leverage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. 4) Untuk menganalisis CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel

Corporate Social Responsibility (X1)

CSR dapat dihitung dengan *Corporate Social Disclosure Index (CSRDI)* hasil *content analysis*, dengan berdasarkan 91 item indikator GRI-G4. Untuk menentukan tingkat pengungkapan informasi sosial dalam laporan tahunan digunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan, dan nilai 0 jika

tidak diungkapkan. Untuk memperoleh keseluruhan nilai untuk perusahaan dapat diperoleh dengan menjumlah semua nilai dari setiap item yang diperoleh. Rumus CSR menurut Pradipta (2015) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Profitabilitas (X2)

Menurut Fahmi (2014) menyatakan bahwa Rasio *profitabilitas* ialah mengukur efektivitas secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin bagus rasio *profitabilitas* maka semakin menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan. *Profitabilitas* dalam penelitian ini dapat menggunakan ROA. Disini ROA digunakan untuk mengukur profitabilitas guna mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba setelah pajak dengan total aktiva yaitu sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}}$$

Leverage (X3)

Rasio *Leverage* ialah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Menurut Sartono (2010) dalam Lais Khafa 2015 menyatakan bahwa ada beberapa rasio finansial dapat dipergunakan untuk mengukur risiko dalam hubungannya dengan perusahaan yang menggunakan leverage dalam struktur modalnya. *Debt Ratio* mengukur seberapa besar aktiva perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Semakin rendah rasio hutang semakin bagus perusahaan tersebut. Karena Sebagian kecil asset perusahaan dibiayai dengan hutang. *Leverage* dalam penelitian ini menggunakan DER. DER menunjukkan hubungan antara total hutang, baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan modal sendiri. Maka rumus yang digunakan dalam rasio ini ialah sebagai berikut :

$$DER = \frac{\text{Utang Lancar} + \text{Utang Jangka Panjang}}{\text{Jumlah Modal Sendiri}}$$

Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan. Menurut Herawaty (2008) dalam Lais Khafa (2015) menyatakan bahwa alternatif yang digunakan dalam menilai nilai perusahaan yaitu dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini ialah konsep yang berharga karena menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini tentang nilai hasil pengambilan dari setiap *dollar investasi inkremental*. Nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan Tobin's Q, yaitu sebagai berikut rumus yang digunakan :

$$Q = \frac{(P)(N)+D}{BNA}$$

Teknik pengumpulan dan Analisis Data

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini 181 ialah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020. Sampel Berdasarkan kriteria *purposive sampling* yang telah ditetapkan maka diperoleh 30 perusahaan selama 4 tahun, dengan jumlah sampel di dalam penelitian ini adalah 120 sampel. Dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa data sekunder yang terdapat dalam laporan tahunan

perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini ialah mengumpulkan dokumen secara online berupa laporan tahunan perusahaan manufaktur yang telah dipublikasikan resmi oleh Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020. Teknik Analisis Data dalam penelitian ini menggunakan Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Statistik deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel tersebut (Ghozali, 2016).

Uji Asumsi Klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi. Uji Normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, dalam penelitian ini menggunakan P-Plot. Uji Multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independent, multikolinieritas dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), model regresi yang bebas multikolinearitas adalah yang mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,10 atau VIF di bawah 10. Apabila *tolerance variance* di bawah 0,10 atau VIF di atas 10, maka terjadi multikolinieritas. Uji Heteroskedastisitas dapat digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan Varian, namun model regresi yang baik ialah tidak terjadi heteroskedastisitas, penelitian ini menggunakan *Scatterplot* untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas. Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji bagaimana pada model regresi linier terjadi kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya), penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson (DW test).

Analisis Regresi Linier Berganda suatu metode statistik ini dapat digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (independen) seperti CSR, *Profitabilitas*, *Leverage* terhadap variabel terikat (dependen) seperti nilai perusahaan. Analisis model regresi pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Pengujian Hipotesis pada penelitian ini menggunakan Koefisien Determinasi (R²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol (0) sampai dengan satu (1), Apabila nilai R *square* semakin mendekati satu, maka variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel – variabel dependen. Sebaliknya semakin kecil nilai R *square*, maka kemampuan variabel – variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas.

Uji T test (Parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing – masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 5%, jika hasil menunjukkan angka di bawah 0,05% maka terdapat pengaruh signifikan. Sebaliknya di atas 0,05% maka tidak terdapat pengaruh signifikan.

Uji F test (Simultan) digunakan untuk membuktikan pengaruh dari variabel independen secara bersama sama memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependen, dengan tingkat signifikansi 5%, jika hasil menunjukkan angka di bawah 0,05% maka terdapat pengaruh signifikan. Sebaliknya di atas 0,05% maka tidak terdapat pengaruh signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Asumsi Klasik. Berdasarkan pengujian uji asumsi klasik yang telah dilakukan bahwa semua data telah lolos dari persyaratan berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Hal ini berarti bahwa penelitian yang dicapai dapat dipertanggungjawabkan. Secara umum *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, *Leverage* dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	120	,22	,65	,3791	,09046
Profitabilitas	120	,00	,92	,0946	,11197
Leverage	120	,10	5,7	,7919	,89613
Nilai Perusahaan	120	,36	23,29	2,6996	3,48471
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Output SPSS 22 (*annual report*, 2021)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dijelaskan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 30 perusahaan, dengan periode pengamatan selama 4 tahun berturut-turut, dengan mengacu pada laporan keuangan perusahaan periode tahun 2017-2020. Sehingga diperoleh data sampel (N) sejumlah 120.

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dijelaskan bahwa, *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel X1 diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,3791 dari kriteria pengungkapan yang telah ditetapkan, pengungkapan *corporate social responsibility* dalam hal ini sama dengan 37,91% atau sekitar 34 item pengungkapan tanggung jawab sosial dari 91 item yang telah distandarkan oleh GRI, dengan standart deviasi sebesar 0,09046. Nilai terkecil (*minimum*) sebesar 0,22 pada Suparma Tbk dan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 0,65 pada Indocement Tungal Prakasa Tbk.

Profitabilitas sebagai variabel X2 diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,0946 yang berarti rata-rata *profitabilitas* pada perusahaan manufaktur adalah sebesar 9,46% perusahaan mampu menghasilkan laba bersih dari total asset yang dimiliki, dengan standart deviasi sebesar 0,11197. Nilai terkecil (*minimum*) sebesar 0,00 pada Semen Baturaja (Persero) Tbk tidak menghasilkan laba bersih dari seluruh asset yang dimiliki dan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 0,92 pada Merck Tbk yang berarti bahwa perusahaan menghasilkan laba bersih hingga 92% dari total asset yang dimiliki.

Leverage sebagai variabel X3 diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,7919 yang berarti rata-rata *leverage* pada perusahaan manufaktur sebesar 79,19% dari modal yang dimiliki, dengan standart deviasi sebesar 0,89613. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 masih menggunakan hutang yang besar dalam kegiatan operasinya. Nilai terkecil (*minimum*) sebesar 0,10 pada Indospring Tbk hanya menggunakan hutang sebesar 10% dan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 5,7 pada Alaska Indostrindo Tbk menggunakan hutang hingga 570% untuk membiayai kegiatan operasinya.

Sedangkan Nilai Perusahaan sebagai variabel Y diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 2,6996 yang artinya rata-rata pasar menghargai nilai saham 269,96% dari per lembar sahamnya

dengan standart deviasi sebesar 3,48471. Dari hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2020 secara umum telah memiliki nilai perusahaan yang cukup tinggi. Nilai terkecil (*minimum*) sebesar 0,36 dan nilai terbesar (*maximum*) sebesar 23,29. Nilai minimum dan maximum menunjukkan nilai perusahaan manufaktur sangat beragam. Sebagian perusahaan memiliki nilai perusahaan rendah yaitu 36% pada Intan Wijaya International Tbk dan Sebagian lainnya memiliki nilai perusahaan yang sangat tinggi hingga 2.329% pada Unilever Indonesia Tbk.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.839	1.088		-1.691	.094		
CSR	6.203	2.750	.161	2.256	.026	.988	1.012
Profitabilitas	17.906	2.233	.575	8.020	.000	.978	1.022
Leverage	.441	.198	.161	2.228	.028	.967	1.034

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 21 (*annual report* diolah, 2021)

Dari tabel diatas, diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = - 1,839 + 6,203 X_1 + 17,906 X_2 + 0,441 X_3$$

- Konstanta ($\alpha = -1,839$) Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila dari X_1 , X_2 , X_3 sama dengan nol, maka tingkat atau besarnya variabel Y dialokasi tersebut sebesar -1,839.
- Koefisien ($\beta_1 = 6,203$) Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel *Corporate Social Responsibility* sebesar satu poin, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 6,203.
- Koefisien ($\beta_2 = 17,906$) Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel Profitabilitas sebesar satu poin, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 17,906.
- Koefisien ($\beta_3 = 0,441$) Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel Leverage sebesar satu poin, maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,441.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.645 ^a	.416	.401	2.69749	1.231

a. Predictors: (Constant), Leverage, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 22 (*annual report* dioalah, 2021)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,416 dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1), *Profitabilitas* (X2), *Leverage* (X3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh sebesar 41,6% terhadap nilai perusahaan. Dan sisanya 58,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Uji T test (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan *t hitung* dengan *t tabel* diketahui derajat kebebasan (df) 116 yang diperoleh dari $n-k-1 = 116$ pada $\alpha = 0,050$ (0,025). Maka diperoleh *t tabel* sebesar 1,981 . Nilai statistik uji t adalah sebagai berikut :

Tabel 4. Hasil Uji t test (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.839	1.088		-1.691	.094		
CSR	6.203	2.750	.161	2.256	.026	.988	1.012
Profitabilitas	17.906	2.233	.575	8.020	.000	.978	1.022
Leverage	.441	.198	.161	2.228	.028	.967	1.034

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 22 (*annual report* diolah, 2021)

Berdasarkan nilai signifikan dan nilai *t hitung* pada tabel diatas maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut :

a) Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (X1) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas nilai *t hitung* yang diperoleh $2,256 > t_{tabel} = 1,981$. Nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,026 < 0,05$. Berdasarkan nilai *t hitung* dan nilai signifikan dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (X1) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

b) Pengaruh *Profitabilitas* (X2) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas nilai *t hitung* yang diperoleh $8,020 > t_{tabel} = 1,981$. Nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan nilai *t hitung* dan nilai signifikan

dapat disimpulkan bahwa *Profitabilitas* (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

c) Pengaruh *Leverage* (X3) terhadap Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan tabel diatas nilai *t hitung* yang diperoleh $2,228 > t_{tabel} = 1,981$. Nilai signifikan yang diperoleh sebesar $0,028 < 0,05$. Berdasarkan nilai *t hitung* dan nilai signifikan dapat disimpulkan bahwa *Leverage* (X3) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y).

Uji F test (Simultan)

Uji F test (Uji Simultan) digunakan untuk membuktikan pengaruh dari variabel independent secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Dengan membandingkan *F hitung* dengan *F tabel* yang diketahui nilainya 117 yang diperoleh dari $(k ; n-k) = 117$ dengan taraf nyata atau signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05). Maka diperoleh *F tabel* sebesar 2,70. Nilai statistik uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Uji F test (Uji Simultan)

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	600.976	3	200.325	27.531	.000 ^a
Residual	844.067	116	7.276		
Total	1445.043	119			

a. Predictors: (Constant), Leverage, CSR, Profitabilitas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Output SPSS 22 (*annual report*, 2021)

Berdasarkan nilai signifikan dan nilai *F hitung* pada tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

Berdasarkan tabel diatas nilai F hitung yang diperoleh 27,531. Karena nilai *F hitung* $27,531 > F_{tabel} 2,70$, maka dalam *uji F* dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dan Berdasarkan tabel diatas nilai signifikan (sig.) sebesar 0,000. Karena nilai sig. $0,000 < 0,05$, maka dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain *Corporate Social Responsibility* (X1), *Profitabilitas* (X2) dan *Leverage* (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Elsa Puspitasari dan Dwi Ermayanti Susilo, 2019 menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Penelitian Dwi Ermayanti

Susilo dan Grahita C.B.T, 2019 yang juga mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ita Khoerun Nisa, 2017 yang menyatakan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta didukung oleh penelitian Akhad Darmawan, Yudistira P, Purnadi, dll, 2020 yang juga menyatakan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan manufaktur.

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut bertolak belakang dengan hipotesis yang diajukan dan tidak sejalan dengan teori trade off theory yang digunakan. Hasil penelitian ini juga berbeda dari penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan (Suffah dan Riduwan, 2016; Sari dan Abundanti, 2014; dan Timbuleng et al, 2015). Hasil penelitian justru sejalan dengan penelitian Pratama dan Wiksuana (2016) yang menemukan pengaruh positif signifikan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi dalam penelitian ini justru dinilai sebagai perusahaan yang memiliki kemampuan mengendalikan resiko keuangan dengan baik. Dengan demikian, pasar akan memberikan penilaian yang tinggi pada perusahaan tersebut yang artinya hubungan positif *leverage* dengan nilai perusahaan lebih merujuk pada teori signaling. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Intan Wulandari dan I Gusti Bagus Wiksuana, 2017 yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Serta didukung oleh penelitian Linawaty dan Agustin Ekadjaja, 2017 menyatakan *Leverage* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil analisis statistik dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Seperti halnya yang dinyatakan oleh Bowman & Haire (1976) dan Preston (1978) dalam Deriyarso (2014) semakin tinggi tingkat *profitabilitas* perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. *Leverage* dapat dikatakan sebagai alat untuk mengukur seberapa besar perusahaan bergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. Tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan.

KESIMPULAN

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi yang mempunyai nilai *t hitung* yang diperoleh $2,256 > t \text{ tabel} = 1,981$. Dengan taraf signifikansi yang diperoleh sebesar $0,026 < 0,05$. Dengan demikian, semakin baik kualitas *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan (*annual report*), maka semakin tinggi nilai perusahaan.
2. *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi yang mempunyai nilai *t hitung* yang diperoleh $8,020 > t \text{ tabel} = 1,981$. Dengan taraf signifikansi yang diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian

profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan devidennya dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio *profitabilitas* yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan.

3. *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi yang mempunyai nilai *t hitung* yang diperoleh $2,228 > t_{tabel} = 1,981$. Dengan taraf signifikansi yang diperoleh sebesar $0,028 < 0,05$. Hasil ini menjelaskan bahwa *leverage* yang tinggi dalam penelitian ini justru dinilai sebagai perusahaan yang memiliki kemampuan mengendalikan resiko keuangan dengan baik. Dengan demikian, pasar akan memberikan penilaian yang tinggi pada perusahaan tersebut yang artinya hubungan positif *leverage* dengan nilai perusahaan lebih merujuk pada teori signaling.

4. *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan hasil perhitungan regresi yang mempunyai nilai *F hitung* $27,531 > F_{tabel} 2,70$. Dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada saat *profitabilitas* perusahaan meningkat, Sedangkan dalam penelitian ini perusahaan yang mempunyai tingkat *leverage* tinggi dianggap sebagai sinyal baik sehingga nilai perusahaan pun menjadi tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, Eugene dan Houston, J.F. 2015. *Fundamentals of Financial Management* (terjemahan). Jakarta: Salemba Empat.
- Dwi Ermayanti 2018. *Kinerja Keuangan sebagai pemediasi Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan*. Skripsi Universitas Merdeka Malang.
- Dwi Ermayanti Susilo, Grahita Chandrarin, Boge Triatmanto 2019. *The Importance of Corporate Social Responsibility and Financial Performance for the Value of Banking Companies in Indonesia*. *International Journal of Economics and Business Administration*. Volume XXI, Issue 2.
- Elsa Puspitasari, Dwi Ermayanti Susilo 2019. *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai variabel*

- moderasi (studi empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI periode tahun 2011-2018. Seminar Nasional Ekonomi & Bisnis Dewantara.
- Fahmi, Irham. 2012. Analisis Laporan Keuangan: Cetakan ke – 2. Bandung: Alfabeta
- Fahmi, Irham. 2014. Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ghozali, Imam 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Ita Khoerun Nisa 2017. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari Tahun 2012-2015). Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Kasmir 2014. Analisis Laporan Keuangan. (Edisi Satu, Cetakan Ketujuh). Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- L. Khafa and H. Laksitoo 2015. Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Keputusan Investasi pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Diponegoro : Journal of Accuounting.
- Pradipta, Dyah Hayu dan Supriyadi. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, Leverage, dan Komisaris Independen Terhadap Praktik Penghindaran Pajak. Simposium Nasional Akuntansi XVIII, Medan
- Sugiyono, 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Jakarta.
- Novari, P.M., & Lestari, P.V (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Properti dan Real Estate. E-Jurnal Manajemen Unud.
- Vo, H. D. dan Nguyen, T.-Y. 2014. Managerial Ownership, Leverage and Dividend Policies. Empirical Evidence From Vietnam's Listed Firms. International Journal Of Economics and Finance.

www.idx.co.id

<https://www.sahamok.net/emiten/sektor-bei/>