



Analisis Pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverage* Periode 2018-2022

Ni Luh Ayu Febrianti^{1*}, Dian Nirmala Dewi², Evi Yuniarti³

¹²³ Ekonomi dan Bisnis, Akuntansi Bisnis Digital, Politeknik Negeri Lampung, Indonesia
niluhayu298@gmail.com^{1*}

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.10, Rajabasa Raya, Kec. Rajabasa, Kota Bandar Lampung, Lampung 35141

Korespondensi penulis: niluhayu298@gmail.com

Abstract. *The aim of this research is to examine the effect of Profitability projected by Return On Assets (ROA), Return On Equity (ROE) and Corporate Social Responsibility (CSR) on Company Value in the food and beverage subsector for the 2018-2022 period. The statistical population for this research is all food and beverage subsector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022. The purposive sampling method was used to select samples and 27 companies were selected as research samples. The data analysis used is descriptive analysis followed by classic hypothesis testing including normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and autocorrelation test. The results of this research show that profitability projected by ROA, ROE and CSR can simultaneously (simultaneously) influence company value. The partial research results show: (1) ROA has an effect on company value with a significance level of $0.031 < 0.05$ (2) ROE has no effect on company value, this is shown with a significance level of $0.060 > 0.05$ (3) CSR as measured by CSRDI influence on company value with a significance level of $0.048 < 0.05$.*

Keywords: *Profitability, Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Corporate Social Responsibility (CSR), Company Value.*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh Profitabilitas yang diproyeksikan oleh *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap Nilai Perusahaan pada subsektor food and beverage periode 2018-2022. Populasi statistik penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Metode *purposive sampling* digunakan untuk memilih sampel dan 27 perusahaan terpilih sebagai sampel penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif yang dilanjutkan dengan uji hipotesis klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Profitabilitas yang diproyeksikan oleh ROA, ROE dan CSR dapat secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian parsialnya menunjukkan: (1) ROA berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,031 < 0,05$ (2) ROE tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi $0,060 > 0,05$ (3) CSR yang diukur dengan CSRDI berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan tingkat signifikansi $0,048 < 0,05$.

Kata kunci: *PReturn on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Corporate Social Responsibility (CSR), Nilai Perusahaan.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin pesat ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang mulai berkembang. Artinya berdampak signifikan terhadap lingkungan bisnis di Indonesia. Situasi ini meningkatkan persaingan antar perusahaan. Agar perusahaan dapat bertahan, salah satu tindakan yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan hasil yang baik dan keyakinan perusahaan terhadap prospek masa depannya (Pambudi dan Ahmed, 2022). Nilai

perusahaan merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan, terutama bagi pemegang saham dan calon investor. Karena nilai perusahaan mencerminkan kekayaan bersih perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kekayaan pemegang sahamnya. Nilai perusahaan juga dapat digunakan sebagai indikator kinerja perusahaan secara keseluruhan, karena peningkatan nilai perusahaan dari waktu ke waktu menunjukkan kinerja yang baik. Dan nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan keadaan saat ini, namun juga ekspektasi investor terhadap prospek perusahaan di masa depan.

Kinerja keuangan suatu perusahaan merupakan faktor penting yang menunjukkan apakah perusahaan tersebut tumbuh atau menurun. Rasio keuangan dapat digunakan untuk mengetahui seberapa sukses manajemen perusahaan dalam mengelola aset dan modal untuk meningkatkan nilai pemegang saham. Salah satu indikator yang digunakan investor adalah rasio pendapatan. Alasan mengapa rasio profitabilitas digunakan untuk mempengaruhi nilai suatu perusahaan dalam penelitian adalah karena rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin menguntungkan suatu perusahaan, semakin menarik bagi investor. Apabila permintaan saham perusahaan dari investor meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat. Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE).

Return on Asset (ROA) merupakan salah satu jenis rasio keuangan yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari seluruh aset yang dimilikinya. Penelitian Alfika dan Azizah (2020) menunjukkan bahwa *return on assets* (ROA) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengelola asetnya dengan baik sehingga perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang banyak. *Return on Equity* (ROE) merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang tersedia. Dalam suatu penelitian oleh Shenorti dkk. (2022), terbukti bahwa *return on equity* (ROE) mempunyai dampak negatif terhadap nilai perusahaan, artinya pengelolaan perusahaan tidak dapat menciptakan nilai berkelanjutan bagi pemilik perusahaan pada kegiatan tersebut.

Banyak penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh banyak faktor, antara lain *return on assets* (ROA) dan *return on equity* (ROE). Selain kedua kegiatan ekonomi tersebut, ada faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Perusahaan ini tidak mempertimbangkan aspek keuangan dalam menjalankan usahanya. Perusahaan juga harus menyadari dan bertanggung jawab atas dampak operasinya terhadap masyarakat dan lingkungan. Kinerja CSR dapat diukur melalui laporan kegiatan, dengan menggunakan metode analisis konten, yaitu metode penilaian

pengungkapan sosial dalam laporan tahunan dengan mengamati ada tidaknya informasi dalam laporan keuangan. Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada Nilai Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food & Beverage* Periode 2018-2022.”

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Menurut Sohatru Idi (2009), pemangku kepentingan adalah kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi pencapaian tujuan perusahaan atau kelompok yang mempengaruhi aktivitas perusahaan untuk mencapai tujuannya. Konsep pemangku kepentingan merupakan konsep yang menjelaskan pihak mana saja dalam suatu perusahaan yang bertanggung jawab. Salah satu strategi untuk menjaga hubungan dengan pemangku kepentingan perusahaan adalah dengan melaksanakan CSR. Dengan melaksanakan CSR, perusahaan berharap dapat mempertimbangkan kebutuhan para pemangku kepentingannya sehingga tercipta hubungan yang positif antara perusahaan dan para pemangku kepentingannya..

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori *signaling* yang dikembangkan oleh Ros pada tahun 1997 mengemukakan bahwa manajer perusahaan sebaiknya memberikan informasi yang lebih baik tentang perusahaannya agar terdorong untuk mengungkapkan informasi kepada calon investor guna meningkatkan harga saham perusahaan. Konsep benchmarking menjelaskan bahwa suatu perusahaan harus memberikan informasi atau memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dinamika ini mungkin disebabkan oleh kurangnya komunikasi antara pihak internal dan eksternal. Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan tentang tindakan manajer untuk memenuhi kebutuhan pemilik..

Pengukuran Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan diukur dengan menggunakan indikator keuangan. Angka-angka tersebut dapat digunakan untuk membandingkan dan menguji hubungan antara berbagai laporan keuangan. Kinerja keuangan dapat diukur dengan menggunakan laporan keuangan sebagai dasar pengukuran kinerja. Kinerja keuangan diukur berdasarkan laporan keuangan (Sujarweni, 2007). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber daya perusahaan seperti aset, modal atau penjualan

perusahaan (Sari et al., 2021). Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan rasio profitabilitas yaitu return on assets (ROA) dan return on equity (ROE) sebagai alat ukurnya..

Return on Asset (ROA)

ROA adalah rasio yang mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada dari seluruh dana perusahaan, baik modal sendiri maupun modal pinjaman. Semakin tinggi rasio, maka semakin baik suatu perusahaan. Sebaliknya semakin kecil rasio, maka semakin kurang baik suatu perusahaan. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Kasmir, 2017). Kinerja keuangan rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rumus *Return on Asset (ROA)*:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

Return on Equity (ROE)

Return on equity (ROE) digunakan untuk mengukur laba atas investasi suatu perusahaan, atau kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan ekuitas perusahaan. Semakin tinggi *return on equity*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan menggunakan ekuitasnya untuk menghasilkan keuntungan atau pendapatan. *Return on equity (ROE)* merupakan salah satu alat yang digunakan investor untuk mengambil keputusan investasi. *Return on equity* mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal yang dimilikinya (Shenuarti et al., 2022). Kinerja keuangan rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rumus *Return on Equity (ROE)*:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan suatu konsep yang mengarahkan suatu perusahaan untuk memberikan tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, investor dan lingkungan hidup, dari sudut pandang sosial-ekonomi dan lingkungan hidup, serta tanggung jawab atas dampak yang timbul dari kegiatan perusahaan bagi seluruh pihak pemangku kepentingan dan lingkungannya (Hambali dan Hodi, 2019). Di Indonesia juga, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) diatur oleh peraturan dalam

Undang-Undang Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan tentang kewajiban tanggung jawab sosial perusahaan saham gabungan (PT).

Menurut Harahop dan Septiani (2019), CSR dapat disajikan dengan menggunakan Global Reporting Initiative (GRI G4). Indikator GRI G4 mencakup bidang ekonomi, lingkungan hidup, ketenagakerjaan, hak asasi manusia, masyarakat, tanggung jawab sosial dan keuntungan serta mencakup 91 indikator untuk mengevaluasi perusahaan. Pada dasarnya CSRI dapat dihitung sebagai indeks biner, yaitu setiap item CSR dalam instrumen survei bernilai 0 jika tidak ada informasi dan 1 jika ada bukti. Berikut rumus metode yang digunakan untuk mengukur nilai dari *Corporate Social Responsibility* untuk mendapatkan skor total untuk setiap perusahaan :

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai nilai pasar yang diukur dengan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku masing-masing saham (Brigham dan Gapenski, 2006). Nilai perusahaan bisa sangat bermanfaat bagi kesejahteraan pemegang saham ketika harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham maka semakin besar kekayaan pemegang sahamnya.

Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh *Return on Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan suatu perusahaan menunjukkan bagaimana cara menganalisis keadaan keuangan dan karakteristik perusahaan, sehingga dapat diketahui bahwa posisi keuangan mencerminkan kinerja perusahaan dalam suatu periode waktu tertentu. Semakin tinggi kinerja keuangan maka nilai perusahaan akan semakin tinggi, dan sebaliknya jika kinerja keuangan menurun maka nilai perusahaan akan semakin rendah. Pengembalian aset (ROA) adalah salah satu metrik keuangan. ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang digunakan atau diinvestasikan dalam jangka waktu tertentu. Menurut Nafiseh dkk. (2020), *return on assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada suatu sektor. Berdasarkan penjelasan di atas dan hasil penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Return on Asset* (ROA) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

b. Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Return on equity (ROE) merupakan rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan berdasarkan penjualan, aset, dan ekuitas. *Return on equity* menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari modal yang dimilikinya, sehingga tingkat pengembalian investasi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola modalnya untuk menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi *return on equity*, maka semakin baik pula penggunaan ekuitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fera dan Pranita (2019), *return on equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan sebesar 0,031. Berdasarkan penjelasan di atas dan hasil penelitian sebelumnya, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

c. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Supadi & Sudana, (2018) *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen dalam melakukan keputusan, beroperasi secara legal dan ikut serta dalam meningkatkan ekonomi dengan peningkatan kualitas hidup keluarga serta karyawannya. *Corporate Social Responsibility* memuat pengertian yang luas yang berasal dari sekedar menyisakan dana bagi kegiatan-kegiatan sosial. *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Penelitian yang dilakukan oleh Soniami *et al.*, (2021) menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Susilaningrum, (2016) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat meningkatkan kinerja pasar. Kinerja pasar memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu maka disimpulkan hipotesisnya yang akan digunakan adalah:

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

d. Pengaruh Profitabilitas (ROA, ROE) dan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu kinerja keuangan profitabilitas yang diprosikan melalui ROA, ROE, dan Tanggung jawab sosial perusahaan. Dilihat dari profitabilitas, apabila suatu perusahaan dapat memaksimalkan labanya, maka diharapkan nilai perusahaan dapat meningkat. Di sisi lain, *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi sesuatu yang penting dan wajib dilaporkan oleh perusahaan. CSR menjadi bentuk

pertanggungjawaban perusahaan terhadap sosial dan lingkungan serta sebagai salah satu hal yang menjadi pertimbangan investor saat akan melakukan keputusan investasi (Hambali dan Hodi, 2019). Dengan begitu profitabilitas dan CSR dapat bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H4: Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan subsektor food and beverage periode 2018-2022, yang diperoleh dari website IDX (www.idx.co.id.) dan website resmi perusahaan. Proses pendataan setiap perusahaan didasarkan pada laporan keuangan tahunan perusahaan subsektor food and beverage periode 2018-2022. Populasi statistik penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur subsektor food and beverage pada tahun 2018-2022 yang berjumlah 84 perusahaan. Metode *purposive sampling* digunakan dalam penelitian ini. *Purposive sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Hartono, 2013). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 27 perusahaan sehingga menghasilkan 135 sampel data. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Variabel Dependen

Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat menyediakan aset yang dapat diukur dengan price to book value (PBV). Rasio harga terhadap buku (PBV) adalah rasio harga saham terhadap nilai buku yang digunakan pasar keuangan untuk mengukur nilai perusahaan. Semakin tinggi price-to-book (PBV), maka semakin besar kemampuan perusahaan untuk tumbuh dan nilai perusahaan. Metode price-to-book (PBV) adalah:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham (BV)}}$$

$$BV = \frac{\text{Nilai Ekuitas}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

Variabel Independen

a. Return On Asset (ROA)

Return on Assets (ROA) merupakan rasio yang mengukur tingkat pengembalian suatu perusahaan atas seluruh aset yang dimilikinya. Angka kunci ini menunjukkan kekuatan sumber daya yang digunakan dalam perusahaan. Indeks ini diukur dengan rumus berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total aset}} \times 100\%$$

b. *Return on Equity (X2)*

Return on equity (ROE) adalah rasio antara laba bersih dengan total modal. Semakin tinggi *return on equity*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan menggunakan ekuitas tersebut untuk menghasilkan keuntungan atau pendapatan. Indeks ini diukur dengan rumus berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

c. *Corporate Social Responsibility (X3)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat dalam rangka menjalankan usaha yang peka terhadap aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi guna menciptakan lingkungan yang positif. Untuk mengukur tanggung jawab sosial perusahaan digunakan indeks sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi. Metode dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data dimana data-data perusahaan dikumpulkan dalam bentuk laporan keuangan tahunan (*annual report*). Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan dari perusahaan pengolahan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode penelitian 2018-2022.

Metode Pengolahan dan Analisis Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, dimana hipotesis asumsi klasik diuji terlebih dahulu. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji statistik dan regresi linier berganda dengan menggunakan *Statistical Package for Social Sciences (SPSS)*. Data sekunder yang terkumpul akan diolah dengan menggunakan analisis statistik deskriptif, uji hipotesis klasik, uji hipotesis menggunakan analisis regresi, uji f dan uji t..

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengukur pengaruh antara *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada nilai perusahaan. Objek yang digunakan pada penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di BEI yang menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan periode 2018-2022.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	130	-3,96	4,87	,5396	1,05692
ROE	130	-3,91	4,74	,7182	1,05509
CSR	130	-1,62	,65	-,4955	,37130
Nilai Perusahaan	130	-,62	1,89	,2233	,32989

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil analisis statistik deskriptif adalah nilai standar deviasi ROA sebesar 1.05692, nilai mean sebesar 0.5396, nilai minimum -3.96, nilai maksimum sebesar 4.87. ROE sebesar 1.05509, dengan nilai mean sebesar 0.7182, nilai minimum sebesar -3.91 dan nilai maksimum sebesar 4.74. CSR sebesar 0,37130, dengan nilai mean sebesar -0,4955, nilai minimum sebesar -1,62 dan nilai maksimum sebesar 0,65. Nilai perusahaan mempunyai nilai standar deviasi sebesar 0,32989, nilai mean sebesar 0,2233, nilai minimum sebesar -0,62 dan nilai maksimum sebesar 1,89.

Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Tabel 2. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,30510654
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,058
	Negative	-,052
Test Statistic		,058
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi asimtotik pada uji Kolmogorov-Smirnov untuk model regresi adalah 0,200 (nilai asimtotik > 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data pada model regresi Indonesia sesuai dengan asumsi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

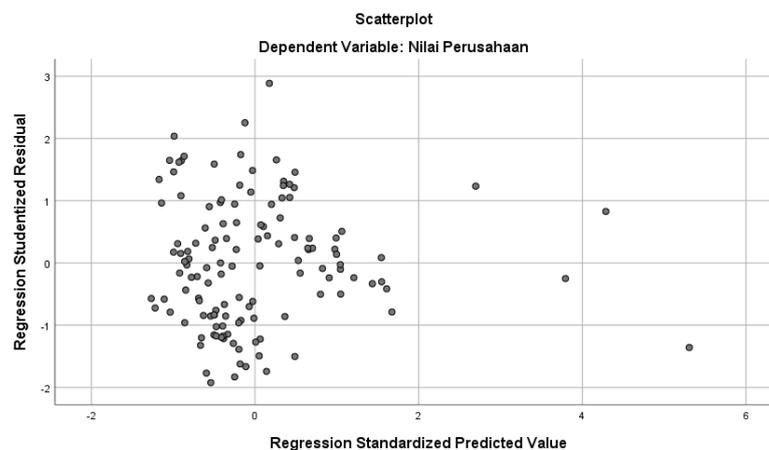
Tabel 3. Coefficients

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
ROA	0,202	4,949
ROE	0,198	5,054
CSR	0,917	1,091

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang mempunyai nilai 10.

c. Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Dari gambar di atas terlihat titik-titik tersebar secara acak, tidak membentuk pola yang jelas, serta menyebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y, yang menunjukkan bahwa migrasinya tidak seragam. Ada perbedaan di dalamnya.

d. Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,484 ^a	,235	,216	,24396	1,862

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Nilai DW yang diperoleh adalah 1,862, dengan jumlah sampel $N = 130$ dan sejumlah variabel bebas $K = 3$, sehingga memberikan angka du yang sesuai dengan 1,7610 pada tabel Durbin-Watson dan $4-du = 2,239$. Angka-angka pada rumus yang dimasukkan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi yaitu: $DU < DW < 4 - DU$ yaitu $1,761 < 1,862 < 2,239$. Dari contoh tersebut terlihat jelas bahwa $DU < DW$ berarti hipotesis diterima atau tidak adanya autokorelasi.

Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Regresi Berganda

Tabel 5. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,120	0,068		1,760	0,081
	ROA	0,018	0,008	0,344	2,185	0,031
	ROE	0,007	0,004	0,303	1,901	0,060
	CSR	-0,474	0,237	-0,148	-1,997	0,048

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

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

$$Y = 0,120 + 0,018 X_1 + 0,007 X_2 - 0,474 X_3 + e$$

Persamaan model regresi dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Konstanta (α) = 0,120

Nilai konstanta ini menunjukkan jika semua variabel independen (ROA, ROE, dan CSR) bernilai nol, maka nilai rata-rata variabel dependen adalah sebesar 0,120. Nilai konstanta ini mewakili nilai dasar variabel dependen ketika tidak ada pengaruh dari variabel independen.

- 2) Koefisien *Return on Asset* (β_1) = 0,018

Koefisien ROA menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan ROA akan meningkatkan nilai pada variabel dependen sebesar 0,018, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hubungan variabel ini positif, artinya peningkatan ROA cenderung meningkatkan nilai pada variabel dependen.

- 3) Koefisien *Return on Equity* (β_2) = 0,007

Koefisien ROE mengindikasikan bahwa setiap kenaikan 1 satuan ROE akan meningkatkan nilai pada variabel dependen sebesar 0,007, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Hubungan variabel ini juga positif, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan variabel ROA.

4) Koefisien *Corporate Social Responsibility* (β_3) = -0,474

Nilai negatif ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan CSR akan menurunkan nilai pada variabel dependen sebesar 0,474, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hubungan variabel ini negatif, artinya peningkatan CSR cenderung menurunkan nilai pada variabel dependen.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Tabel 6. Coefficients

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,965	3	2,322	24,361	,000^b
	Residual	12,009	126	,095		
	Total	18,974	129			

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Diketahui bahwa angka signifikannya 0,000. Maka dapat disimpulkan bahwa angka signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Yang artinya semua variabel ROA, ROE dan CSR secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

c. Hasil Uji t (Parsial)

Tabel 7. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,120	0,068		1,760	0,081
	ROA	0,018	0,008	0,344	2,185	0,031
	ROE	0,007	0,004	0,303	1,901	0,060
	CSR	-0,474	0,237	-0,148	-1,997	0,048

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

d. Berdasarkan uji statistik parsial, hasil uji statistik menunjukkan nilai signifikan ROA 0,031 < 0,05. Dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti variabel *return on assets* (ROA) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

e. Berdasarkan uji statistik parsial, hasil uji statistik menunjukkan nilai signifikansi ROE 0,060 > 0,05. Dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti variabel *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

- f. Berdasarkan uji statistik parsial, hasil uji statistik menunjukkan signifikansi CSR 0,048 < 0,05. Dapat disimpulkan H3 diterima yang berarti tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

5. PEMBAHASAN

Pengaruh *Return on Asset* (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah *Return on Asset* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan adanya hubungan antara harga dengan nilai buku serta koefisien diskonto sebesar 0,018 dengan nilai t hitung sebesar 2,185 pada tingkat signifikansi $0,031 < 0,05$. Karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *return on assets* (ROA) mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya **H1 diterima**. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Olupi (2007), Alfika dan Azizah (2020) dan Nafiseh et al. (2020) menemukan dalam penelitiannya bahwa *return on assets* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan ditentukan oleh kekuatan pendapatan dari aset perusahaan. Hasil positif menunjukkan bahwa semakin tinggi earnings power maka distribusinya semakin baik dan margin keuntungan yang dimiliki perusahaan juga semakin tinggi. Hal ini mempengaruhi nilai perusahaan, dalam hal ini return saham satu tahun ke depan.

Pengaruh *Return on Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan koefisien regresi sebesar 0,007 dan nilai t sebesar 1,901 dengan tingkat signifikansi $0,05 > 0,060$. Karena nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya **H2 ditolak**. *Return on equity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan dengan hutang yang tinggi juga dapat mempunyai biaya ekuitas yang tinggi karena adanya leverage. Namun hal ini meningkatkan risiko kebangkrutan dan membuat investor enggan memilih perusahaan dengan valuasi tinggi, meskipun memiliki *return on equity* yang bagus (Kalamban, 2020). Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian Manoppo dan Arie (2016), Nafisah et al. (2020) dan Kolamban (2020) menemukan dalam penelitiannya bahwa *return on equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan rasio harga terhadap nilai buku dan koefisien regresi sebesar -0,474 serta nilai t hitung sebesar -1,997 pada taraf signifikansi $0,048 < 0,05$. Karena nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sehingga **H3 dapat diterima**. CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun mempunyai hubungan negatif. Hal ini mungkin terjadi karena investor percaya bahwa pengeluaran perusahaan untuk CSR buruk, dan mereka melihatnya sebagai biaya yang mengurangi keuntungan jangka pendek, sehingga dapat mengurangi nilai pemegang saham dalam beberapa model regresi tertentu. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil Pramana dan Mostanda (2016) serta Barnia dan Rubin (2005) yang menemukan bahwa CSR merupakan sumber konflik antar pemegang saham.

Pengaruh Profitabilitas (ROA, ROE) dan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas yang diprosikan melalui ROA, ROE dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dilihat dari hasil yang diperoleh nilai F hitung sebesar 24,362 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang dimana angka tersebut lebih kecil dari 0,05. Sehingga **H4 diterima**. Artinya model dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh Profitabilitas dan CSR terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini serupa dengan hasil Srihayati (2015) serta Barnia dan Sri Murni, *et.al.*, (2016) yang menemukan bahwa profitabilitas dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Return on Asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022, dengan nilai signifikansi sebesar 0,031.
- b. *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022, dengan nilai signifikansi sebesar 0,060.

- c. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022, dengan nilai signifikansi sebesar 0,048.
- d. Profitabilitas yang diproksikan melalui ROA, ROE dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022.

Saran

- a. Bagi investor dan calon investor yang ingin menanamkan sahamnya pada suatu perusahaan, ada baiknya untuk melihat terlebih dahulu seperti apa kondisi perusahaan yang akan pilih. Dari laporan keuangan, investor memperoleh informasi mengenai perkembangan nilai perusahaan setiap tahunnya, sehingga investor dapat menanamkan modalnya pada perusahaan yang tepat.
- b. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengganti atau menambahkan variabel kinerja keuangan atau ukuran keuangan lainnya, menambah jumlah sampel, mengubah tahun survei, menambahkan variabel tertentu, dan mengganti contoh perusahaan dengan contoh pendanaan lain untuk peneliti masa depan baik Sektor yang memiliki banyak perusahaan untuk melengkapi atau memperkaya literatur.

DAFTAR REFERENSI

- Brigham, E. F., & Joel, F. H. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. (Edisi 15). Salemba Empat.
- Chariri, A., & Ghozali, I. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, T. I. P., & Septiani, A. (2019). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Tahun 2013,2015 dan 2017). *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol.8(No.3), p1-11.
- Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Ludfi, R., & Firdaus, I. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 7(1), 39–47. <https://doi.org/10.30741/wiga.v7i1.332>
- Pramana, I Gusti Ngurah Agung Dwi, I Ketut Mustanda (2016), Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No. 1, 561-594.