



PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE, NILAI SAHAM DAN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI

Ahmad Sumarlan¹, Nabila Farah Fauziah²

Universitas Muhammadiyah Bengkulu^{1,2}

ahmadsumarlan@umb.ac.id, nabilaafara638@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Diterima : 12/12/2024
Direvisi : 25/12/2024
Disetujui : 28/12/2024

Keywords:

Company Value, CSR Disclosure, Share Value, Profit

Kata Kunci:

Nilai Perusahaan, CSR Disclosure, Nilai Saham, Laba

ABSSTRAK :

The aim of this research is to determine the effect of corporate social responsibility disclosure, share value and profits on share value in food and beverage sub-sector manufacturing companies from 2019 to 2022. The population of this study has 72 companies. The sample for this research was selected using a purposive sampling technique, totaling 32 companies with an observation period of 4 years, so the number of observation samples in the research was 128. The type of research used was quantitative research. The independent variables are corporate social responsibility disclosure which is measured by CSR disclosure index, share value which is measured by closing price and profit which is measured by ROE. The dependent variable is company value which is measured using PBV. Data collection techniques use documentation techniques. The data sources used are secondary data obtained from annual reports and company sustainability reports available at www.idx.co.id and the official websites of each company. IBM statistics 22 software is used for data processing, namely analyzing data, carrying out statistical calculations both parametric and non-parametric. The results of the research show that corporate social responsibility disclosure has no and insignificant influence on company value in food and beverage sub-sector manufacturing companies in 2019-2022, share value has a positive and significant effect on company value in food and beverage sub-sector manufacturing companies in 2019-2022, profits have a positive and significant effect on food and beverage sub-sector manufacturing companies in 2019-2022.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility disclosure*, nilai Saham dan laba terhadap nilai saham pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman tahun 2019 hingga 2022. Populasi penelitian ini memiliki 72 perusahaan. Sampel penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, berjumlah 32 perusahaan dengan periode pengamatan 4 tahun, sehingga jumlah sampel observasi dalam penelitian sebanyak 128. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Variabel independennya adalah *corporate social responsibility disclosure* yang diukur dengan pengungkapan *CSR indeks*, nilai saham yang diukur dengan *closing price* dan laba yang diukur dengan *ROE*. Variabel dependen adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan *PBV*. Teknik pengumpulan data menggunakan



teknik dokumentasi. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan yang tersedia di www.idx.co.id dan website resmi masing-masing perusahaan. *Software IBM statistics 22* digunakan untuk pengolahan data yaitu menganalisis data, melakukan perhitungan statistik baik secara parametrik dan non parametrik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman tahun 2019-2022, nilai saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman tahun 2019-2022, laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap perusahaan manufaktur sub sector makanan dan minuman tahun 2019-2022.

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah kondisi yang dicapai perusahaan yang mencerminkan sejauh mana perusahaan tersebut dapat menghasilkan kinerja perusahaan yang baik yang dapat dilihat melalui dua konsep yaitu nilai perusahaan finansial dan nilai perusahaan non finansial, kedua konsep tersebut sangat penting untuk menilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi biasanya mencerminkan Kesehatan finansial yang baik, pertumbuhan yang berkelanjutan dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan jangka panjang. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual di saat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai asset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan dapat dicapai dengan maksimum jika para pemegang saham menyerahkan urusan pengelolaan perusahaan kepada orang-orang yang berkompeten dalam bidangnya, seperti manajer maupun komisaris. Rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat, yang mana sebuah perusahaan tidak hanya organisasi yang berorientasi pada profit saja melainkan memiliki kesadaran sosial terhadap lingkungan sosial dimana perusahaan tersebut berdiri, jadi semakin banyak perusahaan yang menerapkan CSR pada perusahaan nya maka akan bagus pula nilai perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)* dapat memiliki pengaruh positif maupun negative terhadap nilai perusahaan. CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan dengan menunjukkan keterlibatan dan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya yang dapat menarik konsumen, investor, dan mitra bisnis. Selain itu CSR dapat meningkatkan hubungan perusahaan dengan stakeholder. Terlibat dalam kegiatan sosial dan lingkungan yang positif juga dapat menciptakan peluang baru bagi perusahaan. CSR dapat memengaruhi nilai perusahaan melalui beberapa cara. Pertama, tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen dan masyarakat, yang pada gilirannya dapat



mempengaruhi preferensi konsumen dan loyalitas pelanggan. Kedua, tindakan CSRD yang efektif dapat memperbaiki kinerja perusahaan yang baik untuk dilihat oleh publik sehingga dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD) karena praktik keberlanjutan dan tanggung jawab sosial dapat memengaruhi citra perusahaan di mata pelanggan, investor, dan masyarakat. Jika perusahaan memiliki program CSRD yang kuat, hal ini dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan stakeholders, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada nilai jangka panjang perusahaan. Terlibat dalam kegiatan CSRD juga dapat mengurangi risiko regulasi dan meningkatkan hubungan dengan pihak berkepentingan, yang semuanya dapat berdampak positif pada nilai perusahaan. Namun, penting untuk dipahami bahwa dampak CSRD terhadap nilai perusahaan bisa bervariasi tergantung pada implementasinya dan persepsi stakeholder terhadap upaya CSRD tersebut. Keberlanjutan dan konsistensi dalam praktik CSRD dapat menjadi faktor penting untuk menciptakan dampak positif yang signifikan. Selain itu, CSRD dapat meningkatkan efisiensi operasional perusahaan dengan mendorong praktik bisnis yang berkelanjutan. Langkah-langkah seperti pengelolaan limbah, dan penggunaan bahan ramah lingkungan tidak hanya mengurangi dampak lingkungan, tetapi juga menghasilkan penghematan biaya jangka panjang. Ini dapat menciptakan nilai tambah bagi perusahaan dan memperkuat posisi keberlanjutan dalam pasar.

Menurut (Alfiana et al., 2023) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa CSRD tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan konstruksi, property, dan real estate yang terdaftar di bursa efek Indonesia sehingga sekarang peneliti ingin mengukur kembali keterkaitan ataupun pengaruh CSRD terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia, karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang kegiatannya berupa pengolahan bahan baku menjadi barang jadi, sehingga perusahaan manufaktur pasti akan memberikan dampak lingkungan dan sosial kepada masyarakat dan lingkungan sekitarnya seperti pencemaran udara dan air, pembuangan limbah padat, dan kerusakan habitat alam, pengukuran CSRD dapat membantu menilai sejauh mana perusahaan bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan, yang dapat mempengaruhi citra perusahaan dan hubungannya dengan pemangku kepentingan. Menurut (Shofiani et al., 2022) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, adanya pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kenaikan atau penurunan nilai perusahaan dipengaruhi oleh nilai CSR, investor dapat menggunakan pengungkapan CSR sebagai dasar pengambilan keputusan investasi sehingga CSR dinilai memberikan keuntungan pada perusahaan manufaktur periode 2020.

Nilai saham adalah nilai intristik dari saham tersebut yang bisa berbeda dengan harganya nilai saham dibangun berdasarkan pemikiran publik atas emiten yang terkait. Nilai saham akan berkaitan dengan penilaian publik terhadap perusahaan tersebut seperti citra perusahaan dimata publik, pendapatan perusahaan, keuntungan pemegang saham, citra produk, pelayanan perusahaan dan aspek pengabdian kepada masyarakat. Semakin sebuah saham dianggap menguntungkan maka akan semakin besar nilai saham tersebut sehingga bisa membuat nilai perusahaan lebih meningkat dan bagus dimata investor. Nilai saham suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan. Kenaikan nilai saham cenderung meningkatkan valuasi perusahaan, mencerminkan kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek masa depan perusahaan. Sebaliknya, penurunan nilai saham bisa mengindikasikan ketidakpastian atau kekhawatiran pasar terhadap kondisi bisnis perusahaan. Nilai saham suatu perusahaan cenderung tercermin dari kinerja keuangan dan prospek pertumbuhan. Jika



perusahaan berhasil mencapai laba yang konsisten dan pertumbuhan yang baik, nilai sahamnya kemungkinan akan meningkat dan akan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang juga akan meningkat. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh nilai saham karena nilai saham mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Jika nilai saham meningkat, hal ini bisa mencerminkan keyakinan investor terhadap pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai total perusahaan. Sebaliknya, penurunan nilai saham dapat mencerminkan ketidakpastian atau masalah dalam operasi perusahaan, yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan secara keseluruhan

Menurut (Angreini & Nurhayati, 2022) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa nilai saham tidak berpengaruh terhadap perataan laba pada perusahaan manufaktur subsektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Sehingga dari hasil penelitian tersebut peneliti tertarik ingin melakukan pengukuran pada nilai saham dengan melihat keterkaitannya pada nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Laba adalah keuntungan yang diperoleh perusahaan dari hasil kegiatan usahanya. Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya. Laba yang diperoleh perusahaan akan digunakan untuk berbagai kepentingan, laba akan digunakan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan tersebut atas jasa yang diperolehnya dan laba bersih merupakan seluruh total pendapatan yang dikurangi dengan total biaya-biaya termasuk pajak dalam periode tertentu.

Pengaruh laba terhadap nilai perusahaan dapat dilihat dari laba yang konsisten dan meningkat cenderung memberikan sinyal positif kepada investor, mencerminkan kesehatan dan potensi pertumbuhan perusahaan. Ini dapat meningkatkan kepercayaan investor yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Selain itu, laba yang tinggi juga dapat memberikan perusahaan lebih banyak sumber daya untuk investasi atau pembayaran dividen, yang dapat meningkatkan ekspektasi investor terhadap masa depan perusahaan dan nilai sahamnya. Namun, penting untuk diingat bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, dan laba hanyalah salah satu dari banyak aspek yang harus dipertimbangkan. Laba yang stabil dan pertumbuhan yang berkelanjutan adalah faktor kunci dalam menarik minat investor dan mendukung peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh laba karena laba mencerminkan kinerja keuangan perusahaan. Jika laba meningkat, investor cenderung melihat perusahaan sebagai lebih menguntungkan dan berpotensi memberikan return yang baik, yang dapat mengangkat nilai perusahaan. Sebaliknya, penurunan laba dapat menciptakan ketidakpastian dan menurunkan reputasi perusahaan di pasar. Oleh karena itu, laba merupakan faktor penting yang memengaruhi penilaian dan valuasi perusahaan oleh investor dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut (Lesmono & Andrei, 2021) dalam penelitiannya menyatakan bahwa Laba bersih yang baik menunjukkan tingkat penjualan yang tinggi, artinya bisnis perusahaan sedang lancar. Namun jika tren ROA rendah menunjukkan keadaan usaha sedang tidak atau kurang baik. Pada hasil penelitiannya juga menunjukkan bahwa laba bersih (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di bursa efek Indonesia, sehingga sekarang peneliti akan mengukur laba bersih kembali untuk melihat keterkaitan ataupun pengaruh antara laba bersih terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia.

KAJIAN TEORI

Signalling Theory

Signalling theory pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence tahun 1973 yang menjelaskan bahwa pihak pengirim (pemilik informasi) memberikan suatu isyarat atau sinyal



berupa informasi yang mencerminkan kondisi suatu perusahaan yang bermanfaat bagi pihak pertama (investor). Signalling theory menjelaskan terkait bagaimana perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal timbulnya dorongan tersebut diakibatkan adanya information asymmetric yang dapat diatasi apabila perusahaan memberikan sinyal yang relevan kepada pihak lain (investor) untuk mengambil keputusan yang sesuai dari sinyal yang diterima untuk mengisyaratkan kepada investor dalam memberikan penilaian yang baik pada perusahaan. Salah satu media informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak luar perusahaan, terutama pihak investor adalah laporan keuangan. Laporan keuangan memuat informasi yang sangat penting untuk diketahui pengguna laporan baik internal maupun eksternal perusahaan. Hal tersebut perlu untuk menjadi pertimbangan pihak luar untuk menilai kondisi perusahaan. Hubungan antara signalling theory dengan nilai perusahaan yaitu nilai perusahaan yang bagus dapat memberikan sinyal yang positif sedangkan nilai perusahaan yang buruk dapat memberikan sinyal yang negatif. Hal tersebut timbul karena investor melakukan investasi adalah untuk mendapatkan keuntungan, sehingga perusahaan yang bernilai tidak baik maka akan dihindari oleh para investor. Signalling theory akan membantu perusahaan meningkatkan nilai perusahaan (firm value) melalui CSR disclosure, nilai saham dan laba (Keown, 2023).

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* Istilah pemangku kepentingan (stakeholder) pertama kali dikemukakan oleh Stanford Research Institute (SRI) pada tahun 1963 yang mengatakan teori pemangku kepentingan adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab. Perusahaan dalam melakukan segala kegiatan operasional harus bertanggung jawab terhadap berbagai pihak, seperti direksi, karyawan, masyarakat dan lingkungan (Husnan, 2022 : 85). Teori ini pada dasarnya merupakan teori yang menggambarkan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki tanggung jawab untuk memaksimalkan keuntungan bagi investor dan pemilik, tetapi juga memberikan manfaat bagi pemerintah, masyarakat dan lingkungan sosial. Sehingga teori ini digunakan pada penelitian ini. Menurut Kaplan dan Norton dalam karyanya yang diulas oleh Dewi Utari, Akuntansi Manajemen, *Balanced Scorecard* menggabungkan serangkaian ukuran kinerja keuangan dari masa lampau dengan ukuran pendorong sebagai indikator kinerja di masa mendatang.

Tujuan dan ukuran dalam *balanced scorecard* diprofilkan berdasarkan visi dan strategi yang tercermin dalam empat perspektif, yakni finansial, pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran. Menurut Anggi Mayasari Lubis et al (2022) *Balanced Scorecard* merupakan suatu alat pengukur kinerja perusahaan yang mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan, baik secara keuangan maupun nonkeuangan dengan menggunakan empat perspektif yaitu, perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif bisnis internal, dan perspektif pertumbuhan dan pembelajaran. Menurut Farida Styaningrum (2021) *Balanced Scorecard* merupakan usaha sistematis dalam merancang sistem pengukuran kinerja yang menerjemahkan visi, misi, dan strategi organisasi menjadi tujuan, pengukuran, dan inisiatif yang jelas. *Balanced Scorecard* merupakan suatu sistem manajemen strategi yang menjabarkan visi dan strategi suatu perusahaan ke dalam tujuan operasional dan tolak ukur. Tujuan dan tolak ukur dikembangkan untuk setiap 4 (empat) perspektif yaitu: perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses internal dan perspektif pembelajaran dan pertumbuhan. Berdasarkan dari beberapa pengertian dari beberapa penelitian sebelumnya penulis menyimpulkan definisi dari *Balanced Scorecard* merupakan sistem informasi yang dipergunakan untuk menilai pencapaian kinerja suatu perusahaan dengan tujuan mewujudkan



visi, misi, dan strategi perusahaan. Pendekatan ini berfokus pada empat perspektif, meliputi keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pertumbuhan dan pembelajaran.

Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

CSR Menurut ISO 26000 merupakan tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat, mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional, serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. Perusahaan yang menerapkan praktik pertanggung jawaban terhadap lingkungan dan sosial (CSR) yang baik akan memiliki kepercayaan yang besar dari masyarakat dan para investor. Dengan citra perusahaan yang baik, perusahaan akan mampu mempertahankan dan meningkatkan nilai Perusahaan.

Nilai Saham terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Jogiyanto (2019 : 56), nilai saham adalah nilai yang terjadi di pasar bursa pada saat tertentu yang ditentukan oleh pelaku pasar dan ditentukan oleh permintaan dan penawaran saham yang bersangkutan di pasar modal. Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti, nilai saham merupakan nilai sekarang (*present value*) dari penghasilan penghasilan yang akan diterima oleh pemodal dimasa yang akan datang. Nilai saham yang bagus dan tinggi dapat mengevaluasi sejauh mana kinerja saham suatu perusahaan yang dapat mencerminkan nilai keseluruhan perusahaan. Oleh karena itu, nilai saham diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih baik tentang seberapa besar kontribusi nilai pasar (saham) terhadap penilaian nilai perusahaan. Helfert (2023) menyatakan bahwa laba yang tinggi merupakan tanda bahwa konsumen menginginkan output industri lebih banyak. Laba yang tinggi memberikan insentif bagi perusahaan untuk meningkatkan output dan lebih banyak perusahaan yang akan masuk ke industri tersebut dalam jangka panjang. Laba yang tinggi dan konsisten dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan yang baik yang memiliki dampak positif terhadap penilaian perusahaan serta pemahaman lebih tentang hubungan kinerja keuangan perusahaan dengan nilai keseluruhan perusahaan.

Corporate Social Responsibility, Nilai Saham dan Laba terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis ini berasumsi adanya hubungan positif dan signifikan antara CSR, nilai saham, dan laba terhadap nilai perusahaan Ketika ketiganya diterapkan dalam perusahaan. Artinya, perusahaan yang menerapkan Pratik praktik CSR, nilai saham dan laba cenderung memiliki persepsi baik dari investor dan masyarakat terhadap perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu metode penelitian yang menekankan pada pengujian teori dan variabel numerik dan analisis data dengan metode statistik (Uma, 2022). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dengan mengakses laman www.idx.co.id dan website resmi perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan tercatat di BEI khususnya perusahaan sub sektor makanan dan minuman pada tahun 2019-2022. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan (Y), variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR Disclosure (X1), Nilai Saham (X2) dan Laba (X3). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen (variabel terikat) dan variabel independen (variabel bebas) memiliki distribusi data yang



normal atau tidak, karena model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari data laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yang tersedia di www.idx.co.id tahun 2019-2022. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh CSR *Disclosure*, Nilai Saham, dan Laba terhadap Nilai Perusahaan tahun 2019-2022. Dengan kriteria yang telah ditetapkan maka jumlah sampel dalam penelitian ini yang terpilih berjumlah 32 perusahaan dengan jumlah observasi sebanyak 128 observasi.

Statistik deskriptif merupakan bagian dari analisis data yang digunakan untuk memberikan gambaran awal variabel penelitian yang digunakan untuk mengetahui karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian. Gambaran atau deskriptif suatu data tersebut dapat dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, dan standar deviasi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Variabel-variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR, nilai saham dan laba. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Statistik deskriptif atas sampel penelitian ini dapat dilihat pada tabel 1 dibawah.

Tabel 1.
Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	128	.22794	.83761	.532788	.154340
Nilai Saham	128	65	15500	2412.87	3275.663
Laba	128	-2.54899	39.07600	.418786	3.527148
PBV	128	.03954	1742.08812	29.042799	201.891910
Valid N (listwise)	128				

Penelitian terhadap 32 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dipilih dengan metode *purposive sampling* selama tahun 2019-2022 dengan tahun pengamatan 4 tahun. Total pengamatan yang dijadikan sampel penelitian adalah 32 perusahaan dikalikan 4 tahun penelitian berjumlah 128 sampel. Setelah dilakukan *casewise diagnostics test* hasil uji tersebut diketahui sebanyak 31 sampel yang merupakan data outlier sehingga harus dikeluarkan dari model penelitian sehingga sampel penelitian berjumlah 97 data perusahaan.

Tabel 2.
Deskriptif Statistik Setelah Outlier

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	97	.22794	.80147	.529355	.1569523
Nilai Saham	97	65	14575	2399.52	3151.142
Laba	97	-.13610	39.07600	.485321	3.959761
PBV	97	.03954	1742.08812	19.720541	1.767118
Valid N (listwise)	97				



Hasil analisis deskriptif di atas menunjukkan bahwa jumlah observasi (N) dari penelitian ini adalah sebanyak 97 observasi. Variabel pertama yaitu CSR yang diperoleh dari perbandingan antara jumlah pengungkapan CSR perusahaan dengan jumlah item perusahaan. Pada variabel CSR nilai minimum dimiliki oleh perusahaan berkode DSNG tahun 2021 yaitu sebesar 0.22794. Nilai maksimum dimiliki oleh perusahaan berkode WAPO tahun 2021 sebesar 0.80147. Dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0.529355 dan standar deviasi sebesar 0.1569523. Variabel kedua yaitu nilai saham yang diperoleh dari *closing price*. Pada variabel nilai saham nilai minimum dimiliki oleh perusahaan berkode BWPT tahun 2022 yaitu sebesar 65. Nilai maksimum dimiliki oleh perusahaan berkode AALI tahun 2019 sebesar 14575. Dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 2399.52 dan standar deviasi sebesar 3151.142. Variabel ketiga yaitu laba bersih yang diperoleh dari perbandingan antara laba bersih setelah pajak dengan total ekuitas. Pada variabel laba bersih nilai minimum dimiliki oleh perusahaan berkode UNSP tahun 2020 yaitu sebesar -0.13610. Nilai maksimum dimiliki oleh perusahaan berkode PANI tahun 2022 sebesar 39.07600. Dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0.485321 dan standar deviasi sebesar 3.959761.

Variabel dependen yaitu nilai perusahaan yang diperoleh dari perhitungan *Price Book Value* (PBV). Pada variabel nilai perusahaan nilai minimum dimiliki oleh perusahaan berkode UNSP tahun 2021 yaitu sebesar 0.03954. Nilai maksimum dimiliki oleh perusahaan berkode PANI tahun 2022 sebesar 1742.08812. Dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 19.720541 dan standar deviasi sebesar 1.767118.

Tabel 3.
Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.88252337
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.035
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil pengujian *one sampel kolmogrov smirnov* (KS), terlihat bahwa semua variabel memiliki *asyp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari $\alpha=0.05$ yaitu sebesar 0.200. Ini menunjukkan semua variabel telah terdistribusi secara normal dengan nilai probabilitas > 0.05 yang artinya data telah terdistribusi secara normal.

Tabel 4.
Penilaian DW (Durbin-Watson)

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Ragu-Ragu	$dl < d < du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Ragu-Ragu	$4-du < d < 4-dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau	Tidak ditolak	$du < d < 4-du$



Negatif		
---------	--	--

Tabel 5.
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1.000 ^a	1.000	1.000	2.92685	1.747

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa model persamaan telah bebas dari masalah autokorelasi, karena pada model persamaan nilai *dW* lebih besar dari pada *dL* dan lebih rendah daripada $4-dU$ yaitu $dU < dW < 4-dU$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas autokorelasi. Hasil pengujian autokorelasi persamaan regresi pada model variabel bebas dengan jumlah observasi sebanyak 97, diperoleh nilai *dL* sebesar 1.6063, nilai *dU* sebesar 1.7335, dan nilai Durbin-Watson sebesar 1.747 sehingga disimpulkan bahwa data bebas autokorelasi.

Tabel 6.
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR	.950	1.053
Nilai Saham	.958	1.044
Laba	.991	1.009

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa tidak terdapat model persamaan yang terkena masalah multikolinearitas. Variabel independen pertama CSR pada hipotesis ke-1 memiliki nilai *tolerance* 0.950 nilai tersebut $> 0,1$, selanjutnya nilai VIF sebesar 1.053 nilai tersebut < 10 , maka CSR terbebas dari masalah multikolinearitas. Untuk variabel kedua nilai saham pada hipotesis ke-2 memiliki nilai *tolerance* 0.958 nilai tersebut $> 0,1$, selanjutnya nilai VIF sebesar 1.044 nilai tersebut < 10 , maka nilai saham terbebas dari masalah multikolinearitas. Untuk variabel ketiga laba pada hipotesis ke-3 memiliki nilai *tolerance* 0.991 nilai tersebut $> 0,1$, selanjutnya nilai VIF sebesar 1.009 nilai tersebut < 10 , maka laba terbebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 7.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.977	.271		3.601	.001
CSR	-.101	.236	-.048	-.426	.671
Nilai Saham	-.149	.078	-.222	-1.909	.060
Laba	.158	.081	.221	1.942	.056

Berdasarkan tabel 7 diatas terlihat bahwa nilai CSR memiliki nilai signifikansi sebesar $0.671 > 0.05$, maka model regresi untuk variabel CSR bebas heteroskedastisitas. Nilai nilai



saham memiliki nilai signifikansi sebesar $0.060 > 0.05$, maka model regresi untuk variabel nilai saham bebas heteroskedastisitas. Nilai laba memiliki nilai signifikansi sebesar $0.056 > 0.05$, maka model regresi untuk variabel laba bebas heteroskedastisitas. Maka, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan model pada penelitian ini bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 8.
Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2997624.574	3	999208.191	116498.954	.000 ^b
	Residual	797.658	93	8.577		
	Total	2998422.232	96			

Berdasarkan tabel 8 hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} yang terdapat dalam tabel ANOVA yaitu sebesar 116498.954 dengan nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 5% yakni sebesar 0.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini fit dan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dari seluruh variabel independen yakni CSR, nilai saham dan laba terhadap nilai perusahaan.

Tabel 9.
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	1.000 ^a	1.000	1.000	2.92865

Berdasarkan data diatas adapun analisis determinasi berganda diketahui presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 1.000 maka koefisien determinasi berganda $1.000 \times 100\% = 100\%$. Hal ini berarti variabel terikat yaitu nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu yakni CSR, nilai saham dan laba sebesar 100%.

Tabel 10.
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.118	1.051		.112	.911
	CSR	-3.456	2.290	-.003	-1.509	.135
	Nilai Saham	.000	.000	-.005	-2.690	.008
	Laba	44.618	.076	.1.000	588.504	.000

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Uji t digunakan pada seluruh model regresi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 5%. Berdasarkan tabel 9 hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan koefisien regresi CSR bernilai sebesar -3.456, nilai t sebesar -1.509 dan nilai signifikansi sebesar 0.135 (tingkat signifikansi < 0.05). Selanjutnya, CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai



perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.135 dimana lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini ditolak.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah nilai saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Uji t digunakan pada seluruh model regresi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 5%. Berdasarkan tabel 9 hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan koefisien regresi nilai saham bernilai sebesar 0.000, nilai t sebesar -2.690 dan nilai signifikansi sebesar 0.008 (tingkat signifikansi < 0.05). Selanjutnya, nilai saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.008 dimana lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Uji t digunakan pada seluruh model regresi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 5%. Berdasarkan tabel 9 hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan koefisien regresi laba bernilai sebesar 44.618, nilai t sebesar 588.504 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 (tingkat signifikansi < 0.05). Selanjutnya, laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh CSR secara individual tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2019-2022. Uji regresi yang telah dilakukan pada hipotesis pertama menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.135 sedangkan untuk tingkat signifikansi yang digunakan < 0.05. Selanjutnya, CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.135 dimana > 0.05. Pelaksanaan CSR merupakan strategi jangka panjang, sehingga untuk menikmati hasil pelaksanaan CSR yang tercermin dalam kinerja perusahaan membutuhkan waktu cukup lama, sehingga wajar jika dalam jangka pendek pelaksanaan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Nadia, 2020). Kemudian hal ini dapat disebabkan karena pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berfungsi hanya untuk memberikan informasi kepada investor dan meningkatkan *image* perusahaan, yang berarti apabila suatu perusahaan memberikan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan belum menjamin harga saham akan tinggi dan akan mempengaruhi nilai perusahaan (Novita, 2021). Hasil ini sejalan dengan penelitian (Irmalsari et al., 2022) dan (Alfiana et al., 2023) CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa rendahnya tingkat pengungkapan CSR.

Pengaruh Nilai Saham Terhadap Nilai Perusahaan

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh nilai saham secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2019-2022. Uji regresi yang telah dilakukan pada hipotesis kedua menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.008 (tingkat signifikansi < 0.05). Selanjutnya, nilai saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.008 dimana lebih kecil dari 0.05. Harga saham suatu perusahaan dapat menunjukkan nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang.



Dengan demikian, tingginya harga saham mempengaruhi nilai perusahaan secara maksimum sehingga memberikan kemakmuran bagi pemegang saham ketika harga saham tinggi, maka kemakmuran pemegang sahamnya semakin tinggi. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Satria, 2023), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel nilai saham berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh laba secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI 2019-2022. Uji regresi yang telah dilakukan pada hipotesis ketiga menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.000 (tingkat signifikansi < 0.05). Selanjutnya, nilai saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05. Peningkatan laba perusahaan mampu memberikan sebuah sinyal positif kepada investor karena adanya suatu peningkatan laba, maka dapat memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham. Laba atau profitabilitas perusahaan yang tinggi mengidentifikasi bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik sehingga dapat memberikan sebuah sinyal positif kepada investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Ni Kadek 2023). Penelitian ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas laba disuatu perusahaan maka semakin besar nilai perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan oleh kualitas laba yang meningkat maka nilai perusahaan juga akan meningkat dan direspon pasar secara positif. Maka dapat disimpulkan para investor mengambil keputusan saat akan berinvestasi disuatu perusahaan dengan melihat kualitas laba diperusahaan tersebut (Richard, 2021). Hasil ini sejalan dengan penelitian (Lesmono & Andrei, 2021) dan (Khofifah et al., 2022) adanya pengaruh yang signifikan antara laba bersih. Dengan menggunakan rasio profitabilitas yang tinggi akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan karena keuntungan yang besar mencerminkan tingkat pengembalian yang besar pula.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, Nilai Saham dan Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Dari analisis yang telah dilakukan, dapat diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas 5% yakni sebesar 0.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini fit dan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama dari seluruh variabel independen yakni CSR, nilai saham dan laba terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar, seperti investor dan kreditor yang nantinya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Menurut teori *stakeholder* yang menyatakan perusahaan beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan itu namun harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima *stakeholder* maka akan timbul kepuasan dan apresiasi bagi *stakeholder* dan akan meningkatkan nilai perusahaan (Sisca, 2020). Laba sangat penting karena dapat mengukur kinerja keuangan dan sebagai panduan untuk menilai suatu perusahaan. Semakin tinggi laba, maka semakin bagus nilai perusahaan. Penggunaan teori sinyal berhubungan dengan ROE atau profitabilitas. ROE adalah informasi mengenai laba perusahaan yang di hitung berdasarkan tingkat pengembalian modalperusahaan. Jika ROE menunjukkan angka yang tinggi maka akan menjadi sinyal yang baik bagi para investor atau *good news*, karena dengan angka ROE yang menunjukkan angka tinggi maka menginterpretasikan bahwa kinerja keuangan perusahaan tersebut baik, kemudian investor akan tertarik untuk



menginvestasikan dananya atau menanam saham kepada perusahaan. Pada dasarnya, harga saham selalu berfluktuasi sesuai dengan pasang surutnya penawaran dan permintaan. Semakin banyak investor yang membeli saham tersebut maka akan semakin tinggi harganya, sedangkan jika banyak investor yang menjual saham tersebut maka akan berdampak pada jatuhnya saham tersebut. Tanggapan para investor terhadap sinyal positif dan negatif akan mempengaruhi kondisi pasar. Investor akan bereaksi dengan berbagai cara, seperti melihat dan menunggu perkembangan yang ada, kemudian baru mengambil keputusan (Ni Kadek, 2023).

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh CSR, nilai saham dan laba terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan uji model regresi linear berganda yang mensyaratkan data harus lulus uji asumsi klasik. Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

- 1) *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.135 dimana lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 dalam penelitian ini ditolak.
- 2) Nilai saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.008 dimana lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 dalam penelitian ini diterima.
- 3) Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini ditunjukkan dengan signifikansi sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiana, Y., Veronica, A., Yanti, D., Winarsih, W., & Putri, P. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Kepemilikan Institusional, Leverage, Dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 733–748. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3550>
- Anggi Mayasari Lubis, Dini Azlina Pane, & Putria Nurjanah. (2022). Analisis Balanced Scorecard Sebagai Alat Pengukur Kinerja Perusahaan (Studi Kasus pada PT Toyota Astra Motor). *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 209–228. <https://doi.org/10.30640/trending.v1i1.516>
- Angreini, V., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Size, Nilai Saham, Cash Holding, dan Bonus Plan terhadap Perataan Laba. *Owner*, 6(1), 123–135. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.539>
- Farida Styaningrum. (2021). Analisis Kinerja Perusahaan Dengan Metode Bsc. *Management Analysis Journal*, 1(1), 32–43.
- Irmalsari, E., Gurendrawati, E., & Muliarsari, I. (2022). Pengaruh Good Corporate Governance (GCG), dan Corporate Social Responsibility(CSR)TerhadapNilaiPerusahaanDenganUkuranPerusahaan dan Leverage Sebagai VariabelKontrol. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 3(2), 443–460.
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017 - 2019). 3(1), 17–25.
- Lesmono, & Andrei, M. (2021). Pengaruh rasio utang, pertumbuhan aset, laba bersih, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada industri tambang di indonesia. 4(2),



ISSN: 2723-1399
e-ISSN: 2723-1488

**JURNAL AKUNTANSI KEUANGAN DAN TEKNOLOGI
INFORMASI AKUNTANSI**

Available online at: <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JAKTA>

371–380.

Shofiani, M., Wa, S. W., & Saputri, N. A. (2022). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Enterprise Risk Managemen terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur tahun 2020)*. 4(2), 412–419. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i2.1979>

Uma, R. B. sekaran. (2022). *Metodeologi penelitian untuk Bisnis*.