



Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

(Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2021 -2023)

The Influence of Corporate Social Responsibility and Profitability on Company Value (Case Study on Manufacturing Companies in the Food and Beverage Sub-Sector on the Indonesia Stock Exchange in 2021-2023)

Fathya Syahputri Batubara¹, Cherrya Dhia Wenny²

¹ Universitas Multi Data Palembang, Palembang, Indonesia

² Universitas Sriwijaya, Palembang, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur subsektor makanan dan minuman. Fokus ini penting mengingat integrasi aspek lingkungan dalam laporan keuangan dapat mendukung keberlanjutan bisnis. Struktur modal dan kebijakan dividen turut dianalisis untuk melihat dampaknya terhadap profitabilitas. Penelitian ini merespons fenomena penurunan laba yang dialami perusahaan subsektor ini, yang berdampak pada keputusan investor. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan penyajian data dalam bentuk angka. Data yang digunakan berupa laporan keuangan tahunan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Analisis dilakukan dengan regresi berganda untuk menguji hubungan antara CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Bursa Efek Indonesia.

Abstract

This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and profitability on company value in food and beverage manufacturing companies. This focus is important considering that the integration of environmental aspects in financial statements can support business sustainability. Capital structure and dividend policy are also analyzed to see their impact on profitability. This study responds to the phenomenon of declining profits experienced by companies in this subsector, which has an impact on investor decisions. The approach used is quantitative descriptive with data presentation in the form of numbers. The data used are in the form of annual financial reports of companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The analysis was carried out using multiple regression to test the relationship between CSR and profitability on company value. The results of the study indicate that CSR and profitability have a positive and significant effect on company value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Indonesia Stock Exchange

Histori Artikel:

Diterima 07 Februari 2025, Direvisi 03 Maret 2025, Disetujui 28 Maret 2025, Dipublikasi 31 Maret 2025.

***Penulis Korespondensi:**

fathya.syahputri2003@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.529>

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini menyebabkan persaingan yang tinggi dalam dunia bisnis di Indonesia. Pertumbuhan bisnis mendorong perusahaan-perusahaan dari berbagai industri untuk semakin kompetitif dalam upaya mempertahankan eksistensinya. Salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia adalah sektor manufaktur. Sektor industri dasar dan kimia, sektor industri aneka, dan sektor industri barang konsumsi merupakan tiga sektor utama yang membentuk sektor manufaktur. Peneliti memutuskan untuk berkonsentrasi pada manufaktur barang konsumsi, khususnya pada subsektor makanan dan minuman, dalam penelitian ini (Savira & Romi, 2024). Peneliti lebih berkonsentrasi pada subsektor makanan dan minuman karena sektor ini memiliki peran strategis dalam perekonomian, pertumbuhan industri, dan kesejahteraan masyarakat. Industri makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar yang memiliki permintaan stabil dan cenderung terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi serta perubahan gaya hidup. Selain itu, subsektor ini berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan lapangan kerja, menjadikannya bidang yang menarik untuk dianalisis dari segi ekonomi, manajemen, maupun inovasi produk. Dari perspektif penelitian, subsektor ini juga menawarkan tantangan dan peluang yang luas, seperti pengembangan produk berkelanjutan, inovasi dalam rantai pasok, serta dinamika preferensi konsumen yang terus berubah. Dengan meningkatnya kesadaran akan kesehatan dan keberlanjutan, penelitian dalam industri ini menjadi semakin relevan untuk mendukung kebijakan, meningkatkan daya saing, dan memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang.

Meningkatkan nilai perusahaan akan meningkatkan kepercayaan pemegang saham, yang merupakan hal yang paling penting bagi perusahaan. Menurut Pratama & Serly (2024), mengukur nilai perusahaan biasanya dikaitkan dengan harga saham dengan mempertimbangkan perkembangan harga saham yang terdaftar di BEI. Harga saham menunjukkan kondisi perusahaan saat menilai perusahaan (Zurriah, 2021). Jika harga saham naik, investor akan tertarik untuk berinvestasi di perusahaan. Perusahaan harus mencapai tujuan ini sebagai tujuan utama karena nilai perusahaan yang baik akan menghasilkan kinerja, yang dapat menghasilkan prospek kinerja di masa depan, baik dengan keuntungan maupun kerugian (Fasya & Hidayat, 2021).

Nilai Perusahaan merupakan persepsi investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam satu periode. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari pergerakan harga saham. Dengan nilai perusahaan yang baik, maka akan mampu menarik minat pihak eksternal perusahaan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan ini nantinya dijadikan suatu indikator penting oleh investor dalam menentukan pilihan apakah dia akan menanamkan modalnya atau tidak (Susila & Prena, 2019).

Sektor industri *food and beverage* merupakan salah satu bagian dari sektor unggulan perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Bisnis makanan dan minuman di Indonesia masih terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Karena potensinya yang menguntungkan baik saat ini maupun di masa mendatang, masyarakat dapat memperoleh manfaat yang besar dari industri ini. Pertumbuhan pesat dalam sektor industri *food and beverage* menciptakan persaingan yang semakin ketat antar perusahaan. Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan menjadi krusial untuk memastikan keberlangsungan bisnis dalam meningkatkan kepercayaan investor (Ernawati & Tritanto, 2024).

Perusahaan tidak hanya mengacu pada tanggung jawab yang berorientasi pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang tercermin dari kondisi keuangannya saja. Namun tanggung jawab perusahaan harus melihat pada *triple bottom lines*, yang artinya perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuangan saja, tetapi juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Sebab, kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran paradigma dalam dunia

bisnis untuk tidak hanya mencari keuntungan semata, tetapi juga harus bertindak etis melalui kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk penciptaan investasi sosial. Kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang sering dikenal dengan istilah CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi dampak negatif dari kegiatan bisnis dan dampak tersebut harus dikurangi agar tidak membahayakan keselamatan masyarakat sekaligus tetap ramah terhadap iklim usaha (Zulaika & Sihombing, 2019). Pengungkapan CSR saat ini menjadi tren di banyak perusahaan, terutama di kalangan perusahaan besar. Industri manufaktur telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap berbagai masalah, seperti polusi, limbah, keamanan produk, dan tenaga kerja (Edinov et al., 2022).

Bagi investor, melihat sejauh mana profitabilitas tumbuh merupakan indikator penting untuk menilai prospek perusahaan di masa mendatang. *Return on Asset* (ROA) merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya untuk mendanai aset tersebut. Variasi dalam menghitung *Return on Asset* (ROA) adalah dengan memasukkan biaya pendanaan. Biaya pendanaan yang dimaksud adalah bunga yang merupakan biaya pendanaan dengan utang (Merllizcha & Triyonowati, 2024).

Dalam konteks ini, dua pilar utama yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan profitabilitas menjadi semakin krusial dalam menentukan nilai perusahaan. Namun, perkembangan terkini dalam industri makanan membawa dimensi baru dalam penerapan kedua aspek tersebut. Dalam era globalisasi dan digitalisasi yang pesat, industri makanan menghadapi tantangan dan peluang yang unik dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan. Sebagai salah satu sektor vital dalam perekonomian, perusahaan subsektor makanan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk berkualitas dan memperoleh keuntungan yang tinggi, tetapi juga harus memperhatikan aspek keberlanjutan, keamanan pangan, dan tanggung jawab sosial.

Pandemi COVID-19 telah memberikan tekanan pada industri makanan dan minuman, salah satu contohnya adalah peningkatan struktur permodalan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Dari Rp 7,66 triliun pada 2021 menjadi Rp 6,35 triliun pada 2022, laba bersih emiten konsumen PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk menurun hingga 17% secara tahunan. Tingginya harga pokok penjualan menjadi penyebab penurunan tersebut. Sementara itu, penjualan tetap Indofood meningkat dari Rp 99,34 triliun menjadi Rp 110,83 triliun atau naik 11,56 persen. Pada semester I 2023, PT FKS Food Sejahtera Tbk (AISA) masih mencatatkan. Namun jika dibandingkan periode yang sama tahun lalu, jumlah kerugian tersebut turun drastis. Kerugian periode berjalan yang dialami pemilik entitas induk AISA sebesar Rp5,05 miliar berdasarkan laporan keuangan semester I tahun 2023. Jumlah tersebut turun 79,77% dibandingkan semester I tahun 2022 yang sebesar Rp24,99 miliar (Alam, 2024).

Berdasarkan fenomena tersebut, dapat disimpulkan bahwa beberapa perusahaan makanan dan minuman masih menghadapi penurunan laba yang tajam. Hal ini merupakan berita buruk bagi investor karena dividen yang dibayarkan kepada pemegang saham akan lebih rendah, yang juga dapat menjadi faktor dalam memutuskan apakah akan berinvestasi di perusahaan tersebut atau tidak (Alam, 2024). Sebenarnya nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor tertentu, beberapa diantaranya dijadikan variabel dalam penelitian ini seperti CSR dan Profitabilitas

Menurut Laksono & kusumaningtias (2021), menyatakan bahwa beberapa rasio keuangan, termasuk *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio*, dan *Price Book Value*, dapat digunakan untuk menentukan nilai perusahaan. *Price Earning Ratio* (PER) adalah rasio yang menggambarkan bagaimana seorang investor dapat membandingkan harga saham dengan pendapatannya. Nilai saham yang akan dipertukarkan dalam buku saham dijelaskan oleh rasio harga-nilai buku. Terakhir, rasio nilai pasar saham perusahaan terhadap nilai buku ekuitasnya digunakan untuk

menghitung *Tobin's Q*. Penilaian pasar keuangan saat ini terhadap nilai pengembalian untuk setiap dolar investasi tambahan ditampilkan oleh rasio ini. Efisiensi manajemen dalam menggunakan sumber daya dan otoritas keuangannya diukur dengan *Tobin's Q* (Krisnando, 2019).

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian dari Nabila & Wuryani (2021), dimana penelitian ini dan penelitian sebelumnya memiliki variabel dan sampel perusahaan yang berbeda. Pada penelitian sebelumnya, variabel yang digunakan dalam penelitiannya adalah *Corporate Sosial Responsibility*, ukuran perusahaan dan *Good Corporate Governance* dan untuk penelitian ini, peneliti menghapus ukuran perusahaan dan *Good Corporate Governance* mengganti dengan variabel profitabilitas.

Penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2023, sedangkan sampel penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan sektor real estate. Karena perusahaan manufaktur memiliki tanggung jawab lingkungan yang signifikan akibat limbah dari operasi bisnis, pencemaran lingkungan, keselamatan tempat kerja, dan keselamatan penjualan produk kepada pelanggan, peneliti memilih sampel organisasi manufaktur.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan membahas dinamika antara berbagai pihak dalam suatu perusahaan, khususnya prinsipal dan agen. Teori mendefinisikan hubungan kontraktual yang ada antara prinsipal yang merupakan pemilik atau pemegang saham dan agen, yang merupakan manajemen perusahaan yang diberi wewenang (Wardoyo et al., 2022). Teori agensi ini mendefinisikan hubungan kontraktual antara agen, yang merupakan manajemen perusahaan yang berwenang, dan prinsipal, yang merupakan pemilik atau pemegang saham. Gagasan teori keagenan menerapkan hubungan keagenan antara prinsipal (investor) dan agen (manajemen). Teori ini menjelaskan bagaimana proses pengambilan keputusan perusahaan dipisahkan dari kepemilikan saham. Prinsipal suatu korporasi beradaptasi dengan manajer. Sementara agen adalah orang yang diberi wewenang untuk menjalankan bisnis, pemilik adalah orang yang memberi instruksi kepada agen tentang cara bertindak atas nama pemilik. Singkatnya, pemilik akan mendelegasikan kendali kepada agen dan melakukan yang terbaik untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Erawati & Cahyaningrum, 2021).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan sangat penting untuk menarik minat investor terhadap suatu bisnis. Hal ini dikarenakan investor dan pasar menggunakan nilai perusahaan sebagai pengukuran untuk menilai bisnis secara keseluruhan. Kepercayaan pemangku kepentingan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi persyaratan tertentu tercermin dalam nilainya, yang merupakan hasil dari semua operasi bisnis sejak perusahaan didirikan hingga saat ini (Dzikir Nurul et al., 2020). Suatu perusahaan dikatakan bernilai baik jika kinerjanya juga baik. Nilai suatu perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Jika nilai saham tinggi maka dapat dikatakan nilai perusahaan juga baik. Karena menurut Fana & prena (2021) tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kemakmuran pemilik atau pemegang sahamnya.

Corporate Sosial Responsibility

Mendefinisikan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan oleh suatu bisnis atas dasar rasa tanggung jawab terhadap konteks sosial dan lingkungan tempat bisnis tersebut beroperasi. Dengan meningkatkan taraf hidup bagi pekerja, keluarga, dan

masyarakat luas, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) membantu mencapai perilaku moral dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Irdawati et al., 2022).

H1: *Corporate Sosial Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas

Menurut Ernawati & Tritanto (2024) profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham. Profitabilitas menunjukkan pertumbuhan laba yang diharapkan suatu perusahaan di masa mendatang. Hal ini karena profitabilitas perusahaan di masa mendatang akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Efektivitas pengelolaan perusahaan juga diukur dari rasio ini. Hal ini ditunjukkan dengan laba dari penjualan dan pendapatan investasi. Yang terpenting, pemanfaatan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Salah satu cara menggunakan rasio profitabilitas adalah dengan membandingkan unsur-unsur laporan keuangan, khususnya laporan laba rugi dan neraca (Sari & Febrianti, 2021).

H2: Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

METODE

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yang menggunakan metode statistik untuk mengkuantifikasi data. Dengan menggunakan metodologi analisis data SPSS (Statistical Product and Service Solutions), diperoleh gambaran umum tentang dampak CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2023.

Metode kuantitatif merupakan strategi yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Sugiono (2019), menyatakan bahwa metode kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagaimana metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Dalam penelitian ini, objek yang menjadi fokus utama penelitian adalah pengaruh *Corporate Sosial Responsibility*, dan Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan (Studi kasus pada perusahaan manufaktur sub sektor *food and beverage* yang ada di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023).

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai perusahaan, sedangkan variabel independen penelitian ini adalah *Corporate Sosial Responsibility*, dan Profitabilitas. Nilai perusahaan mencerminkan keberhasilan perusahaan yang tercermin dalam pergerakan harga saham. Semakin tinggi nilainya, semakin besar daya tariknya bagi investor, menjadikannya indikator penting dalam keputusan investasi (Susila & Prena, 2019). Indikator yang digunakan untuk mengukur Nilai perusahaan adalah dengan Tobin'q. Rumus pengukuran Nilai perusahaan yaitu sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{MVE + Debt}{TA}$$

Pengukuran variabel *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini didasarkan pada laporan keberlanjutan yang diterbitkan oleh masing-masing perusahaan. Indeks CSR dihitung menggunakan pedoman Global Reporting Initiative (GRI) G4, di mana setiap item pengungkapan diberi nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak. Rumus pengukuran *Corporate Sosial Responsibility* yaitu sebagai berikut (Anwar et al., 2021):

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

Profitabilitas merupakan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan dalam satu periode Profitabilitas (Susila & Prena, 2019). Rumus pengukuran Profitabilitas yaitu sebagai berikut:

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100\%$$

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses melalui <https://www.idx.co.id/id>. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti:

1. Perusahaan sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di bursa Efek Indonesia pada tahun 2021 – 2023.
2. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) pada tahun 2021 – 2023.
3. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang mengalami keuntungan pada 2021 – 2023.
4. Perusahaan subsektor makanan dan minuman yang menggunakan mata uang Rupiah pada tahun 2021 – 2023.

Dalam penelitian ini, sampel yang memenuhi kriteria sebanyak 38 perusahaan selama 3 tahun dengan total 114 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen (*Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas) terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan).

Tabel 1. Daftar Sampel Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Periode 2021-2023

No.	Kode	Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk.
2	ADES	Akasha Wira International Tbk.
3	AGAR	Asia Sejahtera Mina Tbk.
4	AISA	FKS Food Sejahtera Tbk.
5	BISI	BISI International Tbk.
6	CAMP	Campina Ice Cream Industry Tbk
7	CEKA	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
8	COCO	Wahana Interfood Nusantara Tbk.
9	CPIN	Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
10	DLTA	Delta Djakarta Tbk.
11	DSFI	Dharma Samudera Fishing Indust. Tbk
12	DSNG	Dharma Satya Nusantara Tbk.
13	GOOD	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk.
14	GZCO	Gozco Plantations Tbk.
15	HOKI	Buyung Poetra Sembada Tbk.
16	ICBP	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk
17	INDF	Indofood Sukses Makmur Tbk.
18	JPFA	Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
19	KEJU	Mulia Boga Raya Tbk.
20	LSIP	PP London Sumatra Indonesia Tbk.
21	MAIN	Malindo Feedmill Tbk.
22	MGRO	Mahkota Group Tbk.
23	MLBI	Multi Bintang Indonesia Tbk.

No.	Kode	Perusahaan
24	MYOR	Mayora Indah Tbk.
25	PANI	Pantai indah kapuk dua Tbk.
26	PSDN	Prasidha Aneka Niaga Tbk
27	PSGO	Palma Serasih Tbk.
28	ROTI	Nippon Indosari Corpindo Tbk.
29	SGRO	Sampoerna Agro Tbk.
30	SIMP	Salim Ivomas Pratama Tbk.
31	SIPD	Sreeya Sewu Indonesia Tbk.
32	SKBM	Sekar Bumi Tbk.
33	SKLT	Sekar Laut Tbk.
34	STTP	Siantar Top Tbk.
35	TBLA	Tunas Baru Lampung Tbk.
36	TGKA	Tigaraksa Satria Tbk.
37	ULTJ	Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
38	UNSP	Bakrie Sumatera Plantations Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menentukan apakah nilai residual berdistribusi normal atau populasi yang diambil bersifat normal. Pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji normal Kolmogorov-Smirnov (K-S).

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,17445506
Most Extreme Differences	Absolute	,073
	Positive	,073
	Negative	-,072
Test Statistic		,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil uji Normalitas merupakan Hasil uji normalitas yang menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari nilai Asymp Sig (2-tailed) sebesar 0,200 yang melebihi besar nilai alpha yaitu 0,050. Berdasarkan hasil dari pengujian ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas merupakan uji untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel independent dengan variabel dependen dalam model regresi. Dasar

pengambilan keputusan dalam uji multikolonieritas adalah dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF.

**Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

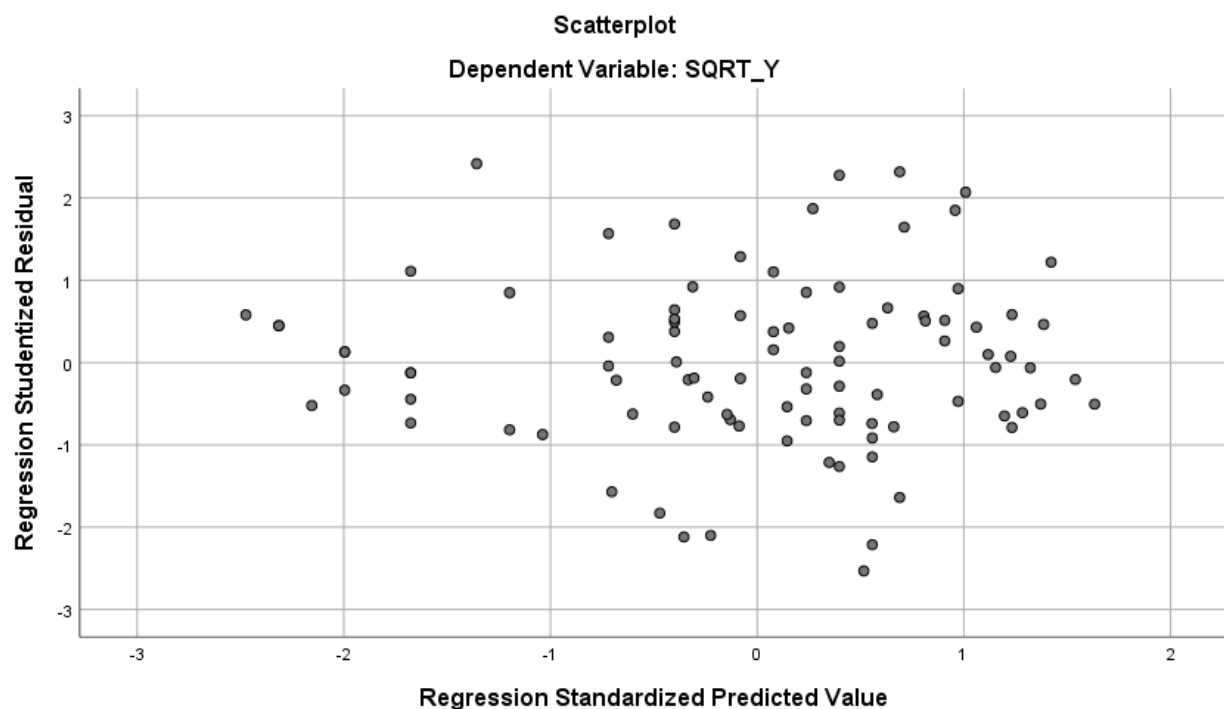
	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	,997	1,003
	PROFITABILITAS	,997	1,003

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Dari hasil uji Multikolinieritas yang disajikan pada tabel di atas menunjukkan bahwa pada variabel CSR memiliki *tolerance* sebesar 0,997 > nilai alpha 0,1 dan nilai VIF sebesar 1,003 < 10 yang berarti yang tidak terjadi multikolinearitas. Variabel Profitabilitas memiliki nilai *tolerance* dan VIF masing-masing 0,997 > nilai alpha 0,1 dan 1,003 < 10 yang berarti tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heterokedastisitas. model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas

Dengan melihat grafik scatterplot di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang terjadi antara suatu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi yang disebut penyimpangan autokorelasi. Model pengujian yang digunakan yaitu dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test) Hasil uji autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,617 ^a	,381	,367	,17632	1,154

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS, CSR

b. Dependent Variable: SQRT_Y

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *durbin-watson* adalah sebesar 1,154. Selanjutnya nilai ini dibandingkan dengan nilai tabel *durbin-watson* pada signifikansi 0,05 dengan rumus (k; n) adapun jumlah variabel independen adalah 2 atau k=2 sementara jumlah sampel adalah n=96, maka (k; n) = (2; 96). Dilihat dari tabel *durbin-watson* ditemukan nilai dL sebesar 1,6254, nilai *durbin watson* pada tabel model summary (d) sebesar 1,154 lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,7103 dan kurang dari (2-dU) $2 - 1.7103 = 0,2897$. Maka dapat disimpulkan ($1,7103 > 1,154 > 0,2897$) pada uji autokorelasi menggunakan *durbin-watson* tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi sederhana (*simple regression analysis*) adalah suatu analisis yang digunakan untuk meramalkan atau menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	,806	,035		22,882	,000
CSR	,497	,113	,360	4,399	,000
PROFITABILITAS	-2,181	,370	-,482	-5,894	,000

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Model Regresi Linier Berganda

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

$$Y = 0,806 + 0,497.X_1 - 2,181.X_2 + e$$

$$X_1 = X_2 = 0 \rightarrow Y = 0,806$$

Berdasarkan hasil pengujian regresi, nilai koefisien regresi variabel Csr senilai 0,497 dan nilai probabilitas adalah -2,181. Nilai koefisien regresi variabel CSR senilai 0,497 dan nilai probabilitas adalah 0,000. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan. Nilai koefisien regresi variabel Profitabilitas senilai -2,181 dan nilai probabilitas adalah 0,000. Nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan.

Hasil Uji Parsial (Uji T)

Menurut (Fadilah & Febrianti, 2024), Kegunaan uji t untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dan dependen. Uji t dapat ditentukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai koefisien kepercayaan yang digunakan pada taraf 95% (tingkat signifikansi 5%).

**Tabel 6. Hasil Uji T
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,806	,035		22,882	,000
CSR	,497	,113	,360	4,399	,000
PROFITABILITAS	-2,181	,370	-,482	-5,894	,000

a. Dependent Variable: SQRT_Y

Berdasarkan Hasil uji dapat dijelaskan sebagai berikut:

- CSR dalam tabel menghasilkan bahwa t- hitung CSR memperoleh nilai yaitu 4,399 dengan t-tabel yaitu sebesar 1.98580. Maka jika dibandingkan t-tabel dengan t-hitung, nilai t-hitung lebih kecil dibandingkan t-tabel. Dan dari nilai signifikan yang diperoleh yaitu 0,000 lebih kecil dari 0.05. maka dapat disimpulkan CSR memiliki pengaruh positif signifikan pada Nilai Perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- Profitabilitas dalam tabel menghasilkan bahwa t-hitung Profitabilitas memperoleh nilai yaitu -5,894 dengan t-tabel yaitu sebesar 1.98580. Maka jika dibandingkan t-tabel dengan t-hitung, nilai t-hitung lebih kecil dibandingkan t-tabel. Dan dari nilai signifikan yang diperoleh yaitu 0,000 lebih kecil dari 0.05. maka dapat disimpulkan profitabilitas memiliki pengaruh Negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Hasil Uji F

Uji Simltan (Uji f) di gunakan untuk menguji apakah substruktur model yang digunakan signifikan atau tidak, sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh terhadap variabel (Juniarsa & Idayati, 2021).

**Tabel 7. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1,776	2	,888	28,562	,000 ^b
Residual	2,891	93	,031		
Total	4,667	95			

a. Dependent Variable: SQRT_Y

b. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS, CSR

Berdasarkan tabel ANOVA diatas, diperoleh nilai F hitung sebesar 28,562 sedangkan nilai F tabel sebesar 3.09 sehingga dapat disimpulkan F hitung > F tabel (15,454 > 3.09) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05). Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Untuk melihat seberapa besar variabel-variabel bebas mampu memberikan penjelasan mengenai variabel terikat maka perlu dicari nilai koefisien determinasi (R²).

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,617 ^a	,381	,367	,17632	1,154

a. Predictors: (Constant), PROFITABILITAS, CSR

b. Dependent Variable: SQRT_Y

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R²), nilai R-squared sebesar 0,381 atau 38,1%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen terdiri dari CSR dan Profitabilitas menjelaskan bahwa variabel Nilai Perusahaan sebesar 38,1% sedangkan sisanya 61,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam variabel ini seperti leverage, ukuran perusahaan dan pertumbuhan aset.

Pembahasan

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

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini maka variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai perusahaan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai profitabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Kenaikan satu unit pada *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aggraini et al (2024) yang berjudul Pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, CSR memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan, yang sejalan dengan Pratama & Serly (2024) & Sulbahri (2021).

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini maka variabel Profitabilitas berpengaruh Nilai Perusahaan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai profitabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Kenaikan satu unit pada Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kenaikan satu unit pada Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kasman & Utami (2023) yang berjudul Pengaruh ROE, ROA, NPM Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Textil Dan Garmen Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

SIMPULAN

Corporate Social Responsibility (CSR) secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan CSR dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan para pemangku kepentingan, meningkatnya reputasi, dan meningkatnya kepercayaan konsumen. Hasilnya adalah meningkatnya daya tarik investor, loyalitas konsumen dan Berkembangnya prospek komersial jangka panjang. Profitabilitas secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan kinerja keuangan dan efisiensi operasional yang kuat tercermin dari profitabilitas yang tinggi, yang meningkatkan kepercayaan investor, daya saing perusahaan, serta prospek pertumbuhan dan ekspansi, yang semuanya berkontribusi pada terciptanya nilai tambah jangka panjang bagi para pemangku kepentingan.

Penelitian ini memberikan wawasan berharga bahwa CSR dan profitabilitas bukan hanya faktor internal perusahaan, tetapi juga aspek penting yang menentukan daya saing, keberlanjutan, serta daya tarik perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian ini menggaris bawahi bahwa implementasi kebijakan yang mendukung CSR dan profitabilitas yang sehat tidak hanya berdampak positif pada perusahaan, tetapi juga menciptakan lingkungan bisnis yang lebih transparan, berkelanjutan, dan menarik bagi investor di pasar modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Aggraini, A., Istiqomah, J. N., Ayuni, I., Universitas 123, & Bengkulu, M. (2024). Pengaruh corporate social responsibility dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3).
- Alam, R. (2024a). Pengaruh debt to equity ratio, return on assets, ukuran perusahaan, capital intensity dan intellectual capital terhadap nilai perusahaan (Pada perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2022). *Jurnal Akuntansi*, 3(1).
- Alam, R. (2024b). Pengaruh debt to equity ratio, return on assets, ukuran perusahaan, capital intensity dan intellectual capital terhadap nilai perusahaan (Pada perusahaan subsektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020–2022). *Jurnal Akuntansi*, 3(1).
- Anwar, Sumual, C. J. E., Muliati, & Lestari, R. O. (2021). Profitabilitas dan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *Akuntabel*, 18(1). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Dzikir Nurul, A., Syahnur, & Tenriwaru. (2020). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi (Studi empiris pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016–2018). <https://www.idx.co.id>
- Edinov, S., Rahim, R., & Hamidi, M. (2022). Pengaruh mekanisme corporate governance, profitability, dan firm size terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Owner*, 6(3), 3305–3311. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1091>
- Erawati, T., & Cahyaningrum, D. (2021). Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel pemoderasi (Studi kasus perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015–2019).
- Ernawati, P. T., & Tritanto. (2024). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap pembagian dividen pada perusahaan perbankan konvensional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016–2020. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 722–737.
- Fadilah, A., & Febrianti, R. (2024). Pengaruh return on asset dan dividen payout ratio terhadap nilai perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di PT Bursa Efek Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 27–41. <https://doi.org/10.37012/ileka.v5i1.2132>
- Fana, A. A. A., & Prena, G. D. (2021). Pengaruh corporate social responsibility, good corporate governance, dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018–2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 6(2).
- Fasya, D., & Hidayat, N. (2021). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, good corporate governance, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. <https://journal.unimma.ac.id>

- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irdawati, Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rahandri, D. (2022). Pengaruh corporate social responsibility, struktur modal, enterprise risk management dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Bisnis*, 1(4). www.cnbcindonesia.com
- Krisnando. (2019). Pengaruh return on asset terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajerial sebagai variabel moderasi. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 28(2). www.idx.co.id
- Laksono, B. S., & Kusumaningtias, R. (2021). Pengaruh good corporate governance terhadap kinerja keuangan dan nilai perusahaan sektor aneka industri tahun 2016–2018. *Jurnal Akuntansi Unesa*, 9(2).
- Merllizcha, C., & Triyonowati. (2024). Pengaruh ROA, ROE dan GPM terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverage di BEI. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Nabila, & Wuryani, E. (2021). Pengaruh good corporate governance, ukuran perusahaan, dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 74–87.
- Pratama, A. P., & Serly, V. (2024). Pengaruh penerapan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(3), 1285–1301. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1699>
- Sari, R., & Febrianti, R. A. (2021). Moderasi profitabilitas atas pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(2).
- Savira, M., & Romi, F. (2024). Pengaruh current ratio, debt to equity ratio dan return on equity terhadap nilai perusahaan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(4), 274–285. <https://doi.org/10.62421/jibema.v1i4.23>
- Sugiono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif*. Alfabeta.
- Susila, I. M. P., & Prena, G. D. (2019). Pengaruh keputusan pendanaan, kebijakan dividen, profitabilitas dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi: Kajian Ilmiah Akuntansi (JAK)*, 6(1), 80. <https://doi.org/10.30656/jak.v6i1.941>
- Wardoyo, D. U., Rahmadani, R., & Hanggoro, P. T. (2022). Good corporate governance dalam perspektif teori keagenan. *Ekoma: Jurnal Ekonomi*, 1(1).
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2019). Pengaruh corporate social responsibility dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan: Studi empiris pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas*, 2(2). www.jaga.unand.ac.id
- Zurriah, R. (2021). Pengaruh free cash flow terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 21(1), 101–106. <https://doi.org/10.30596/jrab.v21i1.6530>