

Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023

¹Putri Awaliyah Rahma Pulungan, ²Suriana, ³Widia Wardani

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi, Universitas Alwashliyah

Email : putriawalia689@gmail.com, suriana7771@gmail.com,
wardaniwidia48@gmail.com

Corresponding Author : putriawalia689@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, and Leverage on Company Value, both partially and simultaneously, in companies that are the research samples. The method used is multiple linear regression analysis with a sample size of 54 companies. The independent variables in this study are CSR, Profitability, and Leverage, while the dependent variable is Company Value. The results of the t-test analysis show that: (1) the CSR variable has a significant negative effect on company value with a calculated t value of $-2.293 < t \text{ table } 1.675$ and a significance of $0.026 (< 0.05)$; (2) the Profitability variable does not have a significant effect with a calculated t value of $0.594 < t \text{ table } 1.675$ and a significance of $0.555 (> 0.05)$; and (3) the Leverage variable has a negative but not significant effect with a calculated t value of $-0.300 < t \text{ table } 1.675$ and a significance of $0.765 (> 0.05)$. Simultaneously, the F-test results show a calculated F-value of $1.929 < F\text{-table } 2.79$ with a significance level of $0.137 (> 0.05)$, indicating that CSR, Profitability, and Leverage collectively have no significant effect on firm value. The Adjusted R^2 value of 0.019 indicates that the variation in firm value can only be explained by the three independent variables by 1.9%, while the remaining 98.1% is explained by other factors outside this research model. This study implies that companies need to manage CSR and debt use more wisely and improve profitability quality to positively impact firm value.

Keywords : Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Firm Value

1. Pendahuluan

Dalam lingkungan bisnis yang terus berubah, perusahaan-perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaan-nya untuk tetap kompetitif dan menarik investor. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kepercayaan investor untuk berinvestasi, sehingga perusahaan dapat mencapai pertumbuhan laba yang konsisten dan meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Menurut Indraini (2019:2), Nilai perusahaan adalah tanggapan seorang investor terhadap keberhasilan seorang manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang telah diamanahkan kepadanya yang sering dihubungkan juga dengan harga saham. Nilai perusahaan ialah harga yang akan diperoleh suatu perusahaan atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang dapat dilihat secara publik. Keberhasilan perusahaan saat ini tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari kemampuannya dalam mengelola tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kepedulian atau perhatian yang diberikan oleh perusahaan atas rasa tanggung

jawab suatu perusahaan kepada lingkungan, baik lingkungan sosial maupun lingkungan fisik sekitar tempat perusahaan berada. Menurut Muchtar & Lucky (2022:48), Pelaksanaan CSR memberikan 4 manfaat utama bagi perusahaan, yaitu reputasi positif, kemampuan menghadapi masalah sosial dan lingkungan, rasa hormat dari masyarakat, dan perlindungan operasional dari gangguan lingkungan. Menurut Ambar (2008), Perusahaan yang konsisten dalam pelaksanaan CSR dalam jangka waktu yang panjang tentu dapat membuat masyarakat menerima kehadiran perusahaan yang dapat memberikan keuntungan ekonomi yaitu peningkatan nilai perusahaan.

PT. Pertamina sudah sering mengalami kebocoran tangki minyak di beberapa wilayah, salah satu contohnya ialah kebocoran tangki minyak di desa Tuban, pada minggu 09 Juni 2024 sekitar pukul 22:00 WIB. Hal ini membuat PT. Pertamina harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang dirugikan, yaitu masyarakat sekitar yang merasa terganggu oleh aroma minyak yang menyengat dan membuat pusing warga desa, dengan demikian tentunya perusahaan harus mengeluarkan anggaran CSR. Perusahaan yang menguntungkan dapat menjalankan operasionalnya dengan lancar dan memiliki akses lebih mudah mendapatkan modal dari luar. Profitabilitas yang tinggi juga dapat meningkatkan minat investor dan nilai perusahaan.. Menurut Riaputri (2012:3), Perusahaan membutuhkan profitabilitas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan operasionalnya. Jika tidak, maka pencarian dana eksternal menjadi alternatif untuk menjaga keberlangsungan usaha.

Perusahaan yang kekurangan dana dapat diatasi dengan pinjaman, baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang berdampak pada tingkat leverage perusahaan. Menurut Eny, Ruci, dan Ika (2022:6), Penggunaan dana pihak luar membawa risiko besar bagi perusahaan, namun perusahaan besar dengan aset besar lebih mudah mengakses pasar modal untuk memperoleh dana. Hutang yang tinggi dapat menurunkan nilai perusahaan karena meningkatkan risiko dan beban tetap, sehingga mengurangi keuntungan dan membuat investor khawatir tentang pengembalian investasi.

Dalam penelitian Miftakhul (2021), yang telah selesai melakukan penelitian terkait pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan, mengungkapkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Zafirah & Agus (2024), yang menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun dalam penelitian Miftakhul (2021), dan Inna (2024), yang meneliti pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, menemukan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berbeda dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Tri (2022), yang membuktikan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada hasil penelitian Miftakhul (2021), yang meneliti pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan, menemukan bahwa leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun berbeda dengan hasil penelitian Tri (2022), yang memberikan pembuktian bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan, dan Untuk mengetahui pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Landasan Teori

Nilai perusahaan merupakan suatu harga yang mampu membuat investor bersedia membayar perusahaan tersebut apabila dijual. Namun berbeda dengan perusahaan terbuka atau go public, indikator nilai perusahaan tersebut dapat ditentukan melalui harga saham yang diperdagangkan dipasar modal, hal ini dikarenakan seluruh keputusan keuangan akan dipertimbangkan didalamnya (Annisa, 2021).

Investor akan menilai suatu perusahaan melalui tingkat keberhasilan perusahaan tersebut dalam mengelola sumber daya dimasa lalu, sekarang, dan kemungkinan mampu mempertahankan keberhasilan tersebut dimasa mendatang. Tujuan utama suatu perusahaan adalah mencapai titik maksimal nilai perusahaan, karena nilai perusahaan mampu memberikan puncak kemakmuran kepada pemegang saham apabila meningkatnya harga saham perusahaan (Rahayu, 2020).

Meningkatnya nilai perusahaan merupakan suatu pencapaian prestasi yang sesuai dengan tujuan perusahaan, jika hasil dari nilai perusahaan meningkat maka meningkat pula kesejahteraan seluruh pemilik. Tingginya nilai terhadap suatu perusahaan maka dapat membuat pasar percaya terhadap kinerja perusahaan, baik kinerja pada saat ini maupun prospek perusahaan dimasa depan. Apabila suatu perusahaan dapat diperkirakan sebagai perusahaan yang memiliki performa yang bagus dimasa yang akan datang, maka nilai terhadap saham perusahaan akan menjadi semakin tinggi. Namun sebaliknya, apabila suatu perusahaan dinilai kurang mampu untuk menunjukkan performa baiknya, maka harga saham perusahaan tersebut menjadi lemah (Azh). Menurut Lela (2019) *Corporate Social Responsibility* adalah strategi bisnis yang memadukan tanggung jawab sosial dalam proses operasional perusahaan, sehingga menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Konsep CSR berbasis pada tiga pilar pokok, yaitu profit, people dan planet (3P), yang menekankan bahwa tujuan bisnis harus seimbang antara pencapaian keuntungan, kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Perusahaan memiliki tanggung jawab yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada kewajiban finansial dan hukum kepada pemegang saham, tetapi juga memiliki kewajiban sosial untuk memenuhi kepentingan dan harapan berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan, termasuk stakeholder.

Menurut Richardson (1999) perilaku sosial dan lingkungan perusahaan adalah tindakan yang diambil secara sukarela oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan. Pertumbuhan industri yang pesat menimbulkan tantangan bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi yang mempertimbangkan isu-isu sosial dan lingkungan, sehingga dapat memastikan kesuksesan dan keberlanjutan dalam jangka panjang.

Menurut Retno (2006) dalam Miftakhul (2021) CSR adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui kerja sama yang efektif dengan berbagai pihak, termasuk karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat umum. Laporan CSR disajikan dalam bentuk sustainability reporting, merupakan pelaporan yang menyajikan informasi tentang kebijakan, dampak, dan kinerja suatu organisasi dalam aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial, dalam rangka mencapai pembangunan berkelanjutan. (Ari, 2018).

Menurut Ulfa (2023) profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang menguntungkan, sehingga mampu meningkatkan permintaan saham dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian Pebri (2021) Miftakhur (2021) dan Desi (2024) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa tingkat perolehan laba yang tinggi dalam pengembalian investasi perusahaan tentu akan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor karena memiliki kinerja yang baik.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu 6 bulan, yakni dari bulan Januari sampai dengan Juni 2025. Hal waktu 6 bulan ini dilakukan peneliti harus memperoleh situs dari website www.idx.co.id. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data yang diaplikasikan pada penelitian ini adalah data sekunder, artinya data yang dihasilkan tidak secara langsung dari sumber pertamanya, namun dari sumber lain yang sudah ada.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui Statistik deskriptif memiliki peran krusial dalam penelitian karena memberikan gambaran tentang sifat utama variabel dan profil responden. Dengan menerapkan analisis statistik deskriptif, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas tentang data, termasuk ukuran pemusatan seperti rata-rata, ukuran penyebaran seperti standar deviasi dan varian, serta bentuk distribusi data yang ditunjukkan oleh skewness dan kurtosis (Ghozali, 2021).

Penelitian ini menggunakan variabel independen seperti Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Leverage, yang dianggap memiliki dampak penting terhadap variabel dependen yang menjadi fokus penelitian.

4. Hasil dan Pembahasan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

CSR berpengaruh negatif signifikan ke nilai perusahaan. Makin tinggi CSR, nilai perusahaan makin turun (koefisien -0,955, Sig 0,026 < 0,05). Hasilnya konsisten sama penelitian Zafira dan Agus. Namun, hasil ini tidak sejalan dengan Miftakhul yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan sektor perusahaan yang diteliti atau indikator pengungkapan CSR yang digunakan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Variabel

Profitabilitas menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,007 dengan nilai signifikansi 0,555 (> 0,05). Hal ini berarti bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan kata lain, tingkat profitabilitas perusahaan dalam penelitian ini tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan secara signifikan. Hasil ini tidak mendukung penelitian Miftakhul dan Inna Hariyani yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil ini sejalan dengan Tri Lasini yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemungkinan penyebabnya adalah profitabilitas perusahaan yang cenderung fluktuatif atau manajemen laba yang membuat laba tidak mencerminkan kinerja riil perusahaan.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage berpengaruh negatif tapi nggak signifikan ke nilai perusahaan (koefisien -0,455, Sig 0,208 > 0,05). Jadi, leverage tinggi nggak berarti nilai perusahaan juga tinggi. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Miftakhul yang menyatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian Miftakhul menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat leverage, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Namun, hasil penelitian ini justru menunjukkan hasil yang berbeda, yaitu leverage memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan hasil ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang membedakan antara penelitian ini dengan penelitian Miftakhul. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Tri Lasini yang menyatakan bahwa leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian Tri Lasini juga menunjukkan bahwa tingkat leverage yang tinggi tidak secara signifikan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini dan penelitian Tri Lasini menunjukkan bahwa leverage tidak selalu menjadi factor pengaruh nilai perusahaan.

Perbedaan hasil dapat disebabkan oleh tingginya beban utang yang menimbulkan risiko finansial. Risiko finansial ini dapat membuat investor cenderung menilai perusahaan dengan leverage tinggi memiliki prospek yang kurang baik dalam meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan harus dapat mengelola utang dengan baik agar tidak menimbulkan risiko finansial yang besar. Dalam mengelola leverage perusahaan harus dapat mempertimbangkan beberapa faktor, seperti kemampuan perusahaan dalam membayar bunga dan pokok utang, serta kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Dengan demikian, perusahaan dapat menggunakan leverage dengan efektif dan efisien untuk meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa leverage tidak selalu menjadi faktor yang menentukan nilai perusahaan, sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

5. Kesimpulan

CSR berpengaruh negatif signifikan ke nilai perusahaan (thitung -2,293 < tabel 1,675, Sig 0,026 < 0,05). Profitabilitas nggak berpengaruh signifikan ke nilai perusahaan (thitung 0,594 < ttabel 1,675, Sig 0,555 > 0,05). Leverage berpengaruh negatif tapi nggak signifikan ke nilai perusahaan (thitung -0,300 < ttabel 1,675, Sig 0,765 > 0,05). Secara simultan, CSR, Profitabilitas, dan Leverage nggak berpengaruh signifikan ke nilai perusahaan (Fhitung 1,929 < Ftabel 2,79, Sig 0,137 > 0,05)..

6. Daftar Pustaka

- Ambar, J. (2008). Corporate Social Responsibility (CSR) dalam praktikum di Indonesia. PT Elex Media Komputindo.
- Anisa, Hermuningsih, S., & Maulida. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, kebijakan dividen dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(2), 321–335. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i2.748>
- Darwin, A. (2004, Desember 13–15). Penerapan sustainability reporting di Indonesia [Presentasi kertas kerja]. Konvensi Nasional Akuntansi V, Program Profesi Lanjutan, Yogyakarta, Indonesia.
- Devita Sari, E. W., & Subardjo, A. (2021). Pengaruh keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(2), 263–276.
- Fista, B. F., & Widyawati, D. (2017). Pengaruh kebijakan dividen, pertumbuhan penjualan, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 6(5), 2051–2070.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2016). Teori portofolio dan analisis investasi (Edisi 10). BPFE FEB UGM.
- Indraini, S. (2022). Nilai perusahaan melalui kualitas laba. Scopindo Media Pustaka.
- Karimah, N. U. (2023). Pengaruh profitabilitas, keputusan pendanaan dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
- Kasmir. (2018). Analisis laporan keuangan (Edisi 1, Cetakan 11). Rajawali Pers.

- Kurniawan, N., & Mawardi, W. (2017). Analisis pengaruh profitabilitas, keputusan investasi, keputusan pendanaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *Diponegoro Journal of Management*, 6(2), 1–11.
- Maryanti, E., Rahayu, R. A., & Rahayu, I. P. M. (2022). Profitabilitas, leverage, corporate social responsibility dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Online Insan Akuntansi*, 7(2), 185–198.
- Muchtar, L., dkk. (2022). Teori dan praktis untuk manajemen yang bertanggung jawab. *Widina Bhakti Persada*.
- Nur Maqfida, M. (2021). Pengaruh profitabilitas, leverage, dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur periode 2016-2019 [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Retno, R. D., & Priantinah, D. (2012). Pengaruh good corporate governance dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Nominal*, 1(1), 84–103.
- Riaputri. (2012). Pengaruh kebijakan dividen, kebijakan hutang, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 3(1).
- Sabrina, & Hidayat. (2024). Pengaruh informasi akuntansi biaya dan CSR terhadap nilai perusahaan sub sektor makanan dan minuman. *Jurnal Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)*, 9(1), 27–36.
- Sembiring, O. S., Nainggolan, H., & Nurlinda. (2022). Penerapan Altman Z-Score modifikasi dalam memprediksi kebangkrutan pada perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, [Informasi Volume/Nomor Diperlukan].
- Siregar, E. I. (2021). Kinerja keuangan terhadap profitabilitas sub sektor konstruksi. Penerbit NEM.
- Solimun, Armanu, & Rinaldo, A. A. (2018). Metodologi penelitian kuantitatif perspektif sistem (Mengungkap dan memenuhi validitas penelitian). UB Press.
- Sri Sulistyanto. (2018). Manajemen laba (Teori & model empiris). Grasindo.
- Sugiyono. (2021). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 3). Alfabeta.
- Sumolang, A., Tumiwa, J., & Mandey, S. (2021). Proses kebangkrutan akibat kegagalan bisnis perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 101–110.
- Syahputra, A. (2024). Analisis kinerja keuangan dan prediksi kebangkrutan perusahaan. *Mitra Wacana Media*.
- Toto, P. (2011). Analisis laporan keuangan: Teori dan aplikasi. PPM.
- Wardani, H. K., & Rachman, A. N. (2022). Analisis financial distress pada perusahaan manufaktur dan property yang terdaftar di BEI. *Prosiding SENKIM: Seminar Nasional Karya Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 68–86.
- Wati, L. N. (2023). Model Corporate Social Responsibility (CSR). Myrie Publisher.
- Widyatama, J. (2020). Pengaruh profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1767–1788.
- Zmijewski, M. E. (1984). Methodological issues to the estimation of financial distress prediction models. *Journal of Accounting Research*, 22(1), 59–82.
- Zutter, C. J., & Smart, S. B. (2022). Principles of managerial finance (15th ed.). Pearson.