

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia semakin pesat saat ini, ditandai dengan banyaknya bisnis baru di luaran yang mulai bermunculan. Hal ini tentunya berpengaruh besar terhadap iklim usaha di Indonesia. Fenomena ini akan menyebabkan terjadinya persaingan antar perusahaan menjadi semakin ketat, untuk menjaga agar kelangsungan hidup perusahaan tetap terjaga, salah satu usaha yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah proses yang sudah dilalui oleh suatu perusahaan untuk pandangan dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya (Pambudi & Ahmad, 2022) oleh karena itu, untuk mempertahankan kegiatan usaha dan bersaing dengan perusahaan lain, banyak hal yang dibutuhkan oleh perusahaan yaitu strategi, ide-ide baru, kepercayaan pelanggan, dan modal yang cukup besar. Persaingan antara perusahaan tidak hanya sebatas persaingan di pasar barang namun juga persaingan di pasar modal. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modal, harga saham yang ditawarkan merupakan indikator dari nilai perusahaan. Tinggi rendahnya nilai perusahaan ditentukan oleh kinerja keuangan yang disajikan dalam informasi laporan keuangan tahunan perusahaan.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, umumnya perusahaan mempunyai dua tujuan yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek dari didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk menghasilkan laba yang maksimal. Dengan demikian secara terus menerus perusahaan dapat berkembang pesat dan memberikan pengembalian modal yang menguntungkan bagi pendiri perusahaan agar dapat digunakan untuk mensejahterakan perusahaan. Dan tujuan jangka panjang dari didirikannya sebuah perusahaan adalah untuk mempertahankan kelangsungan berdirinya usaha dan untuk meningkatkan nilai perusahaan (Putri, 2018).

Nilai perusahaan merupakan aspek penting bagi sebuah perusahaan, terutama bagi para pemegang saham dan calon investor. Karna nilai perusahaan mencerminkan kekayaan bersih perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham, semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kekayaan yang dimiliki pemegang saham. Nilai perusahaan juga dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan, peningkatan nilai perusahaan yang semakin baik dari waktu ke waktu menunjukkan kinerja yang baik. Dan nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan kondisi saat ini, tetapi juga ekspektasi investor terhadap prospek perusahaan di masa mendatang. Nilai perusahaan ini diproksikan melalui PBV (*Price to Book Value*) yang menggambarkan seberapa besar pasar akan menghargai nilai pada buku perusahaan. Tingginya rasio PBV dapat disimpulkan bahwa dengan keberhasilan suatu perusahaan akan menciptakan nilai bagi semua pemegang saham (Digdowiseiso & Akendy, 2023).

Kinerja keuangan perusahaan merupakan faktor penting untuk memperoleh informasi apakah perusahaan sudah mengalami perkembangan atau justru mengalami penurunan. Melalui rasio keuangan dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan dalam mengelola aset dan modal yang dimiliki untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Biasanya para investor melakukan peninjauan dengan melihat rasio keuangan sebagai evaluasi investasi. Dalam beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa ada beberapa rasio keuangan seperti Rasio Likuiditas, Rasio Profitabilitas, Rasio Solvabilitas, dan Rasio Aktivitas, Pada penelitian ini untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan analisis rasio keuangan, yaitu Rasio Profitabilitas.

Salah satu indikator yang sering dilihat oleh para investor adalah rasio profitabilitas. Alasan penggunaan rasio profitabilitas dalam mempengaruhi nilai perusahaan pada penelitian adalah karena rasio profitabilitas digunakan untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Semakin tinggi nilai profitabilitas suatu perusahaan, maka akan menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya. Jika saham perusahaan semakin diminati oleh para investor, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat.

Menurut Brealey, Myers, dan Marcus (2013), nilai pemegang saham tergantung pada keputusan berinvestasi yang baik dan operasi usaha pada suatu perusahaan yang menguntungkan. pemegang saham akan tertarik untuk berinvestasi pada sebuah perusahaan yang kinerja perusahaannya baik. Kinerja perusahaan dapat dilihat melalui bagaimana kemampuan perusahaan dalam mendapatkan keuntungan pada kegiatan operasional perusahaannya. Dari keuntungan yang didapat perusahaan dinilai bisa dipercaya kalau kelangsungan hidup perusahaan pada masa yang akan datang dapat dipertahankan. Bagi investor informasi mengenai profitabilitas menjadi kebutuhan yang sangat mendasar dalam kebutuhan pengambilan keputusan berinvestasi di pasar modal. Informasi tersebut dapat mengurangi ketidakpastian dan resiko yang mungkin terjadi, sehingga keputusan yang diambil akan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Indikator rasio profitabilitas yang digunakan pada penelitian ini adalah *Return on Assets* (ROA), dan *Return on Equity* (ROE).

Return on Asset (ROA) merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada. Penelitian oleh Alfika & Azizah, (2020) menemukan bahwa *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa perusahaan mampu mengelola aset nya dengan baik sehingga perusahaan dapat memperoleh laba dengan maksimal, sehingga perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan nya. Berbeda dengan penelitian Ali et al., (2021) yang menyatakan bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, berarti tingkat pengembalian aset dengan nilai perusahaan berlawanan arah dimana jika ROA turun maka akan meningkatkan nilai perusahaannya begitu pula sebaliknya jika ROA naik maka variabel nilai perusahaan juga akan mengalami penurunan.

Return on Equity (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba menggunakan modal yang ada. Dalam penelitian oleh Shenurti et al., (2022) *Return on Equity* (ROE) terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik

perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhani *et al.*, (2021) yang menyatakan bahwa ROE berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, berarti perusahaan yang baik akan memberikan sinyal yang jelas serta sangat bermanfaat untuk keputusan investasi maupun dalam menentukan keputusan.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu salah satunya *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE), selain 2 kinerja keuangan yang telah disebutkan terdapat faktor lain yang bisa mempengaruhi nilai perusahaan yaitu *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Dalam melaksanakan operasi bisnisnya, perusahaan tidak hanya melihat dari aspek *financial* nya saja. Akan tetapi perusahaan juga harus menyadari dan memahami tentang tanggung jawab mereka atas dampak operasi bisnisnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Pengukuran kinerja CSR dapat dilihat melalui laporan kegiatannya, yaitu dengan metode *content analysis* merupakan cara pemberian skor kepada pengukuran pengungkapan sosial laporan tahunan yang dilakukan dengan mengamati ada atau tidaknya *item* informasi yang ditentukan pada laporan keuangan. Dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sudah menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengungkapkannya didalam laporan tahunannya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan informasi non finansial yang sering digunakan sebagai dasar pertimbangan para calon investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan karena mencerminkan kinerja keuangan perusahaan tersebut (Harahap & Septiani, 2019).

Alasan Perusahaan subsektor industri *food & beverage* dijadikan objek pada penelitian ini karena perkembangan industri *food & beverage* di Indonesia semakin pesat. Industri *food & beverage* mendapat peluang yang lebih besar untuk bisa terus berkembang. Industri *food & beverage* nasional memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dilihat dari fenomena di atas, peluang untuk menanamkan investasi pada sektor *food & beverage* ini sangat menjanjikan, karena pasar masih terbuka lebar dengan jumlah penduduk yang besar. Pertumbuhan

ekonomi dan jumlah penduduk yang besar dapat menjadi penopang pertumbuhan pendapatan (kemenperin.go.id)

Penelitian di manufaktur secara umum sudah pernah dilakukan oleh Shenurti *et al.*, (2022) dengan hasil penelitian *Return on Equity* (ROE) mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif dan signifikan sedangkan *Return on Asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini dilakukan pengujian serupa namun mengambil 1 sektor dalam perusahaan manufaktur. Hasil penelitian ini juga akan menunjukkan apakah hasil dari subsektor *food & beverage* ini akan sejalan dengan penelitian terdahulu.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Analisis *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada Nilai Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food & Beverage* Periode 2018-2022.**

1.2 Rumusan Masalah

Dikarenakan isu penelitian ini akan menguji ROA, ROE dan CSR terhadap Nilai perusahaan, dimana struktur ROA, ROE dan CSR sebagai variabel independen dan nilai perusahaan sebagai variabel dependen, maka penelitian ini merumuskan permasalahan sebagai berikut:

Apakah *Return on Asset*, *Return on Equity*, dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Return on Asset*, *Return on Equity*, dan *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan manufaktur subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian yang dilakukan penulis ini diharapkan agar memiliki manfaat diantaranya:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis sehingga menambah ilmu, wawasan serta pemahaman mengenai Manajemen Keuangan dan *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi pembaca, serta dapat menjadi bahan perbandingan penelitian lain tentang Analisis *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) yang memengaruhi Nilai Perusahaan.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk pengambilan kebijakan oleh manajemen perusahaan mengenai tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan yang disajikan.

4. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan gambaran untuk mempertimbangkan aspek-aspek yang perlu diperhitungkan agar tidak salah dalam menanamkan modalnya kepada perusahaan yang tepat dan memiliki kepedulian sosial yang baik.

1.5 Kerangka Pemikiran

Seiring berkembangnya era globalisasi, pasar modal di Indonesia mengalami perkembangan yang begitu pesat, berkembangnya pasar modal di Indonesia menarik minat banyak investor. Namun sebelum memutuskan untuk berinvestasi, para investor memiliki kemampuan menganalisa potensi usaha yang ada pada perusahaan yang bersangkutan dengan harapan mendapatkan timbal balik keuntungan atas investasi yang dilakukan.

Pengaruh dari *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan digunakan sebagai pengambilan keputusan investor, yang dapat berdampak pada pertumbuhan laba yang memengaruhi nilai perusahaan, tingginya pertumbuhan laba dalam perusahaan dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut (Soniami *et al.*, 2021). Penelitian ini menggunakan data laporan keuangan dari perusahaan manufaktur pada subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022. Fokus penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang telah melakukan penelitian perusahaan manufaktur secara umum. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi perbandingan dan memperkaya hasil penelitian sebelumnya.

Metode analisis data yang akan diterapkan dalam pengujian meliputi uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Melalui analisis data ini, akan diungkap bagaimana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut adalah rangkaian langkah penelitian yang akan dijalankan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Menurut Suhatro Edi, (2009) *stakeholder* adalah suatu kelompok maupun individu yang dapat berpengaruh untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan atau mereka yang dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan pada saat perusahaan mengejar tujuannya. Teori *stakeholder* merupakan teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan akan bertanggung jawab. Tujuan dari manajemen *stakeholder* yaitu merancang metode untuk mengelola berbagai kelompok dan hubungan yang dihasilkan dengan cara yang strategis (Freeman dan McVea, 2001). Perusahaan harus menjaga hubungan *stakeholder* dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama para *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang dibutuhkan untuk aktivitas operasional perusahaan, misalnya tenaga kerja pasar atas produk perusahaan dll.

Salah satu strategi yang dapat dilakukan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder* perusahaan yaitu dengan melaksanakan CSR, dengan melaksanakan CSR perusahaan berharap keinginan dari *stakeholder* dapat terakomodasi sehingga dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Hubungan yang harmonis yang terjadi dapat berakibat pada perusahaan yang akan mencapai keberlanjutan dan kelestarian perusahaannya. Dan Menurut Chariri & Ghozali, (2007) *Stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Kuatnya dukungan *stakeholder* terhadap kegiatan perusahaan dapat meningkatkan *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan perusahaan. Perusahaan yang tidak memperhatikan *stakeholder*-nya akan sulit memperoleh dukungan sumber daya untuk meraih tujuan laba yang optimal walaupun kinerja perusahaan sudah baik (Saputri, 2020)

2.1.2 Teori Sinyal (Signaling Theory)

Signalling theory atau teori sinyal dikembangkan oleh Ros pada tahun 1997, menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan harus memiliki informasi yang lebih baik mengenai perusahaannya, sehingga terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Pendapat menurut Brigham dan Houston teori sinyal merupakan teori tentang pilihan tindakan manajemen dalam mengelola perusahaan dapat menjadi sinyal/petunjuk bagi investor mengenai penilaian manajemen untuk prospek bisnis di masa yang akan datang. Pengaruh signaling karena adanya *asymmetry information* antara manajemen dengan pemegang saham (Suripto, 2015).

Teori Sinyal menjelaskan tentang suatu perusahaan mempunyai dorongan dalam memberikan informasi atau mempublikasikan laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan tersebut bisa terjadi karena adanya asimetri informasi antara pihak internal dan eksternal. *Signaling Theory* adalah tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan panduan atau informasi untuk investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham & Joel, 2018). Teori ini menggambarkan bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan signal kepada pengguna laporan keuangan mengenai tindakan manager merealisasikan keinginan pemilik. Tujuan dari mempublikasi laporan keuangan yaitu memberikan informasi dan sinyal bagi pemegang saham dalam pengambilan keputusan investasi (Nurhayati & Amanah, 2019). Sebuah sinyal yang kredibel dapat menunjukkan perbedaan antara perusahaan yang memiliki kualitas tinggi dan perusahaan yang memiliki kualitas rendah (Dewi *et al.*, 2022).

2.1.3 Kinerja Keuangan

a. Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar (Nurhayati & Amanah, 2019).

Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang biasanya diukur dengan indikator kecukupan modal, likuiditas, dan profitabilitas (Ludfi & Firdaus, 2018).

Kinerja keuangan perusahaan bertujuan agar perusahaan dapat melakukan evaluasi dan meningkatkan kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Selain itu, juga untuk memperlihatkan kepada investor atau masyarakat bahwa perusahaan memiliki kredibilitas yang baik. Penilaian kinerja perusahaan merupakan suatu kegiatan yang sangat penting karena berdasarkan hasil penilaian tersebut ukuran keberhasilan perusahaan selama satu periode tertentu dapat diketahui hasil dari kinerja keuangan dapat dijadikan sebagai evaluasi untuk perusahaan di masa yang akan datang (Laksmi Dewi & Dharma Suputra, 2019).

b. Pengukuran Kinerja Keuangan

Pengukuran kinerja keuangan dilakukan melalui rasio keuangan (*financial ratio*). Rasio tersebut adalah cara untuk membandingkan dan menyelidiki hubungan yang ada diantara berbagai informasi keuangan. Pengukuran kinerja keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan laporan keuangan sebagai dasar untuk melakukan pengukuran kinerja. Pengukuran kinerja juga berarti membandingkan antara standar yang telah ditetapkan (misalnya berdasarkan peraturan menteri keuangan) dengan kinerja keuangan yang ada dalam perusahaan. Pengukuran kinerja keuangan bersifat kuantitatif dengan berdasarkan pada laporan keuangan (Sujarweni, 2007). Profitabilitas adalah besarnya kemampuan suatu perusahaan guna menghasilkan laba dengan memanfaatkan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan (Sari *et al.*, 2021). Adapun alat pengukuran yang

digunakan dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan rasio profitabilitas yaitu *Return on Asset* (ROA) dan *Return on Equity* (ROE).

2.1.4 *Return on Asset* (ROA)

Return on Asset (ROA) adalah salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan yang juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya. ROA adalah rasio yang mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh aset yang ada dari seluruh dana perusahaan, baik modal sendiri maupun modal pinjaman. Semakin tinggi rasio, maka semakin baik suatu perusahaan. Sebaliknya semakin kecil rasio, maka semakin kurang baik suatu perusahaan. Artinya rasio ini digunakan untuk mengukur efektivitas dari keseluruhan operasi perusahaan (Kasmir, 2017). *Return on Asset* (ROA) merupakan ukuran efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Berikut adalah kinerja keuangan rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rumus *Return on Asset* (ROA):

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

2.1.5 *Return on Equity* (ROE)

Return on Equity (ROE) merupakan salah satu alat utama investor yang digunakan dalam menilai kelayakan suatu saham. *Return on Equity* (ROE) merupakan salah satu alat paling sering digunakan investor untuk melakukan pengambilan keputusan untuk melakukan investasi. *Return on Equity* (ROE) mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan modal yang dimiliki perusahaan (Shenurti *et al.*, 2022).

ROE digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi ROE menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih.

Berikut adalah kinerja keuangan rasio profitabilitas yang diukur dengan menggunakan rumus *Return on Equity* (ROE):

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

2.1.6 Corporate Social Responsibility (CSR)

a. Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep dimana sebuah organisasi bisnis memiliki tanggung jawab terhadap seluruh *stakeholder* seperti pemegang saham, investor dan lingkungan yang berada dalam aspek sosial ekonomi dan lingkungan dan mempertimbangkan kepentingan masyarakat dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan perusahaan pada semua kalangan yang berkepentingan serta lingkungan mereka (Hambali & Huda, 2019). Di Indonesia sendiri undang-undang yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap perusahaan telah diatur pemerintah dalam UU No. 47 tahun 2012 tentang perusahaan sosial terkait kewajiban tanggung jawab sosial bagi Perseroan Terbatas (PT). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu tuntutan kebijakan yang disusun secara sistematis dan dibuktikan dengan tindakan nyata dari perusahaan. perusahaan akan mempertanggungjawabkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukan demi terciptanya tatanan kehidupan yang baik berdasarkan dengan ketentuan hukum (Hambali & Huda, 2019).

Berdasarkan pendapat dan regulasi di atas dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial dan lingkungan yang wajib dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku akibat dari kegiatan operasional agar terciptanya kelangsungan hidup yang baik.

b. Regulasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di Indonesia

Kewajiban perusahaan dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility (CSR)* diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 74 :

- 1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.
- 2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajiban.
- 3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi dengan ketentuan Peraturan Perundang-undangan.
- 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan di atur dengan Peraturan Pemerintah.

c. Manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) diterapkan karena memiliki keuntungan dan manfaat bagi yang menerapkannya. *Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat meningkatkan profitabilitas, akuntabilitas, menjaga komitmen karyawan, menurunkan perselisihan dengan masyarakat dan lingkungan, menjadi branding bagi perusahaan, serta meningkatkan nilai perusahaan.

Pada penelitian Rafid *et al.*, (2017) menyatakan bahwa ada 4 keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan apabila melaksanakan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, sebagai berikut :

1. Berkembangnya nilai, reputasi ataupun citra perusahaan dihadapan *stakeholder*. Pelaksanaan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan suatu perusahaan akan dipandang baik oleh seluruh pihak yang berkepentingan, karena sudah peduli dengan sosial dan lingkungan yang ada disekitarnya. Dengan demikian dapat diartikan bahwa perusahaan sudah menyerap dan mengelola sumber daya

2.1.7 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimal apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham (Rafid *et al.*, 2017). Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham perusahaan yang beredar, suatu perusahaan dikatakan memiliki nilai perusahaan yang baik apabila kinerja perusahaan juga baik.

Perusahaan yang dapat memperjualbelikan sahamnya adalah perusahaan terbuka yang sudah lolos penilaian dari IDX. Harga saham yang beredar di pasaran dapat berfluktuasi, bisa naik ataupun turun dan bisa pula tetap sama. Semakin tinggi peminat pemegang saham dari suatu perusahaan, maka harga dari perusahaan tersebut bisa menjadi naik, dan apabila permintaan dari harga saham tersebut rendah berbanding terbalik dengan penawarannya maka harga saham perusahaan tersebut cenderung turun. Bagi perusahaan terbuka harga saham yang diperjualbelikan di pasar modal merupakan indikator nilai perusahaan.

Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi lingkungan hidup. Terjaganya lingkungan hidup dan prospek yang pasti dengan rancangan yang telah dipersiapkan sedemikian rupa hingga penilaian masyarakat umum terhadap perusahaan semakin tinggi. Dengan demikian pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan (Rafid *et al.*, 2017).

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar dan dapat diukur dengan *price to book value* yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (Brigham & Gapenski, 2006). Nilai perusahaan dapat memberikan keuntungan yang maksimum untuk mensejahterakan pemegang saham apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula kekayaan pemegang saham.

Berikut adalah rumus Nilai Perusahaan yang digunakan:

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

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

2.2 Penelitian terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Azry (2022)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> dan Profitabilitas (ROA) ROE)	1) CSR tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. 2) GCG yang diproyeksikan melalui kepemilikan institusional tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. 3) GCG yang diproyeksikan melalui komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan 4) Profitabilitas yang diproyeksikan melalui ROA memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. 5) Profitabilitas yang diproyeksikan melalui ROE memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2	Alfika & Azizah (2020)	Pengaruh <i>Return On Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio</i> , dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: <i>Return On Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio</i> , dan	Secara simultan memperoleh hasil pengujian yaitu variabel <i>Return On Assets, Net Profit Margin, Debt To Equity Ratio</i> , berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Namun <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

No	NamaPeneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Manufaktur Sektor <i>Food and Beverages</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015- 2018	<i>Corporate Social Responsibility</i>	
3	Soniami et al., (2021)	Analisis Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Return On Assets</i> Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Return On Assets</i>	1) <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0.782. 2) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0.010. 3) <i>Return On Assets</i> (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi 0.000.
4	Nafisah et al., (2020)	Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) <i>Current Ratio</i> (CR), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Price Earning Ratio</i> (PER), <i>Total Asset Turnover</i> (TATO), dan <i>Earning Per Share</i> (EPS) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) <i>Current Ratio</i> (CR), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Price Earning Ratio</i> (PER), <i>Total Asset Turnover</i> (TATO), dan	Secara Parsial memperoleh hasil pengujian yaitu variabel <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Current Ratio</i> (CR), <i>Price Earning Ratio</i> (PER), <i>Total Asset Turnover</i> (TATO), dan <i>Earning Per Share</i> (EPS) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Variabel <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Dan Variabel <i>Return On Equity</i> (ROE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

No	NamaPeneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
5	Fera & Pranita (2019)	yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2015 Pengaruh <i>Good Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (Study Empiris Perusahaan yang Tercatat di LQ45 Periode 2016-2018)	<i>Earning Per Share</i> (EPS) Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER).	1) <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,005 2) <i>Return On Assets</i> (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 3) <i>Return On Equity</i> (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,031 4) <i>Debt To Equity Ratio</i> (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001.
6	Kartini et al., (2019)	Pengaruh <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE) dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Variabel Dependen: <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Variabel Independen: <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE) dan Ukuran Perusahaan	Hasil pengujian data dalam penelitian yaitu <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan perusahaan yang terdaftar di <i>Stock Exchange of Thailand</i> (SET) Tahun 2011-2017.
7	Susilaningrum (2016)	Pengaruh <i>Return On Assets</i> , Rasio Likuiditas, dan	Variabel Dependen: Nilai Perusahaan	Hasil pengujian data dalam penelitian menghasilkan bahwa semua variabel

No	NamaPeneliti, Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Rasio Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Sebagai Variabel Moderasi	Variabel Independen: Kinerja Keuangan yang ditinjau dari ROA, ROE, OPM, NPM, dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	independen dalam penelitian yaitu <i>Return On Assets</i> (ROA), <i>Return On Equity</i> (ROE), <i>Operating Profit</i> (OPM), <i>Net Profit</i> (NPM), dan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2.3 Perumusan Hipotesis

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

Kinerja keuangan perusahaan merupakan suatu gambaran tentang bagaimana kondisi dan keadaan keuangan di dalam suatu perusahaan yang dianalisis, sehingga dapat diketahui kondisi keuangan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Semakin tinggi kinerja keuangan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat dan sebaliknya apabila kinerja keuangan mengalami penurunan, maka nilai perusahaan akan turun. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Nafisah *et al.*, (2020) menyatakan bahwa secara parsial *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Return on Asset (ROA) merupakan salah satu dari *profitability ratio* (rasio laba). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan atau diinvestasikan dalam suatu periode. Berdasarkan penjelasan di atas dan hasil penelitian terdahulu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

2.3.2 Pengaruh *Return On Equity* (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Return on Equity (ROE) merupakan ukuran profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuangan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. ROE menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan modal sendiri sehingga besarnya ROE mengindikasikan tingkat efisiensi perusahaan dalam mengelola modal sendiri untuk menghasilkan keuntungan.

Semakin tinggi ROE semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan keuntungannya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fera & Pranita, (2019) menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,031. Berdasarkan penjelasan di atas dan hasil penelitian terdahulu dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

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

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

Menurut Supadi & Sudana, (2018) *Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen dalam melakukan keputusan, beroperasi secara legal dan ikut serta dalam meningkatkan ekonomi dengan peningkatan kualitas hidup keluarga serta karyawannya. *Corporate Social Responsibility* memuat pengertian yang luas yang berasal dari sekedar menyisakan dana bagi kegiatan-kegiatan sosial. *Corporate Social Responsibility* dapat menjadi keberlanjutan apabila program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri.

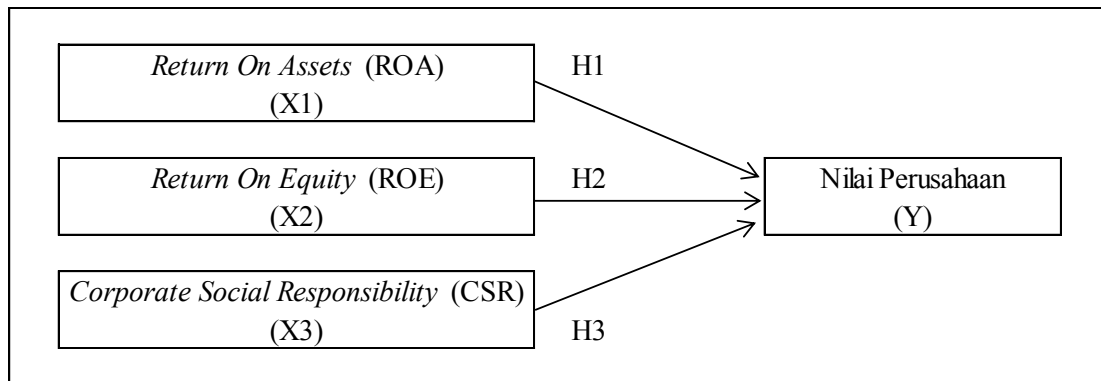
Mengembangkan kinerja perusahaan merupakan salah satu tujuan utama dari sebuah perusahaan. Rendahnya tingkat keuntungan mengakibatkan kesalahan pengambilan keputusan para investor sehingga kinerja perusahaan akan berkurang. Penelitian yang dilakukan oleh Soniami *et al.*, (2021) menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian yang dilakukan Susilaningrum, (2016) menjelaskan bahwa

Corporate Social Responsibility dapat meningkatkan kinerja pasar. Kinerja pasar memiliki pengaruh yang sangat positif terhadap nilai perusahaan.

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

H3: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia

2.4 Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian