

Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Nilai Perusahaan BUMN

Aula Nurul Ma'rifah^{1*}, Andri², Dewi Tradena³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: 08 Agustus 2023
Revised: 20 Agustus 2023
Accepted: 23 Agustus 2023
DOI : 10.57151/jeko.v2i2.259

KEYWORDS

Corporate Social Responsibility; Nilai Perusahaan; Profitabilitas

Corporate Social Responsibility; Firm Value; Profitability

CORRESPONDING AUTHOR

Nama : Aula Nurul Ma'rifah
Address: Kota Bandar Lampung, Lampung
E-mail : aulanurul15@gmail.com

A B S T R A C T

Persaingan dalam dunia bisnis semakin kompleks sehingga perusahaan dituntut untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya karena nilai perusahaan menjadi indikator perkembangan bisnis menunjukkan kondisi perusahaan atas kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan serta gambaran prospek dimasa depan. Namun beberapa BUMN mengalami permasalahan sehingga dikhawatirkan akan mempengaruhi nilai perusahaan dimasa depan. Keadaan demikian maka perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaannya dengan cara mengetahui berbagai faktor apa saja yang dapat melatarbelakangi keadaan tersebut sehingga dapat diminimalisir keadaan yang tidak baik bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan di Bursa Efek Indonesia. Metode penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan data sekunder dan sampel penelitian sebanyak 14 perusahaan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa variabel profitabilitas mampu mempengaruhi nilai perusahaan sedangkan pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Competition in the business world is increasingly complex so that companies are required to be able to maintain their survival because company value is an indicator of business development showing the condition of the company on public trust in company performance as well as a description of future prospects. However, some BUMNs are experiencing problems so that it is feared that it will affect the company's future value. In this situation, the company needs to maintain and increase its company value by knowing what factors can underlie this situation so that it can minimize conditions that are not good for the company. This study aims to determine the effect of profitability and corporate social responsibility disclosure on firm value in Indonesia Stock Exchange. This research method is quantitative research with secondary data and a research sample of 14 companies. Data analysis in this study used multiple linear regression. The results showed that the profitability variable was able to affect firm value while CSR (Corporate Social Responsibility) disclosure had no effect on firm value.

PENDAHULUAN

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompleks dikarenakan berkembangnya inovasi, kreativitas, dan jumlah perusahaan yang terus melakukan pengembangan sehingga persaingan dihadapkan pada kondisi yang rumit. Keadaan rumit tersebut membuat mau tidak mau perusahaan harus menyusun ide, strategi, maupun mencari ide guna mempertahankan kelangsungan hidupnya (Sembiring & Trisnawati, 2019). Keadaan demikian dikarenakan perusahaan memiliki tujuan agar dapat mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan maupun guna mensejahterakan ataupun memakmurkan para pemilik perusahaan (Satriani et al., 2021). Selain itu, perusahaan baik dalam skala besar maupun menengah memiliki tujuan guna memaksimalkan atau meningkatkan nilai perusahaan yang dapat tergambarkan atas harga sahamnya di bursa efek (Arifianto & Chabachib, 2016). Artinya, perusahaan berusaha agar harga saham di bursa efek tidak menurun karena menjadi suatu cerminan atas nilai perusahaan itu sendiri. Dalam rangka membuat investor agar tertarik pada perusahaan menjadi salah satu tujuan guna perusahaan agar mampu membuat nilai perusahaan meningkat sehingga dapat dikatakan jika nilai perusahaan merupakan harga atau nominal tertentu yang mampu dibayar pembeli jika suatu hari nanti perusahaan tersebut dijual (Rutin et al., 2019). Perusahaan yang telah *go public* atau perusahaan yang telah menawarkan sahamnya kepada masyarakat secara umum

maka nilai perusahaan sendiri memiliki makna yaitu sebagai persepsi investor terhadap perusahaan itu sendiri (Sintyana & Artini, 2018).

Nilai perusahaan menjadi suatu aspek penting yang dapat dilihat oleh para calon investor atau para calon pemegang saham sebelum mereka membuat ataupun melakukan keputusan investasi pada suatu perusahaan (Fenandar & Raharja, 2012). Jika investor merasa bahwa investasi yang akan dilakukannya bernilai positif dan baik untuk dirinya maka keputusan investasi akan dibuat karena investor menginginkan keuntungan pada tingkat tertentu dalam investasi yang dilakukannya (Nurvianda et al., 2018). Begitupun sebaliknya, investor akan mengurungkan niatnya dalam melakukan investasi jika tidak mendapatkan keuntungan pada suatu tingkat tertentu sehingga penting bagi perusahaan agar nilai perusahaannya dimaksimalkan (Hutapea et al., 2021). Peningkatan nilai perusahaan setiap tahunnya menjadi sebuah hambatan keberhasilan perusahaan tersebut dalam menjalankan usahanya (Dzahabiyya et al., 2020). Besarnya nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan yang telah *go public* mengingat keberadaannya dengan nilai yang tinggi tentu akan diikuti oleh makmurnya para pemegang saham dan kemakmuran pemegang saham tentu akan membuat perusahaan mendapatkan dampak positif terhadapnya (Febriana et al., 2016). Dapat dikatakan juga bahwa nilai perusahaan merupakan suatu harga tertentu yang dapat dibayarkan atau calon investor bersedia untuk membayarnya dengan nominal tertentu jika perusahaan tersebut dijual. Keadaan demikian menunjukkan jika perusahaan melakukan sesuatu guna memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting dilakukan guna kemakmuran para pemegang saham (Irawan & Nurhadi, 2019). Namun, pada beberapa perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) sempat mengalami penurunan dan berita tidak baik sehingga menjadikan investor berhati-hati dengan keadaan tersebut. Selain itu, beberapa tahun terakhir munculnya ancaman baru di tahun 2020 perusahaan terdampak pandemi Covid-19 (Sari et al., 2021).

Nilai perusahaan yang menjadi indikator perkembangan bisnis menunjukkan kondisi perusahaan atas kepercayaan masyarakat terhadap kinerja perusahaan serta gambaran prospek dimasa depan (Bahri & Amnia, 2020). Namun beberapa BUMN pernah mengalami berbagai permasalahan sehingga dikhawatirkan akan mempengaruhi nilai perusahaan dimasa depan. Keadaan demikian maka perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan nilai perusahaannya dengan cara mengetahui berbagai faktor apa saja yang dapat melatarbelakangi keadaan tersebut sehingga dapat diminimalisir keadaan yang tidak baik bagi perusahaan. Salah satu perusahaan BUMN pada tahun 2020, BNI membukukan rasio *return on equity* dengan menunjukkan nilai rasio sebesar 2,9%, pencapaian 2,9% tersebut lebih rendah jika dibandingkan tahun lalu sebesar 14,0% yang dapat disebabkan pandemi Covid19 menekan kinerja perusahaan-perusahaan BUMN maupun perusahaan-perusahaan lainnya. Tidak hanya itu, pada *return on asset* BNI memperlihatkan jika nilainya pada tahun 2019 sebesar 2,4 kemudian tahun 2020 sebesar 0,5 atau dengan kata lain juga mengalami penurunan (Annual Report BNI, 2021). Pencapaian *return on equity* dan *return on asset* yang menurun tersebut menjadi salah satu pertimbangan yang akan dilakukan investor karena bisa memprediksi besarnya keuntungan yang akan didapatkan jika membeli emiten tersebut. Walau demikian, investor perlu mempertimbangkan hal lain sebagai alat menjadi acuan karena tidak dapat menunjukkan kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Perusahaan BUMN di sektor perbankan seperti PT. Bank Negara Indonesia (BNI) Tbk mencatatkan *profitabilitas* yang dilihat dari nilai *return on asset* tahun 2019 sebesar 2,4% sedangkan tahun 2020 mengalami penurunan menjadi 0,5% dan tahun 2021 mengalami peningkatan kembali namun *return on asset* sebesar 1,4% atau dengan kata lain masih besar rasio di tahun 2019. Namun walaupun demikian, laba bersih tahun 2021 meningkat hingga 232,2% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar Rp. 3,3 triliun (Annual Report BNI, 2021). Kemudian pada PT. Bank Mandiri Tbk memperlihatkan pada tahun 2019, *return on asset* sebesar 3,03% namun menurun di tahun 2020 menjadi 1,64% dan mengalami peningkatan kembali tahun 2021 menjadi 2,53%. Akan tetapi, peningkatan *return on asset* Bank Mandiri tahun 2021 tidak sebesar rasionya di tahun 2019 (Annual Report Bank Mandiri, 2022). Keadaan demikian menunjukkan banyak perusahaan BUMN yang mengalami penurunan profitabilitas. Penurunan profitabilitas tersebut dianggap dapat saja mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas dalam perusahaan dianggap sebagai sinyal kepada investor yang berkaitan erat dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek bisnis dimasa yang akan datang. Upaya tersebut dapat membangun sentiment dari investor sehingga berpengaruh terhadap kenaikan harga saham dipasar modal. Peningkatan harga saham tersebut mampu meningkatkan nilai perusahaan dimata investor (Ayu & Suarjaya, 2012).

Selain profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* dianggap mampu untuk mempengaruhi besarnya nilai perusahaan (Stacia & Juniarti, 2015). Keadaan demikian terjadi akibat semakin luas perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu upaya pemberian sinyal reputasi positif dimata *stakeholder*. Selain itu, dilakukannya *Corporate Social Responsibility* atau dapat disingkat CSR merupakan bentuk tanggungjawab perusahaan atas operasional perusahaannya terhadap pihak *stakeholder* yang terdampak atau mendapatkan dampak tertentu dari keberadaan perusahaan (Sabatini & Sudana, 2019). Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* kepada masyarakat melalui laporan tahunan berdampak baik untuk perusahaan dan perusahaan akan mampu mendapatkan respon positif berupa dukungan dari keberpihakan *stakeholder* pada berbagai keputusan yang diambil perusahaan guna meningkatkan nilai perusahaan (Ayu & Suarjaya, 2012). Sebagaimana Prasetyorini (2013) menyatakan dalam penelitiannya bahwa rasio profitabilitas tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya diperusahaan. *Profitabilitas* yang tinggi akan meningkatkan harga saham dan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Maka, akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham akan mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan yang meningkat. Berlawanan dengan hasil penelitian Rahayu & Sari (2018) bahwa profitabilitas yang diprosikan dengan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian di atas peneliti masih menemui adanya research gap yang terjadi antara satu peneliti dengan peneliti yang lainnya, mengenai profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut diperlukan adanya penelitian tentang nilai perusahaan karena hal tersebut merupakan hal yang sangat penting untuk diketahui oleh para investor yang mempunyai kepentingan untuk melakukan investasi sebagai bahan pertimbangan investor untuk melihat perusahaan mana yang akan lebih menguntungkan mereka dalam menginvestasikan dananya. Sehingga, Peneliti akan melakukan penelitian apakah profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* mampu mempengaruhi nilai perusahaan atau tidak pada perusahaan BUMN tahun 2018-2020.

METODE

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2018-2020 ini merupakan suatu penelitian kuantitatif dimana akan mencari hubungan sebab akibat. Populasi pada penelitian yang dilakukan selama periode 2018-2020 yaitu perusahaan BUMN secara keseluruhan yang ada di Indonesia. Lebih lanjut, metode pengambilan sampel dalam penelitian yang dilakukan tahun 2018-2020 menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria perusahaan dimana merupakan perusahaan yang terdaftar sebagai Badan Usaha Milik Negara, terdaftar di Bursa Efek Indonesia, memiliki kelengkapan dalam penyajian laporan keuangan, dan tidak pernah delisting selama tahun 2018-2020 sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan dengan tahun penelitian dari 2018 hingga 2020.

Data dalam penelitian yang dilakukan pada tahun 2018-2020 merupakan suatu penelitian dengan data sekunder sebagaimana diungkapkan oleh Sugiyono (2017) bahwa hal tersebut merupakan sumber data yang tidak langsung. Peneliti menggunakan program aplikasi statistik SPSS 24. Data-data penelitian dikumpulkan pada setiap periode atau setiap tahun pada variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian sehingga peneliti mampu menjawab permasalahan penelitian. Penggunaan data tersebut didapatkan dari laporan keuangan perusahaan yang peneliti akses pada bursa efek Indonesia dan dilakukan pengujian statistik serta analisa mendalam agar hasil yang didapatkan mampu memberikan jawaban yang baik atas permasalahan yang telah dibahas.

HASIL & PEMBAHASAN

Penelitian yang dilakukan pada periode tahun 2018 hingga tahun 2020 mengenai pengaruh dari variabel rasio profitabilitas dimana dalam penelitian ini adalah ROA serta pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan BUMN pada sampel yang diteliti telah memberikan hasil yang cukup baik.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		28
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46745803
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.073
	Negative	-.093
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah, 2023

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidaknya. Untuk itu data yang telah ada sebelumnya harus diuji agar memenuhi persyaratan normalitas, alat uji yang digunakan adalah uji one sample *kolmogrov-smirnov*. Data dinyatakan terdistribusi secara normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian uji normalitas memperlihatkan nilai Asym. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 sehingga dapat dikatakan data penelitian terdistribusi dengan normal.

Tabel 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.470	2.429		.447	.162
	Profitabilitas	.104	.053	.358	1.956	.022
	CSR	.172	.076	.276	1.510	.004

Sumber : Data diolah, 2023

Uji ini memiliki tujuan guna melihat apakah dalam model regresi timbul perbedaan *variance* dari residual antar pengamatan. Apabila dari residual antar pengamat tersebut nilai *variencenya* tetap, maka homoskedastisitas serta apabila tidak sama bermakna heteroskedastisitas. Apabila tidak timbul heteroskedastisitas, maka model regresi dianggap baik. Hasil penelitian pada uji heterokedastisitas dengan uji Glejser pada variabel Profitabilitas dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memperlihatkan nilai signifikansi dibawah 0,05. Pada variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,022 dan *corporate social responsibility* sebesar 0,04 sehingga dapat dikatakan dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.250	1.332		
	Profitabilitas	1.221	.112	.863	1.158
	CSR	4.638	1.645	.863	1.158

Sumber : Data diolah, 2023

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat terdapat gangguan atau tidak terhadap data dimana multikolinieritas terjadi apabila ada korelasi antar variabel independen. Dengan demikian uji ini dilakukan agar data yang ada harus terbebas dari gangguan multikolinieritas. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan ketentuan harus berada dibawah 10. Pada uji multikolinieritas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tolerance pada variabel profitabilitas dan CSR sebesar 0,863 atau lebih besar dari 0,10. Kemudian pada nilai VIF menunjukkan bahwa nilainya sebesar 1,158 atau dibawah 10. Sehingga variabel profitabilitas dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki nilai *tolerance* > 0,10 (0,863 > 0,10) dan nilai VIF < 10 (1,158 < 10). Maka hal ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Regresi

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.250	1.332
	X1	1.221	.112
	X2	4.638	1.645

Sumber : Data diolah, 2023

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 3250 + 1,221*ROA + 4,683*CSR$$

Analisis data dalam penelitian ini merupakan analisis regresi linier berganda. Pengertian dari analisis regresi sendiri ialah studi tentang ketergantungan variabel tergantung dengan satu variabel bebas maupun lebih. Tujuannya yaitu guna melihat besarnya pengaruh antara pengaruh Profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 yang merupakan *output* atas hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas (ROA) memiliki besaran nilai yaitu 1,221. Nilai tersebut memberikan makna jika terdapat peningkatan pada variabel profitabilitas maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 1,221. Kemudian, ketika terdapat peningkatan pada pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka nilai perusahaan juga akan meningkat sebesar 4.683. Kemudian penelitian dilanjutkan kepada uji t statistic untuk mengetahui apakah variabel-variabel tersebut mampu mempengaruhi nilai perusahaan atau tidak. Sebagaimana dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 5 Hasil Uji t Statistik

Model		Sig
1	(Constant)	,022
	ROA (X ₁)	,000
	CSR (X ₂)	,090

Sumber : Data diolah, 2023

Pada uji statistik t memperlihatkan sejauh apa pengaruh tiap variabel bebas secara individual dalam menjelaskan varian variabel dependen. Uji statistik t dimanfaatkan guna melakukan pengujian terhadap signifikansi pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan memanfaatkan ((α) senilai 5%. Tabel 5 merupakan *output* pengujian periode tahun 2018-2020 pada variabel yang diteliti dengan uji parsial (uji t) dimana tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari ROA (profitabilitas) yaitu 0,000 atau lebih kecil dari nilai 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemudian, pada variabel CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan nilai yang lebih besar dari nilai signifikansinya sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Keadaan tersebut dalam penelitian yang dilakukan tahun 2018-2020 pada sampel penelitian yang dapat mewakili populasi memperlihatkan jika hanya profitabilitas yang mampu memberikan pengaruhnya pada nilai perusahaan sedangkan tindakan perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* tidak memberikan pengaruh terhadap besarnya nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas yang dilihat dari nilai signifikansi dari ROA (profitabilitas) yaitu 0,038 atau lebih kecil dari nilai 0,05 ($0,038 < 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang merupakan suatu kemampuan perusahaan dalam rangka memperoleh laba dalam penelitian ini telah mampu mempengaruhi nilai perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI selama tahun penelitian. Hal tersebut dikarenakan profitabilitas akan memperlihatkan bagaimana perusahaan dalam rangka menghasilkan laba melalui berbagai sumber daya yang dimilikinya. Jika profitabilitas mengalami kenaikan maka kondisi pasar saham juga akan mengalami peningkatan, begitupun sebaliknya sehingga membuat investor melakukan keputusan dengan melihat keadaan dari profitabilitas.

Penelitian yang dilakukan selama kurun waktu tahun 2018-2020 bahwa profitabilitas dalam keadaan yang baik sehingga berdampak positif pada nilai perusahaan yang diteliti. Kenaikan dari profitabilitas pada tahun penelitian telah mampu membuat kenaikan pada nilai perusahaan sehingga jika kedepannya profitabilitas terus ditingkatkan maka perusahaan akan mendapatkan peningkatan

nilai perusahaannya dan berdampak baik pada keberlangsungan perusahaan. Hal ini dianggap sesuatu yang positif bagi perusahaan yang menjadi sampel penelitian dimana artinya, *profitabilitas* selama tahun penelitian telah mampu membuat nilai perusahaan meningkat dimana jika hal ini dilakukan secara terus menerus maka berdampak baik pada keberlangsungan perusahaan di masa depan.

Disatu sisi, keberadaan dari *profitabilitas* (ROA) dalam penelitian juga dapat menjadi gambaran dari kinerja perusahaan dalam rangka mengelola perusahaan dan merupakan suatu ukuran dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bagi para pemegang saham telah mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Artinya perusahaan perlu untuk memaksimalkan *profitabilitas* karena kemampuannya dalam menggambarkan bagaimana kinerja perusahaan yang diteliti sehingga semakin baik dan meningkat nilai *profitabilitas* (ROA) perusahaan maka artinya kinerja perusahaan juga dapat dinilai baik mengingat hal tersebut adalah kemampuan perusahaan dalam rangka menghasilkan laba. Keadaan demikian merupakan hal yang positif bagi perusahaan dan penelitian yang dilakukan selama periode tahun 2018-2020 telah memberikan hasil jika perusahaan mampu meningkatkan *profitabilitasnya* (ROA) maka nilai perusahaan akan ikut meningkat.

Terlebih keberadaannya sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan bukan hanya dalam jangka pendek melainkan dalam jangka panjang. Keberadaan dari variabel ini dalam penelitian yang dilakukan pada tahun 2018-2020 dimana peningkatan *profitabilitas* mampu meningkatkan nilai perusahaan agar dapat dipertahankan dan dimaksimalkan mengingat hal tersebut baik pada keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini artinya, perusahaan harus membuat berbagai strategi guna memaksimalkan nilai *profitabilitasnya* dari waktu ke waktu mengingat pengaruhnya yang signifikan pada nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Krisnando (2019) bahwa *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sebagaimana Cahya & Riwoe (2018) juga memaparkan jika *profitabilitas* yang diperlihatkan dengan *nilai return on asset* akan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga peningkatan *profitabilitas* akan sejalan dengan peningkatan nilai perusahaan.

Peningkatan dalam pencapaian angka *profitabilitas* yang tinggi mempengaruhi secara positif terhadap nilai perusahaan karena dilatarbelakangi oleh kelangsungan hidup perusahaan lebih dapat terjamin. Bahkan, menurut Andriani et al., (2022) jika besarnya *return on asset* yang meningkat artinya memiliki potensi peningkatan keuntungan yang diperoleh pada masa depan. Semakin tinggi laba yang didapatkan maka semakin meningkatkan kemakmuran seluruh lapisan di perusahaan yang pada akhirnya menjadi acuan investor dalam melakukan investasinya.

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

Nilai signifikansi dari CSR yaitu 0,090 atau lebih besar dari nilai 0,05 ($0,090 > 0,05$) sehingga dapat dikatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan BUMN yang terdaftar di bursa efek selama tahun penelitian. Hal tersebut sejalan dengan penelitian (Yuliana & Juniarti, 2015) bahwa keberadaan *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu Susilawati (2019) dalam penelitiannya menyebutkan jika pengungkapan *corporate social responsibility* oleh perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap kenaikan atau penurunan nilai perusahaan.

Tidak berpengaruhnya variabel ini dapat disebabkan karena melakukan CSR merupakan sebuah aturan bahwa perusahaan yang usahanya dibidang sumber daya alam wajib melaksanakan hal tersebut sehingga dianggap sebagai bentuk kepatuhan terhadap aturan. Atas dasar keadaan tersebut, para investor merasa tidak perlu lagi melihat apakah perusahaan melaksanakan CSR atau tidak karena tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Sehingga dengan demikian, investor dalam melakukan pembelian saham tidak mampu dipengaruhi oleh informasi mengenai *Corporate Social Responsibility*. Artinya, nilai perusahaan yang menjadi gambaran kemakmuran para pemegang saham tidak dapat dipengaruhi oleh keberadaan atas pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Selain itu, dampak dari CSR dapat bervariasi secara signifikan antara industri. Beberapa industri mungkin lebih peka terhadap isu-isu sosial atau lingkungan daripada yang lain. Sebagai contoh, perusahaan di sektor energi mungkin dianggap lebih berisiko lingkungan daripada perusahaan pada sektor lainnya, sehingga praktik CSR akan berbeda dalam dampaknya pada nilai perusahaan. Meskipun CSR memiliki potensi untuk memberikan manfaat jangka panjang bagi perusahaan, penting untuk diingat bahwa dampaknya dapat bervariasi dan kompleks. Keberhasilan CSR dalam mempengaruhi nilai perusahaan tergantung pada berbagai faktor, termasuk komitmen sejati, kesesuaian dengan strategi bisnis, dan pengukuran dampak yang akurat.

PENUTUP

Hasil penelitian yang dilakukan selama periode 2018-2020 mengenai profitabilitas dan pengungkapan *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa profitabilitas dalam perusahaan mampu memberikan pengaruh yang positif pada nilai perusahaan yang artinya apabila profitabilitas perusahaan meningkat maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Sedangkan variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan demikian diharapkan agar perusahaan mampu meningkatkan laba agar rasio profitabilitasnya meningkat karena akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain kedalam penelitian seperti *debt to equity ratio*, *current ratio*, *proce to earning ratio*, *devident payout ratio*, dan lain sebagainya sehingga dapat memperluas penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, D. A., Kholilla, S., Sitompul, P. H., & Mira. (2022). *Pengaruh Return on Asset (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdapat di Bursa Efek Indonesia*. 198–206.
- Arifianto, M., & Chabachib, M. (2016). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (studi kasus pada perusahaan yang terdaftar pada indeks LQ-45 periode 2011-2014). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(1), 1–12.
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2012). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112–1138.
- Bahri, S., & Amnia, R. (2020). Effects of Company Size, Profitability, Solvability and Audit Opinion on Audit Delay. *Journal of Auditing, Finance, and Forensic Accounting*, 8(1), 27–35. <https://doi.org/10.21107/jaffa.v8i1.7058>
- Cahya, K. D., & Riwoe, J. (2018). Pengaruh ROA dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Sustainability Reporting Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Yang Terdaftar di LQ45. *Journal of Accounting and Business Studies*, 3(1), 46–70.
- Dzahabiyya, J., Jhoansyah, D., & Danial, R. D. M. (2020). Analisis Nilai Perusahaan dengan Model Rasio Tobin's Q. *JAD: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan Dewantara*, 4(1), 46–55.
- Febriana, E., Rjumahir, & Djawahir, H. A. (2016). Pengaruh Struktur Modal, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Saham Manajerial Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Pada 2011-2013). *Ekonomi Bisnis*, 21(2), 163–178. <https://doi.org/10.17977/um042v21i2p163-178>
- Fenandar, I. G., & Raharja, S. (2012). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(2), 1–10. <https://doi.org/10.37301/jkaa.v0i0.5122>
- Hutapea, D. O., Zebua, E. W., & Hayati, K. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Earning Per Share, Price Earning Ratio, dan Current Ratio Terhadap Nilai Perusahaan. *Jambura Economic Education Journal*, 3(2), 61–71.
- Irawan, D., & Nurhadi, K. (2019). Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Krisnando. (2019). Pengaruh Return on Asset Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 97–121. <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/JEMI/article/download/262/179/>
- Nurvianda, G., Yuliani, & Ghasarma, R. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(3), 164–177.
- Prasetyorini, B. F. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 163–196.
- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Ikraith-Humaniora*, 2(74), 69–76.
- Rutin, Triyonowati, & Djawoto. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan (JRAP)*, 6(1), 126–143.

- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Sari, P. E., Cahyono, D., & Aspirandi, M. R. (2021). Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Badan Usaha Milik Negara: Kajian Sistematis. *Journal of Management*, 14(2), 133–151.
- Satriani, Khaeriah, M., Mardiasuti, W., Hasanuddin, & Akbar, M. (2021). Analisis Margin Laba Bersih Terhadap Pencapaian Peningkatan Laba Atas Pendapatan Yang Diperoleh Pada Usaha Laundry (Studi Kasus Usaha Di Makassar). *Media Bisnis*, 13(1), 1–8. <https://doi.org/10.34208/mb.v13i1.662>
- Sembiring, S., & Trisnawati, I. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 173–184. <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>
- Sintyana, I. P. H., & Artini, L. G. S. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(2), 757. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i02.p07>
- Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Respon Nilai Perusahaan. *Business Accounting Review*, 3(2), 81–91.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 31–46.
- Yuliana, O., & Juniarti. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia Yang Bergerak di Sub Sektor Retail dan Trade, Healthy Care, Computer dan Service, dan Investment Company. *Business Accounting Review*, 3(2), 151–160.