

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PADA
PERIODE TAHUN 2018-2022**

SKRIPSI

Oleh:

**NABILA AZMI SIREGAR
208320145**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 29/11/24

Access From (repository.uma.ac.id)29/11/24

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
DAN PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
SEKTOR PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI
BURSA EFEK INDONESIA PADA
PERIODE TAHUN 2018-2022**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



Oleh:

NABILA AZMI SIREGAR
208320145

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 29/11/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)29/11/24

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2018-2022

Nama : Nabila Azmi Siregar

NPM : 208320145

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pemanding

Dr. Ahmad Prayudi, SE, MM

Pembimbing

Dr. Ir. Tohap Parulian Sihombing, M.Si

Pemanding

Mengetahui:

Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, PhD, CIMA

Dekan

Fitriani Tobing, SE,MSi

Ka Prodi Manajemen

Tanggal Lulus: 27 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.



Medan 27 Agustus 2024



Nabila Azmi Siregar

208320145

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nabila Azmi Siregar
NPM : 208320145
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2018-2022. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 27 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Nabila Azmi Siregar

208320145

RIWAYAT HIDUP

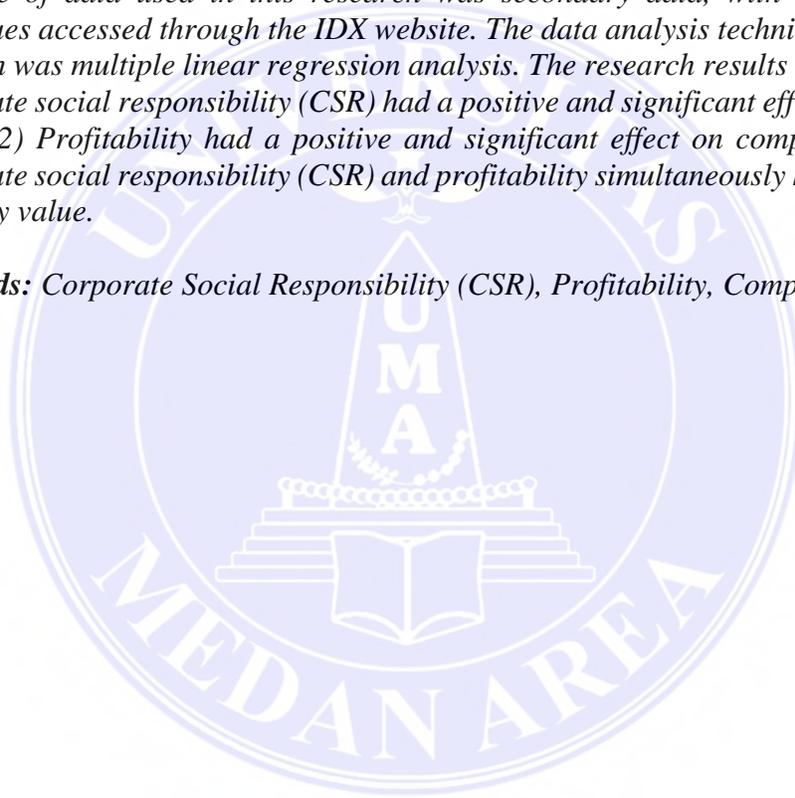


Nama	Nabila Azmi Siregar
NPM	208320145
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 27 Oktober 2002
Nama Orang Tua:	
Ayah	Saridin Siregar, SE
Ibu	Sri Irawati, S.os, M.AP
Riwayat Pendidikan:	
SD	SDIT Nurul Ilmi
SMP	MTsN 2 Medan
SMA	MAN 1 MEDAN
Riwayat Studi di UMA	Pada tahun 2020 penulis terdaftar selaku mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Medan Area, dan sebagai Penerima Beasiswa Bank Indonesia serta menjadi anggota dari Generasi Baru Indonesia (GenBI) UMA.
No.HP/WA	081371182686
Email	nabilaasrg27@gmail.com
Pengalaman Pekerjaan	-

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of corporate social responsibility (CSR) and profitability on the company value of banking sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2022. The type of research used was associative research with a quantitative method. The population used in this research consisted of 6 banking sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2018-2022, with sampling conducted using a purposive sampling method. The type of data used in this research was secondary data, with data collection techniques accessed through the IDX website. The data analysis technique used in this research was multiple linear regression analysis. The research results showed that (1) Corporate social responsibility (CSR) had a positive and significant effect on company value; (2) Profitability had a positive and significant effect on company value; (3) Corporate social responsibility (CSR) and profitability simultaneously had an effect on company value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Company Value*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018-2022. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif yang menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 6 perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018-2022, dengan pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Jenis data penelitian ini adalah data sekunder, dengan menggunakan metode pengumpulan data yang dapat diakses melalui website BEI. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *Corporate social responsibility* (csr) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; (2) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; (3) *Corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Nilai Perusahaan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, kesempatan dan atas segala hidayah-Nya sehingga saya sebagai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Adapun Judul yang dipilih pada penelitian ini adalah Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2018-2022.

Tujuan penulis menyusun skripsi ini yaitu untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam melakukan penulisan skripsi ini penulis berusaha menyajikan yang terbaik sesuai dengan kemampuan yang ada pada penulis. Namun demikian, penulis menyadari adanya keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya, sehingga tanpa dukungan, bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidak akan mungkin terselesaikan dengan baik.

Kemudian penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph,D, CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

3. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Ahmad Prayudi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dan memberikan motivasi, serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Ir. Tohap Parulian Sihombing, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan memberikan saran serta masukkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan saran, dan motivasi, serta masukkan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Ibunda tercinta Sri Irawati, S.Sos, M,AP dan Ayahanda Saridin Siregar, SE, serta saudara tersayang dan terkasih Kakak Lisa Novianti Siregar, Abang M. Arif Rahmadsyah Siregar, dan Adik Zahratussyifa Siregar, terima kasih telah menjadi tempat ternyaman yang senantiasa memberikan kasih sayang serta memberi doa, dukungan dan motivasi, serta bantuan moral dan material kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, motivasi, dan dukungan, serta nasehat kepada penulis selama menuntut ilmu di kampus Universitas Medan Area.
9. Seluruh pegawai yang telah membantu dan mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.

10. Kepada Ahmad Siddik terimakasih telah meluangkan waktunya dan memberikan motivasi serta semangat dan dukungan yang dapat memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Kepada sahabat terkasih saya Ahmad Siddik, Hafizhah Khairina Harahap, Nala Putri Deli, Raudha Hasanatul Husna Hasibuan, Fahriza Annisa Fitri, Shofia Siregar, Sella Sagita, Cindy Ersa Syabila, Syarafina Nurin Nasution, Dwi Gita Amanda, Rianti Juana Syafrilawati, dan Retno Veronika, serta pihak-pihak yang terlibat secara tidak langsung yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih telah memberikan dukungan, motivasi, dan semangat. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan rezeki serta karunia-Nya kepada kita semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan karena keterbatasan penulis. Oleh karena itu, Penulis mengharapkan kritik dan saran sehingga dapat dijadikan acuan dalam penulisan karya-karya ilmiah selanjutnya. Walaupun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Medan, 2024

Nabila Azmi Siregar
208320145

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Pertanyaan Penelitian	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Nilai Perusahaan	16
2.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan	16
2.1.2 Manfaat Nilai Perusahaan	17
2.1.3 Faktor-Faktor Nilai Perusahaan	17
2.1.4 Indikator-Indikator Nilai Perusahaan	20
2.2 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
2.2.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	23
2.2.3 Faktor-Faktor <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	26
2.2.4 Indikator-Indikator <i>Corporate Social responsibility (CSR)</i>	26

2.3 Profitabilitas	29
2.3.1 Pengertian Profitabilitas.....	29
2.3.2 Manfaat Profitabilitas.....	30
2.3.3 Faktor-Faktor Profitabilitas.....	30
2.3.4 Indikator-Indikator Profitabilitas	30
2.4 Penelitian Terdahulu	34
2.5 Kerangka Konseptual.....	36
2.6 Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian.....	38
3.2 Objek dan Waktu Penelitian	38
3.2.1 Objek Penelitian.....	38
3.2.2 Waktu Penelitian.....	39
3.3 Defenisi Operasional.....	39
3.4 Populasi dan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi.....	41
3.4.2 Sampel	42
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Jenis Data.....	43
3.5.2 Sumber Data.....	43
3.6 Metode Analisis Data.....	43
3.6.1 Teknik Regresi Linier Berganda.....	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.7 Hipotesis	48
3.7.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)	48
3.7.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F).....	48
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	50
4.1.1 Bank Central Asia Tbk (BBCA).....	50
4.1.2 Bank Negara Indonesia Tbk (BBNI)	53
4.1.3 Bank Rakyat Indonesia Tbk (BBRI).....	56
4.1.4 Bank Mandiri (BMRI)	58
4.1.5 Bank Maybank Indonesia Tbk (BNII).....	60
4.1.6 Bank Permata Tbk (BNLI)	63
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Analisis Data.....	65
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	66
4.3 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	68
4.3.2 Uji Multikolonieritas.....	70
4.3.3 Uji Autokorelasi.....	71
4.3.4 Uji Heteroskedastisitas.....	72
4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
4.5 Uji Hipotesis	76
4.5.1 Hasil Uji t (Parsial)	76
4.5.2 Hasil Uji F Simultan	78
4.5.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79
4.6 Pembahasan.....	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

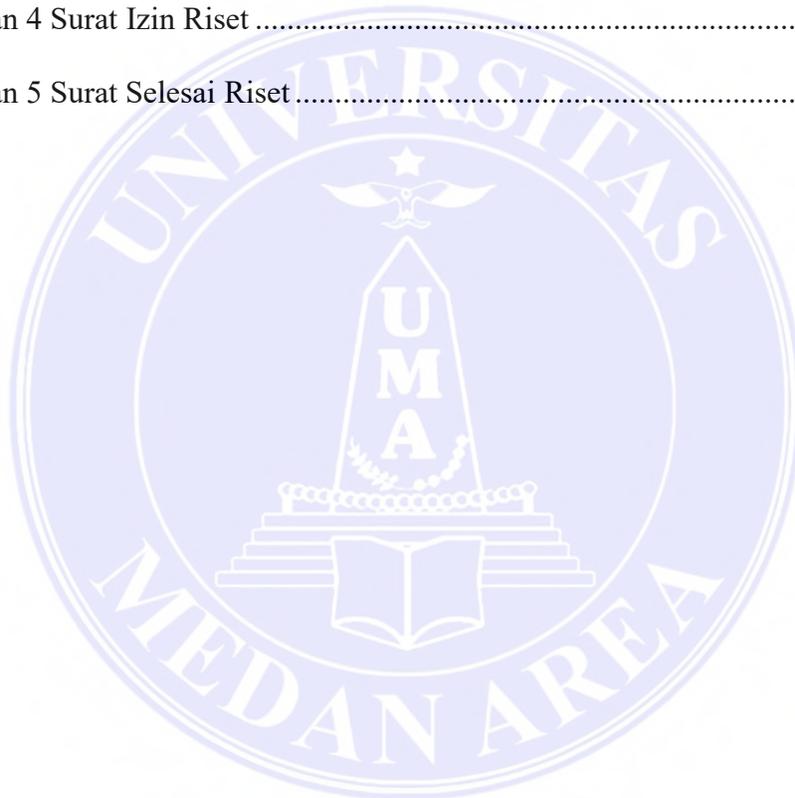
Tabel 1. 1 PBV Perbankan Periode Tahun 2018-2022	6
Tabel 1. 2 CSR Perbankan Periode Tahun 2018-2022	9
Tabel 1. 3 ROA Perbankan Periode Tahun 2018-2022.....	11
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian	39
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional.....	40
Tabel 3. 3 Populasi Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI.....	41
Tabel 3. 4 Sampel Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI.....	43
Tabel 4. 1 Hasil Olah Data PBV, CSRD, ROA	65
Tabel 4. 2 Uji Statistik Deskriptif	67
Tabel 4. 3 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4. 5 Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	75
Tabel 4. 8 Uji t	77
Tabel 4. 9 Hasil Uji F Simultan	79
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PBV Perbankan Periode Tahun 2018-2022	6
Gambar 1. 2 ROA Perbankan Periode Tahun 2018-2022.....	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	36
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Bank Central Asia Tbk.....	52
Gambar 4. 2 Logo Bank Central Asia Tbk	53
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Bank Negara Indonesia Tbk.....	55
Gambar 4. 4 Logo Bank Negara Indonesia Tbk	55
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi Bank Rakyat Indonesia Tbk.....	57
Gambar 4. 6 Logo Bank Rakyat Indonesia Tbk.....	58
Gambar 4. 7 Struktur Organisasi Bank Mandiri Tbk	59
Gambar 4. 8 Logo Bank Mandiri Tbk.....	60
Gambar 4. 9 Struktur Organisasi Bank Maybank Indonesia Tbk.....	62
Gambar 4. 10 Logo Bank Maybank Indonesia Tbk.....	62
Gambar 4. 11 Struktur Organisasi Bank Permata Tbk.....	64
Gambar 4. 12 Logo Bank Permata Tbk	64
Gambar 4. 13 Grafik Histogram.....	68
Gambar 4. 14 Normal Probability Plot	69
Gambar 4. 15 Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Variabel Dependen dan Independen	89
Lampiran 2 Hasil Olah Data Excel	91
Lampiran 3 Hasil Olah Data SPSS.....	92
Lampiran 4 Surat Izin Riset	96
Lampiran 5 Surat Selesai Riset.....	97



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Didirikannya suatu perusahaan pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai. Menurut Harjito dan Martono (2010) tujuan perusahaan adalah untuk mencapai laba yang maksimal, memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemegang saham dan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan harus melakukan kegiatannya secara efektif dan efisien. Efektif dalam hal mencapai tujuan yang ingin dicapai dan efisien berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan tersebut. Aktivitas perusahaan mempunyai dampak yang sangat luas yaitu bagi perekonomian, lingkungan, bahkan kehidupan sosial.

Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman, 2008). Di Indonesia sendiri ada banyak sekali perusahaan dari beberapa jenis sektor yang ada. Diantaranya yaitu perusahaan yang bergerak di sektor manufaktur, perbankan, dan lainnya.

Bank merupakan lembaga keuangan yang terpenting yang mempengaruhi perekonomian baik secara mikro maupun secara makro. Fungsinya sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) antara pihak-pihak yang surplus dengan pihak-pihak

yang membutuhkan dana atau defisit. Dalam menjalankan usahanya sebagai lembaga keuangan yang menjual kepercayaan dan jasa, setiap bank berusaha sebanyak mungkin menarik nasabah baru, memperbesar dana- dananya dan juga memperbesar pemberian kredit dan jasa-jasanya (Simorangkir, 2004).

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sebagai perusahaan jasa, usaha perbankan meliputi tiga kegiatan, yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan utama, sedangkan kegiatan lainnya adalah jasa-jasa pendukung yang berfungsi mendukung kelancaran kegiatan utama.

Perbankan sebagai salah satu lembaga yang menjalankan fungsi intermediasi atas dana yang diterima dari masyarakat wajib memperhatikan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan bahwa nilai perusahaan mencerminkan seberapa besar nilai aset yang dimiliki oleh bank misalnya surat-surat berharga. Apabila bank gagal dalam menjaga nilai perusahaannya maka akan menyebabkan berkurangnya kepercayaan nasabah serta lembaga-lembaga yang menyimpan dana ataupun menginvestasikan modalnya ke bank tersebut, dan ini berdampak pada timbulnya kekurangan atas dana yang dikelola untuk mendapatkan keuntungan. Oleh karena itu, bank harus menjaga setiap kegiatannya demi meningkatkan nilai perusahaan.

Berikut 47 perusahaan perbankan beserta kode perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yaitu; Bank Raya Indonesia (AGRO), Bank IBK Indonesia (AGRS), Bank Amar Indonesia (AMAR), Bank Jago (ARTO), Bank MNC Internasional (BABP), Bank Capital Indonesia (BACA), Bank Aladin Syariah (BANK), Bank Central Asia (BBCA), Allo Bank Indonesia (BBHI), Bank KB Bukopin (BBKP), Bank Mestika Dharma (BBMD), Bank Negara Indonesia (BBNI), Bank Rakyat Indonesia (BBRI), Krom Bank Indonesia (BBSI), Bank Tabungan Negara (BBTN), Bank Neo Commerce (BBYB), Bank Jtrust Indonesia (BCIC), Bank Danamon Indonesia (BDMN), Bank Pembangunan Daerah Banten (BEKS), Bank Ganesha (BGTG), Bank Ina Perdana (BINA), Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat (BJBR), Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur (BJTM), Bank QNB Indonesia (BKSW), Bank Maspion Indonesia (BMAS), Bank Mandiri (BMRI), Bank Bumi Arta (BNBA), Bank CIMB Niaga (BNGA), Bank Maybank Indonesia (BNII), Bank Pemata (BNLI), Bank Syariah Indonesia (BRIS), Bank Sinarmas (BSIM), Bank of India Indonesia (BSWD), Bank BTPN (BTPN), Bank BTPN Syariah (BTPS), Bank Victoria Internasional (BVIC), Bank Oke Indonesia (DNAR), Bank Artha Graha Internasional (INPC), Bank Multiarta Sentosa (MASB), Bank Mayapada Internasional (MAYA), Bank China Construction Bank Indonesia (MCOR), Bank Mega (MEGA), BankOCBC NISP (NISP), Bank Nationalnobu (NOBU), Bank Pan Indonesia (PNBN), BankPanin Dubai Syariah (PNBS), Bank Woori Saudara Indonesia 1906 (SDRA).

Pada penelitian ini saya menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Saya mengambil 6

sampel perbankan dari 47 perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yaitu; Bank Central Asia (BBCA), Bank Negara Indonesia (BBNI), Bank Rakyat Indonesia (BBRI), Bank Mandiri (BMRI), Bank Maybank Indonesia (BNII), dan Bank Permata (BNLI).

Nilai perusahaan merupakan informasi yang mencerminkan dari stabil tidaknya keuangan perusahaan dan tingkat risiko yang di hadapi perusahaan, terlebih lagi perusahaan pada bidang perbankan. Investor cenderung melakukan investasi dalam perbankan yang memiliki laba stabil dan resiko yang relatif lebih rendah. Hal ini dapat tercipta ketika pihak manajemen dapat melakukan pengambilan keputusan yang baik. Keputusan yang baik adalah ketika keputusan tersebut dapat menghasilkan harga saham maksimal karena akan memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Wahyuati & Safitri, 2015). Sedangkan menurut Dianawati & Fuadati (2016) nilai perusahaan merupakan refleksi dari nilai pasar, karena nilai perusahaan mampu untuk memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimum bila harga saham perusahaan meningkat.

Untuk mengungkap fenomena yang penulis kaji pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan indikator *Price to Book Value (PBV)* untuk menilai bagaimana nilai perusahaan pada beberapa perbankan yang dijadikan sampel. Perbankan yang dijadikan sampel ini merupakan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode tahun 2018-2022. Hal ini karena Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007). Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan

juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Nilai perusahaan sering diprosikan dengan *price to book value* (Ahmed dan Nanda, 2000). *Price to book value* dapat diartikan sebagai hasil perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Menurut Ang (1997) secara sederhana menyatakan bahwa PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya.

Keberadaan PBV sangat penting bagi investor untuk menentukan strategi investasi di pasar modal karena *Price to Book Value* (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk menilai apakah suatu saham *undervalued* atau *overvalued*. Suatu saham disebut *undervalued* bila harga saham di bawah nilai buku perusahaan. Sebaliknya dikatakan *overvalued* jika harga saham melebihi nilai buku (Rivai et al, 2013). *Price book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price to book value* di atas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan (Weston dan Brigham, 2000).

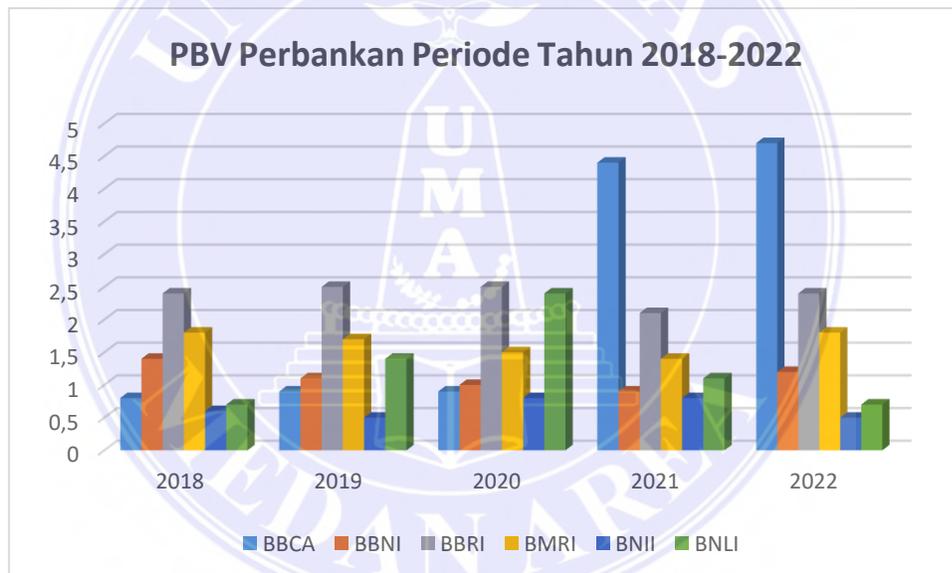
Data yang penulis dapatkan yaitu dari laporan keuangan tahunan bank dengan menganalisa dan mencari tahu besaran PBV yang tercantum. Berikut merupakan data *Price to Book Value* (PBV) dari beberapa perbankan yang terdaftar dibursa efek Indonesia pada tahun 2018-2022.

Tabel 1. 1
PBV Perbankan Periode Tahun 2018-2022

No	Kode Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
1.	BBCA	0,8	0,9	0,9	4,4	4,7	2,38
2.	BBNI	1,4	1,1	1	0,9	1,2	2,44
3.	BBRI	2,4	2,6	2,5	2,1	2,4	1,18
4.	BMRI	1,8	1,7	1,5	1,4	1,8	1,68
5.	BNII	0,6	0,5	0,8	0,8	0,5	0,71
6.	BNLI	0,7	1,4	2,4	1,1	0,7	1,28
Rata-Rata		1,33	1,41	1,55	1,84	1,93	1,61

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah)

Gambar 1. 1



Sumber: Data diolah 2024

Terlihat tabel di atas yang peneliti paparkan tentang *price to book value* (PBV) dari beberapa bank yang terdaftar di bursa efek pada periode tahun 2018-2022. Hasilnya yaitu terdapat nilai yang tidak stabil dari semua bank yang dijadikan sampel. Contoh pada BRI (BBRI), pada tahun 2018 PBV bernilai 2,4 dan naik menjadi 2,6 pada tahun 2019. Lalu pada tahun 2020 turun menjadi 2,5 dan naik kembali di tahun 2022

menjadi 2,4. Ini membuktikan bahwa PBV di bank BRI mengalami ketidakstabilan dari tahun ke tahun. Selanjutnya pada bank BNI (BBNI) juga terdapat ketidakstabilan nilai PBV nya. Pada tahun 2018 didapatkan nilai 1,4 sedangkan di tahun berikutnya secara berturut turun di angka 1,1 sampai 0,9 di tahun 2021 dan naik kembali di angka 1,2 di tahun 2022. Ini juga membuktikan bahwa di bank BNI nilai *price to book value* juga belum stabil, apalagi sempat menyentuh angka 0,9 yang artinya kemakmuran pemegang saham bisa dipertanyakan. Angka dibawah satu yang peneliti dapatkan yaitu berada di Maybank. Yang nilainya selalu menyentuh angka di bawah satu. Dari penjelasan tersebut, maka peneliti bisa menyimpulkan terdapat fenomena nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia di periode tahun 2018-2022.

Nilai Perusahaan dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas. Faktor pertama yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility* adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela memperhatikan lingkungan sosial terhadap operasi dan interaksinya dengan stakeholder yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah tindakan korporasi suatu perusahaan besar dalam memberikan tanggung jawabnya berupa materi seperti uang, peralatan, atau hadiah lainnya kepada komunitas, organisasi atau individu di wilayah di mana perusahaan tersebut beroperasi (Beny, 2012).

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial menjadi aspek yang penting untuk diperhatikan. Perusahaan tidak lagi hanya dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang dapat dilihat dalam kondisi keuangannya saja (*financial*). Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*. *Bottom lines* lainnya selain *financial*, yaitu sosial dan lingkungan. Hal ini disebabkan kondisi keuangan saja tidak cukup untuk menjamin perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) (Rika Nurlela dan Islahudin, 2008).

Menurut (Erni, 2007 dalam kusumadilaga, 2010) penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai cost, melainkan investasi perusahaan. Perusahaan tidak hanya mencari keuntungan sebagai tujuan utama, tetapi juga harus memiliki tujuan lain, yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar terutama masyarakat. Perusahaan yang melakukan CSR, akan mempunyai nilai lebih di mata masyarakat sehingga perusahaan dalam menghadapi risiko sosial akan menurun (Suhardjanto dan Shinta, 2012). CSR diukur dengan proksi CSRDI (*corporate social responsibility disclosure index*) berdasarkan indikator GRI G4 (*global reporting initiatives*) yaitu 91 item pengungkapan CSR (www.globalreporting.org, 2019).

Dari penjelasan berbagai teori di atas dapat disimpulkan bahwa CSR merupakan kegiatan yang rutin dilakukan oleh perusahaan. Hal ini karena CSR akan membuat perusahaan mendapatkan sebuah citra yang baik bagi para investor dan membuat nilai perusahaan diharapkan meningkat. Profitabilitas juga mempengaruhi besaran CSR dari tiap perusahaan. Berikut merupakan tabel yang menggambarkan

CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks*) beberapa perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2018-2022.

Tabel 1. 2

CSRDI Perbankan Periode Tahun 2018-2022

No	Kode Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
1.	BBCA	0.30	0.27	0.30	0.45	0.44	0.35
2.	BBNI	0.30	0.33	0.36	0.47	0.47	0.34
3.	BBRI	0.26	0.29	0.38	0.40	0.40	0.38
4.	BMRI	0.18	0.27	0.27	0.41	0.45	0.31
5.	BNII	0.24	0.21	0.30	0.30	0.25	0.25
6.	BNLI	0.20	0.20	0.29	0.25	0.21	0.22

Sumber: Laporan *Sustainability* (Keberlanjutan) Periode Tahun 2018-2022

Dapat dilihat dari tabel tersebut tentang CSR di keenam bank yang menjadi sampel. Terlihat di Bank BCA besaran CSR di tahun 2020 sebesar 0.30 dan mengalami kenaikan di tahun 2021. Sedangkan di tahun 2022 turun kembali di angka 0.44. Ini membuktikan bahwa untuk CSR sendiri di Bank BCA mengalami ketidakstabilan. Sedangkan untuk Bank Maybank dan Bank Permata juga berpola hampir sama. Dari penjelasan yang penulis lakukan, penulis dapat mengambil kesimpulan terdapat fenomena dari CSR (*Corporate Social Responsibility*) di sektor perbankan yang terdaftar di bursa efek pada periode tahun 2018-2022.

Faktor Kedua yang mempengaruhi Nilai Perusahaan yaitu Profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki seperti kas, modal, penjualan, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan lainnya. Profitabilitas yang tinggi dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal tersebut tergantung dari persepsi investor atas meningkatnya profitabilitas perusahaan (Susilawati, 2012). Menurut (Jusriani & Rahardjo, 2013)

Profitabilitas merupakan daya tarik bagi para investor, karena profitabilitas adalah hasil yang diperoleh dari usaha manajemen dalam mengelola dana yang telah di investasikan oleh para investor dan profitabilitas juga mencerminkan laba yang nantinya akan di proporsikan ke dalam dana yang harus diinvestasikan kembali, atau dana yang nantinya dikembalikan ke para investor karena hak atas dividen.

Beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah *Gross Profit Margin, Operating Profit Margin, Net Profit Margin, Return On Investement, Return On Asset, Return On Equity, Return On Common Stock Equity, Earning Per Share, dan Basic Earning Power* [(Lukman Syamsuddin, 2009), (Kasmir, 2016), dan (Hanafi dan Halim, 2016)].

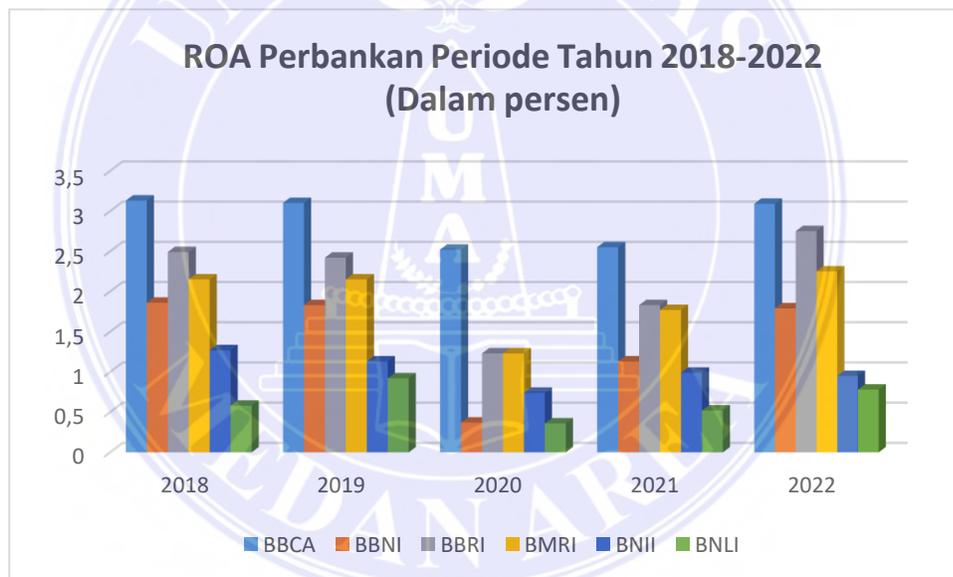
Untuk megungkap tentang fenomena yang terjadi dari kinerja profitabilitas perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada tahun 2018-2022 peneliti menggunakan indikator *Return On Asset (ROA)*. Hal ini karena *ROA (Return On Assets)* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik keadaan suatu perusahaan. Berikut peneliti sajikan tabel dari *Return on Asset (ROA)* beberapa perbankan yang terdaftar di bursa efek pada periode tahun 2018-2022.

Tabel 1. 3
ROA Perbankan Periode Tahun 2018-2022

No	Kode Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
1.	BBCA	3,13	3,11	2,52	2,56	3,10	2,88%
2.	BBNI	1,87	1,83	0,37	1,14	1,79	2,15%
3.	BBRI	2,50	2,43	1,23	1,83	2,76	1,40%
4.	BMRI	2,15	2,16	1,23	1,77	2,26	1,91%
5.	BNII	1,27	1,13	0,74	0,99	0,95	1,02%
6.	BNLI	0,58	0,92	0,36	0,52	0,78	0,63%
Rata-Rata		1,91%	1,93%	1,07%	1,47%	1,94%	1,66%

Sumber: www.idx.co.id (Data diolah)

Gambar 1. 2



Sumber: Data diolah 2024

Dapat dilihat di tabel di atas terdapat data *Return On Asset* (ROA) perbankan yang terdaftar di bursa efek periode 2018-2022. Nilai ROA pada bank BRI (BBRI) sendiri mengalami ketidakstabilan. Pada tahun 2018 nilai ROA nya yaitu 2,50 sedangkan berikutnya mengalami penurunan berturut-turut sampai ke angka 1,83 pada tahun 2021 dan naik lagi di angka 2,76 pada tahun 2022. Ini menandakan bahwa ada

ketidakstabilan nilai ROA di tiap tahunnya dan berdampak pada ketidakstabilan profit perusahaan. Hal ini juga terjadi pada bank lainnya yang menunjukkan ketidakstabilan nilai ROA di tiap tahunnya. Dari penjelasan tersebut maka dapat peneliti simpulkan terdapat fenomena Profitabilitas sektor perbankan yang terdaftar di bursa efek pada periode tahun 2018-2022 dengan indikator *return on asset* (ROA).

Dari fenomena yang sudah penulis sajikan juga terdapat beberapa penelitian terdahulu yang bisa memperkuat dugaan penulis terhadap fenomena yang terjadi. Pertama penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tatik et al, 2020) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Maria et al, 2022) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Hartini et al, 2022) yang menyatakan bahwa *Return On Assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Febry et al, 2020) menyatakan bahwa *Return On Assets* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan oleh penulis di atas, maka penulis perlu lagi mengkaji lebih dalam melalui sebuah penelitian. Untuk itu peneliti tertarik dengan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2018-2022.”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat ditarik dari latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2020 jumlah CSR di Bank Mandiri mengalami penurunan dibanding dengan tahun 2019. Hal ini juga sama seperti nilai perusahaan Bank Mandiri yang pada 2020 mengalami penurunan dibanding 2019. Dari hal tersebut bisa dikatakan terdapat dampak diantara keduanya.
2. Pada tahun 2022 jumlah rata-rata ROA pada keseluruhan Bank dari sampel mengalami kenaikan dibandingkan dengan tahun 2021. Hal ini juga sama seperti nilai perusahaan pada keseluruhan bank pada 2022 mengalami kenaikan dibandingkan 2021. Dari hal tersebut bisa dikatakan terdapat dampak diantara keduanya.
3. Adanya research gap pada penelitian (Tatik Zulaika et al, 2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Maria Yuvianita et al, 2022) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
4. Adanya research gap pada penelitian yang dilakukan oleh (Hartini et al, 2022) yang menyatakan bahwa *Return On Assets (ROA)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada penelitian (Febry et al, 2020) menyatakan bahwa *Return On Assets (ROA)* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* (csr) berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji apakah *corporate social responsibility* (csr) berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk menguji apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menguji apakah *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2. Bagi Akademik

Untuk menambah informasi dan bahan perbandingan bagi peneliti lain yang meneliti pada bidang yang sama maupun khalayak umum menambah pengetahuannya.

3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan terkait dengan masalah yang berhubungan dengan *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas perusahaan terhadap nilai perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

2.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar. Rasio ini mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang Fahmi (2015).

Sementara menurut Sartono (2016) nilai perusahaan adalah memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat. Marius (2017) mengaitkan Nilai perusahaan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan perusahaan.

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham suatu perusahaan. Jika harga saham tinggi maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang

pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.2 Manfaat Nilai Perusahaan

Dalam hal ini memiliki nilai perusahaan yang baik di khalayak umum maupun investor sangat menguntungkan bagi perusahaan itu sendiri. Berikut manfaat nilai perusahaan (Silvia, 2019):

1. Meningkatkan citra masyarakat terhadap perusahaan sehingga menarik investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.
2. Meningkatkan harga jual saham yang dimana ini menunjukkan kemakmuran pemilik saham.
3. Kualitas yang dimiliki perusahaan semakin baik.
4. Sebagai prestasi yang dicapai oleh perusahaan.

2.1.3 Faktor-Faktor Nilai Perusahaan

Menurut Kharisma Nandasari (2009) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi Nilai Perusahaan, yaitu:

1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang berbeda terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Apabila perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada di perusahaan.

2. *Leverage*

Leverage akan menunjukkan sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh utang dibandingkan dengan modal sendiri. *Leverage* dapat dianggap sebagai penaksir risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Semakin besar *leverage*, akan menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan sebaiknya mengusahakan sumber pendanaan internal terlebih dahulu daripada sumber pendanaan eksternal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* yang tinggi akan menyebabkan turunnya nilai perusahaan.

3. Profitabilitas

Profitabilitas adalah gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Berbagai macam ukuran profitabilitas, yaitu: laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Rasio profitabilitas menunjukkan keberhasilan dalam menghasilkan keuntungan. Salah satu faktor yang mengindikasikan naiknya nilai perusahaan, yaitu adanya kenaikan laba bersih.

4. Kebijakan Dividen

Kebijakan perusahaan untuk membagikan dividen kepada para investor merupakan kebijakan yang penting. Kebijakan pembagian dividen (*Dividen Policy*) untuk membagikan keuntungan yang diperoleh perusahaan kepada investor harus diikuti dengan pertimbangan adanya kesempatan.

5. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme suatu perusahaan untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam kegiatan operasional perusahaan dan interaksinya dengan stakeholders. Nilai perusahaan akan meningkat jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup. Sebagian besar konsumen akan cenderung untuk meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau pemberitaan negatif. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan jumlah investor yang menanamkan saham di perusahaan dan memberikan dampak meningkatnya Nilai Perusahaan yang dilihat dari harga saham dan laba perusahaan.

6. *Good Corporate Governance (GCG)*

Good Corporate Governance (GCG) yang bertujuan untuk memberikan jaminan keamanan dan efisiensi atas dana atau aset yang diinvestasikan pada perusahaan tersebut. Penerapan mekanisme GCG yang berupa pembentukan komisaris independen, komite audit, kepemilikan institusional, dan kepemilikan manajerial akan dapat difungsikan untuk mengawasi dan mengontrol manajemen sehingga kinerja dapat meningkat dan konflik keagenan berkurang.

Manfaat *corporate governance* dilihat dari premium yang bersedia dibayar oleh investor atas ekuitas perusahaan (harga pasar). Ketika investor bersedia membayar lebih mahal, tentu nilai pasar perusahaan yang menerapkan *Good Corporate Governance (GCG)* akan lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang tidak menerapkan *Good Corporate Governance (GCG)*.

2.1.4 Indikator-Indikator Nilai Perusahaan

Penilaian perusahaan dilihat dari empat unsur yaitu, proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgement*. Konsep dasar penilaian yang digunakan antara lain yaitu, nilai ditentukan pada periode tertentu, nilai harus ditentukan pada harga yang wajar, penilaian tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu. (Michell Suharli, 2006).

Wetson dan Copeland (2008) menjelaskan bahwa untuk mengukur nilai perusahaan digunakan rasio-rasio penilaian atau rasio pasar. Rasio penilaian menjadi ukuran kinerja yang dianggap paling menyeluruh untuk suatu perusahaan dengan alasan penilaian ini sudah menunjukkan bagaimana pengaruh gabungan antara rasio hasil pengembalian dengan risiko. Rasio penilaian terdiri dari:

1. Rasio Tobin's Q

Rasio Tobin's Q merupakan konsep berharga karena rasio ini menunjukkan bagaimana estimasi pasar keuangan saat ini berkaitan dengan nilai hasil pengembalian setiap dolar investasi inkremental. Penggunaan rasio Tobin's Q di berbagai penelitian telah mengalami berbagai modifikasi dari formulasi aslinya yang dikemukakan oleh Lindenberg dan Ross (1981).

Modifikasi Tobin's Q yang secara konsisten digunakan adalah menurut Chung dan Pruit (1994). Mereka mengembangkan rumus Tobin's Q karena dalam praktiknya, biaya penggantian aset seringkali tidak tersedia dan sulit diperhitungkan. Rumus tersebut kemudian disesuaikan lagi dengan kondisi transaksi keuangan perusahaan-perusahaan di Indonesia. Rumus dari Tobin's Q adalah:

$$Q = \frac{(ME + DEBT)}{TA}$$

Dimana :

Q : Nilai Perusahaan

ME : Jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikalikan dengan harga penutupan saham (*closing price*)

DEBT : Total Uang

TA : Nilai buku dari total aset perusahaan

Hasil dari perhitungan rasio ini adalah jika rasio sama dengan satu, maka hal ini dapat diartikan bahwa investasi pada aktiva yang menghasilkan laba dengan nilai yang lebih tinggi daripada pengeluaran investasi dapat menarik investasi baru.

2. *Price to Book Value* (PBV)

Rasio PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Nilai PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa pasar percaya terhadap prospek perusahaan tersebut.

$$PBV = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{nilai buku}}$$

3. *Price Earning Ratio* (PER)

Rasio PER merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperoleh pemegang

saham. Meningkatnya faktor risiko berbanding lurus dengan faktor diskonto dan berbanding terbalik dengan rasio PER. Rasio ini mencerminkan bagaimana apresiasi pasar terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

$$PER = \frac{\text{harga pasar per saham}}{\text{laba per saham}}$$

Penelitian ini menggunakan penilaian *Price to Book Value*, karena PBV dapat memberikan gambaran tentang seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan nilai bagi pemegang saham, serta PBV sering digunakan dalam analisis nilai investasi karena sifatnya yang sederhana dan mudah dimengerti.

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR), juga dikenal sebagai pertanggung jawaban sosial perusahaan, adalah mekanisme yang memungkinkan suatu organisasi secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholder*. Melakukan ini melebihi tanggung jawab hukum organisasi. Kontribusi perusahaan atau dunia bisnis terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Yanindha Sari & Priantinah, 2018).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah inti dari perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis, seperti promosi, meningkatkan penjualan, meningkatkan

percaya diri, loyalitas karyawan, peningkatan citra perusahaan, dan keuntungan. Memenuhi kebutuhan masyarakat seperti kesempatan kerja dan stabilitas sosial, ekonomi, budaya adalah tanggung jawab sosial dalam konteks lingkungan luar. Perusahaan menggunakan pendekatan *corporate social responsibility* (CSR) untuk mengintegrasikan kepedulian sosial dalam proses bisnis mereka dan interaksi dengan pemangku kepentingan mereka. Pendekatan ini didasarkan pada prinsip kemitraan kerja dan kesukarelaan. Perusahaan dapat menggunakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai alat tabungan masa depan untuk mendapatkan keuntungan dalam hal keberlanjutan, sosial, ekonomi, dan lingkungan. (Luviana et al., 2017).

Menurut GRI (*Global Reporting Initiative*) CSR merupakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disebut juga laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang diartikan juga sebagai praktek dalam mengukur, mengungkapkan, dan menjadi bertanggung jawab kepada *stakeholder* baik internal maupun eksternal untuk kinerja organisasi yang mengarah pada perkembangan yang berkelanjutan untuk menggambarkan pelaporan ekonomi, lingkungan, dan dampak sosial.

Jadi, CSR merupakan suatu bentuk kepedulian sosial sebuah perusahaan untuk melayani kepentingan organisasi maupun kepentingan publik eksternal. CSR juga dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggung jawabkan dampak operasi dalam dimensi ekonomi, sosial serta lingkungan hidup.

2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Untung (2008) pelaksanaan CSR memberi banyak manfaat bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Memberi peluang untuk perusahaan dalam meningkatkan citra dan nilainya.
2. Mendapatkan kepercayaan publik.
3. Memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan eksternal.
4. Meningkatkan produktivitas karyawan.
5. Lebih banyak kesempatan untuk meraih penghargaan.
6. Meningkatkan produktivitas operasional.
7. Mengurangi Risiko Usaha Perusahaan.

Sementara itu, menurut (Mursitama, 2011) manfaat eksternal dan internal yang dapat diperoleh perusahaan dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut adalah:

1. Manfaat internal
 - a. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan hukum yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang baik kepada pihak eksternal atau pemangku kepentingan eksternal.
 - b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk differensiasi produk yang baik, artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Sangat diperlukan kesesuaian antara berbagai

aktifitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Karakteristik ini mempunyai ekspektasi dari para pemangku kepentingan tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertindak.

- c. Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan membuka kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara publik merupakan instrument untuk komunikasi yang baik dengan khalayak. Pada gilirannya semua akan membantu menciptakan reputasi image perusahaan yang lebih baik.
- d. Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan akan dapat terwujud paling tidak dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (*rewards*) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaring pengaman” atau *safety nets* bagi perusahaan (Mursitama, 2011).

2. Manfaat Eksternal

- a. Pengembangan aktifitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Aktifitas tersebut butuh praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung jawab sosial.
- b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan pemasok berjalan dengan baik.
- c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.

- d. Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik.

2.2.3 Faktor-Faktor *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Rusdianto, 2013) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR nya, yaitu:

1. Keinginan mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu

2.2.4 Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Indikator pengungkapan CSR diukur berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* (GRI) adalah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia. *Global Reporting Initiative* (GRI) banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan selalu berusaha untuk meningkatkan komitmen dalam hal perbaikan dan penerapannya yang dapat dilakukan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). Indikator-indikator yang terdapat dalam GRI, yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)

2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Masyarakat/Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk (*product performance indicator*)

Corporate social responsibility disclosure diukur dengan angka indeks *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) hasil content analysis berdasarkan indikator GRI (*Global Reporting Initiatives*)-G4 yang terdiri dari 91 item. Indikator GRI dipilih karena merupakan aturan internasional yang telah diakui oleh perusahaan di dunia. Pendekatan untuk menghitung CSRDI pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu item CSR diberi score 1 jika diungkapkan dan score 0 jika tidak diungkapkan (K. A. Putri et al., 2020). Berdasarkan indikator yang dijelaskan, maka untuk melakukan penelitian ini, penulis menggunakan indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai pengukuran untuk penelitian nantinya.

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan check list yang mengacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur dengan menggunakan indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi ke 4 (G4) yang berjumlah 91 indikator kinerja dalam 3 kategori (ekonomi, lingkungan, sosial).

Perhitungan CSR dilakukan dengan menggunakan *variabel dummy*, yaitu sebagai berikut:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan

Score 1 : Jika Perusahaan mengungkapkan item pada daftar indikator CSR berdasarkan GRI-G4

Haniffa *et.al.* dalam sayekti dan Wondabio (2007), mengemukakan bahwa pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan adalah CSRDI, dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRDI: *CSR Disclosure Indeks* Perusahaan

N_j : Jumlah item untuk Perusahaan j , $n_j = 91$

X_{ij} : *Dummy variable*; 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika I tidak diungkapkan.

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq$

2.3 Profitabilitas

2.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Rizky (2016), profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Menurut Syamsuddin (2007), profitabilitas dapat diukur dengan beberapa pengukuran, seperti volume penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Profitabilitas dipakai sebagai salah satu cara untuk menilai keberhasilan pertumbuhan dan kinerja perusahaan dan berkaitan dengan hasil akhir berbagai kebijakan dan keputusan perusahaan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan dalam periode berjalan. Profitabilitas merupakan wujud keberhasilan manajemen dalam menjalankan perusahaan.

Kasmir (2016) mengemukakan bahwa “Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi”. Menurut peneliti Profitabilitas merupakan salah satu kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba serta dapat memberikan tingkat penjualan, aset, dan modal saham.

2.3.2 Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014) manfaat profitabilitas bukan hanya perusahaan itu sendiri melainkan mencakup pihak eksternal perusahaan seperti *shareholder* dan *stakeholder*. Adapun manfaat profitabilitas sebagai berikut:

1. Mengindikasi laba yang dihasilkan perusahaan dalam periode tertentu.
2. Membandingkan laba periode sebelumnya dengan periode sekarang.
3. Mengevaluasi perkembangan laba dari tahun ke tahun.
4. Menghitung besar laba bersih sesudah pajak.
5. Mengukur pemanfaatan dari seluruh ekuitas yang dimiliki perusahaan.

2.3.3 Faktor-Faktor Profitabilitas

Menurut Haron (1996) dalam Nur (2015) menyatakan bahwa profitabilitas dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal:

1. Faktor eksternal, jika terdapat faktor eksternal yang dapat mempengaruhi profitabilitas yaitu, keadaan ekonomi, inflasi dan kebijakan pemerintah.
2. Faktor internal, faktor internal yang dapat mempengaruhi profitabilitas yaitu, manajemen modal, manajemen biaya dan manajemen kas.

2.3.4 Indikator-Indikator Profitabilitas

Menurut I Made Sudana (2011) Rasio profitabilitas dapat diukur dengan menggunakan beberapa cara, berikut adalah cara untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan.

Cara untuk mengukur profitabilitas perusahaan adalah sebagai berikut:

1. *Return On Assets (ROA)*

ROA menunjukkan kemampuan perusahaan dengan menggunakan seluruh aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba setelah pajak. Rasio ini penting bagi pihak manajemen untuk mengevaluasi efektivitas dan efisiensi manajemen perusahaan dalam mengelola seluruh aktiva perusahaan. Semakin besar ROA, berarti semakin efisien penggunaan aktiva perusahaan atau dengan kata lain dengan jumlah aktiva yang sama bisa menghasilkan laba yang lebih besar, dan sebaliknya. ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Assets (ROA)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak} \times 100\%}{\text{Total Asset}}$$

2. *Return On Equity (ROE)*

ROE menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Rasio ini penting bagi pemegang saham untuk mengetahui efektivitas dan efisiensi pengolahan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efisien penggunaan modal sendiri yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan. ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity (ROE)} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3. *Profit Margin Ratio*

Profit Margin Ratio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan

laba dengan menggunakan penjualan yang dicapai perusahaan. Semakin tinggi

rasio menunjukkan bahwa perusahaan semakin efisien dalam menjalankan operasinya. *Profit margin ratio* dibedakan menjadi:

a. *Net Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini mencerminkan efisiensi seluruh bagian, yaitu produksi, personalia, pemasaran, dan keuangan yang ada dalam perusahaan. NPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

b. *Operating Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan penjualan yang dicapai perusahaan. Rasio ini menunjukkan efisiensi bagian produksi, personalia, serta pemasaran dalam menghasilkan laba. OPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Operating Profit Margin} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

c. *Gross Profit Margin*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba kotor dengan penjualan yang dilakukan perusahaan. Rasio ini menggambarkan efisiensi yang dicapai oleh bagian produksi. GPM dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

4. *Basic Earning Power*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak dengan menggunakan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Dengan kata lain rasio ini mencerminkan efektivitas dan efisiensi pengelolaan seluruh investasi yang telah dilakukan oleh perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti semakin efektif dan efisien pengelolaan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba sebelum bunga dan pajak. Rasio ini dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Basic Earning Power} = \frac{\text{Laba Sebelum Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Dalam penelitian ini profitabilitas pada perusahaan diukur dengan ROA (*Return On Assets*). Karena ROA merupakan ukuran profitabilitas perusahaan yang lebih baik karena menunjukkan efisiensi manajemen dalam menggunakan aset perusahaan untuk menghasilkan laba (Kasmir, 2012).

2.4. Penelitian Terdahulu

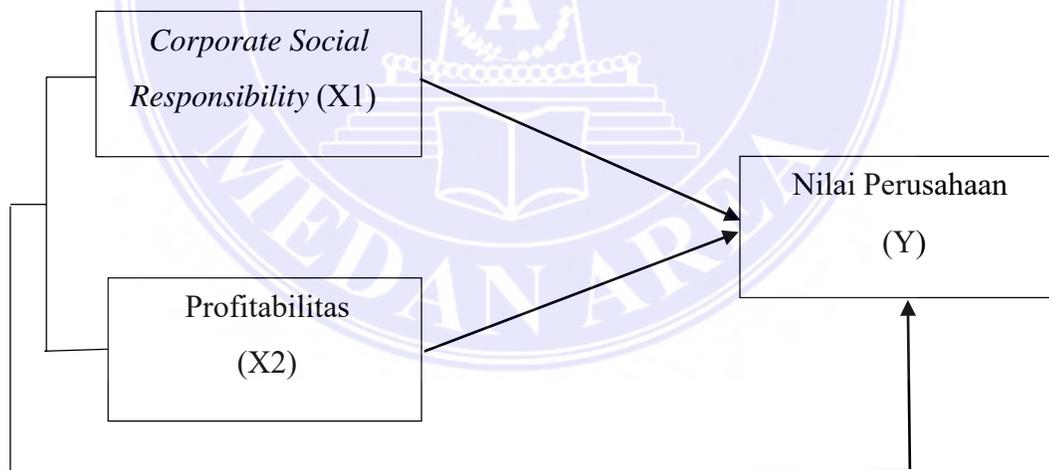
Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Tatik Zulaika, dan Grasella Sihombing (2020)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI).	$X_1 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_2 = \text{Profitabilitas}$ $X_3 = \text{Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas}$	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI. Profitabilitas yang diprosikan dengan <i>return on equity</i> (ROE) dan <i>return on investment</i> (ROI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar dalam indeks saham SRI-KEHATI.
2.	Maria Yuvianita, Nurmala Ahmar, dan Yuana Rizky Octaviani Mandagic (2022)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan	$X_1 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_2 = \text{Profitabilitas}$	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
3.	Maulindatur Rosiva, Ika Wahyuni, dan Ida Subaida (2022)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas	$X_1 = \text{Corporate Social Responsibility}$ $X_2 = \text{Corporate Social Responsibility}$	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)

No.	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
		Sebagai Variabel Intervening.	X_3 = Profitabilitas	berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan dan positif terhadap Nilai Perusahaan.
4.	Hartini, dan Dessy Marhandrie (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Risiko Financial, dan Harga Saham Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah Indonesia (BSI) di BEI Periode Tahun 2014-2021	X_1 = Profitabilitas X_2 =Risiko Financial	<i>Return On Assets (ROA)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Harga saham berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
5.	Zaky Machmuddah, Dian Wulan Sari, dan St. Dwiwarso Utomo (2020)	<i>Corporate Social Responsibility, Profitability and Firm Value: Evidence from Indonesia</i>	X_1 = <i>Corporate Social responsibility</i>	CSR memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Anthony Okafor, Bosede Ngozi Adeleye, dan Michael Adusei (2021)	<i>Corporate social responsibility and financial performance: Evidance from U.S tech firms.</i>	X_1 = <i>Corporate Social responsibility</i>	CSR dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
7.	Febry Yani Zamzam Limesta dan Dedi Wibowo (2021)	Pengaruh <i>Return on Asset dan Debt to Equity Ratio</i> Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah Sebelum Merger (Studi Kasus PT Bank BRI Syariah, Tbk Pada Bulan Januari- November 2020).	X_1 = Profitabilitas	<i>Return On Assets (ROA)</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.5 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan kerangka konseptual merupakan model konseptual terkait bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Dalam kerangka konseptual digambarkan bahwa penelitian ini akan menganalisis pengaruh secara parsial antara CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan CSR dan Profitabilitas sebagai variabel independen dan nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen. Pada penelitian ini menggambarkan terdapat tiga variabel yaitu *Corporate Social Responsibility* CSR (X1), Profitabilitas (X2), dan Nilai Perusahaan (Y).



Gambar 2. 1

Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar diatas adalah kerangka konseptual dalam penelitian ini yang menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* (csr) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.6 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas, dapat dikemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H2. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian asosiatif merupakan rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif adalah suatu metode penelitian yang berdasarkan pada satu satunya pengetahuan yang valid, dan fakta-fakta yang mungkin dapat menjadi objek penelitian. Metode penelitian kuantitatif merupakan suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2006).

3.2 Objek dan Waktu Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018-2022, data tersebut dapat di akses melalui website www.idx.co.id dan website resmi dari perusahaan perbankan tersebut.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini di lakukan secara bertahap, di mulai dari bulan November 2023 sampai dengan selesai.

Tabel 3. 1
Waktu Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2023		2024								
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
1.	Pengajuan Judul	■										
2.	Penyusunan Proposal dan Bimbingan		■	■	■							
3.	Seminar Proposal					■						
4.	Pengumpulan Data						■	■				
5.	Seminar Hasil								■			
6.	Penyelesaian dan Bimbingan Skripsi									■	■	
7.	Pengajuan Sidang Skripsi										■	
8.	Sidang Meja Hijau											■

3.3 Defenisi Operasional

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel, variabel independen (bebas), yaitu *Corporate Social Responsibility* (X1) dan Profitabilitas (X2). Variabel dependen (terikat), yaitu Nilai Perusahaan (Y). Secara operasional masing-masing variabel dapat dijelaskan tentang indikator yang berhubungan dengan variabel-variabel sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Defenisi Operasional

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Rasio
1.	Nilai Perusahaan (Y)	Nilai Perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko dan Soebiantoro, 2007).	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku}}$	Rasio
2.	Corporate Social Responsibility (X1)	Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial dan lingkungan (Fahmi, 2013).	$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$	Rasio
3.	Profitabilitas (X2)	Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan laba bagi perusahaan (Kasmir, 2012).	$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$	Rasio

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari serta kemudian ditarik kesimpulannya.

Tabel 3. 3
Populasi Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	AGRO	PT Bank Raya Indonesia Tbk
2.	AGRS	PT Bank IBK Indonesia Tbk
3.	AMAR	PT Bank Amar Indonesia Tbk
4.	ARTO	PT Bank Jago Tbk
5.	BABP	PT Bank MNC Internasional Tbk
6.	BACA	PT Bank Capital Indonesia Tbk
7.	BANK	PT Bank Aladin Syariah Tbk
8.	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
9.	BBHI	PT Allo Bank Indonesia Tbk
10.	BBKP	PT Bank KB Bukopin Tbk
11.	BBMD	PT Bank Mestika Dharma Tbk
12.	BBNI	PT Bank Negara Indonesia Tbk
13.	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk
14.	BBSI	PT Krom Bank Indonesia Tbk
15.	BBTN	PT Bank Tabungan Negara Tbk
16.	BBYB	PT Bank Neo Commerce Tbk
17.	BCIC	PT Bank Jtrust Indonesia Tbk
18.	BDMN	PT Bank Danamon Indonesia Tbk
19.	BEKS	PT Bank Pembangunan Daerah Banten Tbk
20.	BGTG	PT Bank Ganesha Tbk
21.	BINA	PT Bank Ina Perdana Tbk
22.	BJBR	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Tbk
23.	BJTM	PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk
24.	BKSW	PT Bank QNB Indonesia Tbk
25.	BMAS	PT Bank Maspion Indonesia Tbk
26.	BMRI	PT Bank Mandiri Tbk
27.	BNBA	PT Bank Bumi Arta Tbk
28.	BNGA	PT Bank CIMB Niaga Tbk
29.	BNII	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
30.	BNLI	PT Bank Permata Tbk
31.	BRIS	PT Bank Syariah Indonesia Tbk
32.	BSIM	PT Bank Sinarmas Tbk

No.	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
33.	BSWD	PT Bank of India Indonesia Tbk
34.	BTPN	PT Bank BTPN Tbk
35.	BTPS	PT Bank BTPN Syariah Tbk
36.	BVIC	PT Bank Victoria Internasional Tbk
37.	DNAR	PT Bank Oke Indonesia Tbk
38.	INPC	PT Bank Artha Graha Internasional Tbk
39.	MASB	PT Bank Multiarta Sentosa Tbk
40.	MAYA	PT Bank Mayapada Internasional Tbk
41.	MCOR	PT Bank China Construction Bank Indonesia Tbk
42.	MEGA	PT Bank Mega Tbk
43.	NISP	PT Bank OCBC NISP Tbk
44.	NOBU	PT Bank Nationalnobu Tbk
45.	PNBN	PT Bank Pan Indonesia Tbk
46.	PNBS	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk
47.	SDRA	PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk

Sumber: www.idx.co.id (2023)

3.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel yang diambil dari populasi haruslah tepat. Dalam penelitian ini, sampel diambil berdasarkan karakteristik tertentu agar data tersebut dapat diperbandingkan. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dalam pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Adapun pertimbangan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI periode tahun 2018-2022.
2. Perusahaan sektor perbankan yang memiliki data lengkap sesuai dengan kebutuhan seperti, Laporan Tahunan dan Laporan Keberlanjutan.

Berdasarkan pertimbangan tersebut, maka dapat diperoleh 6 sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Sampel tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4
Sampel Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	BBCA	PT Bank Central Asia Tbk
2.	BBNI	PT Bank Negara Indonesia Tbk
3.	BBRI	PT Bank Rakyat Indonesia Tbk
4.	BMRI	PT Bank Mandiri Tbk
5.	BNII	PT Bank Maybank Indonesia Tbk
6.	BNLI	PT Bank Permata Tbk

Sumber: Data diolah (2024)

3.5 Metode Pengumpulan Data

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data penelitian yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti secara tidak langsung melainkan dengan pihak lain. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dalam bentuk laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan-perusahaan sektor perbankan periode tahun 2018-2022 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

3.5.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan selama 5 (lima) tahun pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang dapat diakses melalui website www.idx.co.id.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif dengan penekanan pada hal yang berhubungan dengan rumus dan angka tertentu. Adapun metode tersebut sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan (Fahmi, 2013).

$$CSRDI = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

CSRDI: *CSR Disclosure* Indeks Perusahaan

N_j : Jumlah item untuk perusahaan, $n_j = 91$

X_{ij} : 1 = jika item I diungkapkan; 0 jika I tidak diungkapkan

2. Rasio Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan, Profitabilitas ini memberikan gambaran seberapa efektif perusahaan beroperasi sehingga memberikan laba bagi perusahaan (Kasmir, 2012).

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

3. Rasio *Price to Book Value* (PBV)

Rasio PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Nilai PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa pasar percaya terhadap prospek perusahaan tersebut (Wetson dan Copeland, 2008).

$$PBV = \frac{\text{Harga Pasar Per Saham}}{\text{Nilai Buku}}$$

3.6.1 Teknik Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2016) dalam analisis teknik regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih yang dapat menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Persamaan regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2$: Koefisien Regresi

X1 : *Corporate Social Responsibility* (CSR)

X2 : Profitabilitas

e : Error

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsistensi. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolonieritas, uji autokolerasi dan uji heteroskedasitisitas. Adapun yang termasuk dalam uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji sebuah model regresi berganda yaitu variabel dependen, variabel independen atau keduanya apakah mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data adalah dengan menggunakan Uji *kolmogorov-Smirnov*. Untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak normal bisa menggunakan uji normalitas *kolmogorov-Smirnov* yaitu dengan melihat nilai signifikannya. Jika nilai signifikannya lebih kecil dari 0,05 maka distribusi data tidak normal. Sebaliknya jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka distribusi data normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Sebuah model regresi dikatakan terkena uji multikolinieritas apabila terjadi hubungan linier yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel independen dari model regresi tersebut. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflating Factor* (VIF). Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam regresi adalah dengan cara sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien korelasi VIF < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$ maka data tersebut tidak multikolinieritas
- b. Jika nilai koefisien korelasi VIF > 10 maka data tersebut multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik autokorelasi. Secara umum dapat dilakukan tolak ukur sebagai berikut:

- a. Jika nilai DW lebih besar dari 2 berarti tidak ada autokorelasi negatif.
- b. Jika nilai DW antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi atau bebas autokorelasi.
- c. Jika nilai DW kurang dari -2 berarti ada autokorelasi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134).

3.7 Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan pengujian secara parsial (uji t) dan penyajian secara simultan (uji f).

3.7.1 Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Menurut Tony Wijaya (2013) “untuk menguji pengaruh variabel independen digunakan uji t, yang berfungsi koefisien regresi linier berganda secara parsial”. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Pengaruh positif dan negatif variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dapat dilihat t statistik dan t tabel.

1. Jika $t \text{ statistik} > t \text{ tabel}$ dan nilainya positif maka H_0 ditolak dan H_a diterima dapat berpengaruh positif.
2. Jika $t \text{ statistik} > t \text{ tabel}$ dan nilainya negatif maka H_0 ditolak dan H_a diterima dapat berpengaruh negatif.
3. Jika $t \text{ statistik} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak memiliki pengaruh.

3.7.2 Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen (bebas) yang dimasukkan dalam penelitian mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen (terikat). Untuk hasil yang signifikan dapat dilihat pada nilai sig (*p-value*) atau membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. $F_{hitung} < F_{tabel}$ statistik $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur kemampuan modal dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yang dapat di indikasikan oleh nilai *adjusted R squared* (Ghozali, 2016). Nilai koefisien determinasi yang kecil memiliki arti bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas, sebaliknya jika nilai mendekati 1 dan menjauhi 0 memiliki arti bahwa variabel independen memiliki kemampuan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2016).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sejalan dengan hipotesis dan teori yang ditentukan sebelumnya yakni *corporate social responsibility* (csr) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan hipotesis dan teori yang ditemukan sebelumnya yakni profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Profitabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga pengaruh yang menyatakan *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, saran yang dapat disampaikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi sumber pengambilan keputusan bagi perusahaan dalam menganalisis nilai perusahaan dengan menggunakan variabel *independent* yang diteliti dalam penelitian ini seperti *corporate social responsibility* (csr) dan profitabilitas.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini disarankan sebagai bahan referensi dan diharapkan menggunakan semua jenis perusahaan yang terdaftar di BEI sebagai sampel penelitian dan memperpanjang periode penelitian atau menambah sampel yang lebih besar dan meneliti dari sektor lain yang ada di Bursa Efek Indonesia serta menambah variabel-variabel yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fahmi, Irham. 2015. *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta.
- Handayani, N., Asyikin, J., Ernawati, S., & Boedi, S. (2023). Analisis pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan perbankan indonesia. In Online) *KINERJA: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* (Vol. 20, Issue 2).
- Ilmiah Ekotrans, J., Profitabilitas, P., Finansial dan Harga Saham, R., & Marhandrie, D. (2014). *JIEE*. 2, 2022–2104.
- Indrarini, Silvia. (2019), *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya: Scopindo.
- Irawan, A., Chyntia Ovami, D., Putra Prima, A., Putri, A. P., Ekonomi, F., Muslim, U., al Washliyah, N., & Putera Batam, U. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *jurnal bisnis net*, 1, 6.
- Kasmir, 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir. 2014. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Cetakan Ketujuh. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kharisma Nandasari. (2009). “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Tambang Yang Listing di BEI)”. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Lukman Syamsuddin. 2007. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Luviana, Y. R., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). Pengaruh *Green Marketing* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Air Minum Dalam Kemasan Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang Angkatan 2013-2016). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 6(1), 148–159.
- Manajemen, J., Ekonomi, F., & Agus, D. (2017). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi Katiya Nahda.

- Marius, M. E., & Masri, I. (2017). Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social*
- Maulinda, W., & Hermi. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1923–1932.
- Mursitama, T. N. 2011. *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Sebuah Konsep untuk Perencanaan Pembangunan Berkelanjutan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Pratiwi, A., Nurulrahmatia, N., & Muniarty, P. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Owner*, 4(1), 95.
- Rizky, M. F 2016. Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan. (June).
- Rusdianto. 2013. *CSR Communication A Framework for PR Practitioners*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sari, Putri Yanindha., dan Priantinah, Danies. 2018. Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015. *Jurnal Nominal*, Vol 7, No.1.
- Sartono, Agus. 2016. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi 4 Yogyakarta: BPF
- Sudana, Made, I. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Erlangga
- Suharli, Michell. 2006. *Akuntansi untuk Bisnis Jasa dan Dagang*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sulbahri, R. A. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. 16(2), 215–226.
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2019). Pengaruh *Leverage* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia).
- Syahrul Ramadani, M., Perwita Sari, R., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (2020). *The Effect Of Company Profitability On Company Value In Mediated Corporate Social Responsibility In Mining Companies Listed On The Indonesia*

Stock Exchange Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Tondi, M., Putra, S., Ayu, G., Asri, M., & Putri, D. (n.d.). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Good Corporate Governance* sebagai Variabel Pemoderasi.

Untung, Budi Hendrik, 2008. *Corporate Social Responsibility*. Sinar Grafika, Jakarta.

Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Homepage*, 1(1), 109–117.

Weston, J.F dan Copeland. 2008. *Dasar–Dasar Manajemen Keuangan Jilid II*. Jakarta: Erlangga.

Yani, F., Limesta, Z., Dedi, D., Mahasiswa, W., Dosen, D., & Unsurya, M. (n.d.). Pengaruh *Return On Asset* Dan *Debt To Equity Ratio* Terhadap Nilai Perusahaan Bank Syariah Sebelum Merger (Studi Kasus PT Bank BRI Syariah, Tbk Pada Bulan Januari-November 2020).

Yuvianita, M., Ahmar, N., Rizky Octaviani Mandagie, Y., Studi Akuntansi, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *JIAP*, 2(2).

Zulaika, T., & Sihombing, G. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI). In *Jurnal Akuntansi dan Governance Andalas* (Vol. 2, Issue 2).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Data variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI

No	Kode Perusahaan	2018	2019	2020	2021	2022
1.	BBCA	0.30	0.27	0.30	0.45	0.44
2.	BBNI	0.30	0.33	0.36	0.47	0.47
3.	BBRI	0.26	0.29	0.38	0.40	0.40
4.	BMRI	0.18	0.27	0.27	0.41	0.45
5.	BNII	0.24	0.21	0.30	0.30	0.25
6.	BNLI	0.20	0.20	0.29	0.25	0.21

Data variabel ROA (X2) perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI

(Dalam jutaan rupiah)

Kode	Keterangan	Tahun				
		2018	2019	2020	2021	2022
BBCA	Laba Bersih	25.851.660	28.569.974	27.147.109	31.440.159	40.755.572
	Total Aktiva	824.787.944	918.989.312	1.075.570.256	1.228.344.680	1.314.731.674
BBNI	Laba Bersih	15.091.763	15.508.583	3.321.442	10.977.051	18.481.780
	Total Aktiva	808.572.011	845.605.208	891.337.425	964.837.692	1.029.836.868
BBRI	Laba Bersih	32.418.486	34.413.825	18.660.393	30.755.766	51.408.207
	Total Aktiva	1.296.898.292	1.416.758.840	1.511.804.628	1.678.097.734	1.865.639.010
BMRI	Laba Bersih	25.851.937	28.455.592	17.645.624	30.551.097	44.952.368
	Total Aktiva	1.202.252.094	1.318.246.335	1.429.334.484	1.725.611.128	1.992.544.687
BNII	Laba Bersih	2.262.245	1.924.180	1.284.392	1.679.754	1.533.211
	Total Aktiva	177.532.858	169.082.830	173.224.412	168.758.476	160.813.918
BNLI	Laba Bersih	901.252	1.500.420	721.587	1.231.127	2.013.413
	Total Aktiva	152.892.866	161.451.259	197.726.097	234.379.042	255.122.471

Data variabel PBV (X3) perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI

Kode	Keterangan	Tahun				
		2018	2019	2020	2021	2022
BBCA	Harga Saham	5.200	6.685	6.770	7.300	8.550
	Total Ekuitas	151.753.427.000.000	174.143.156.000.000	184.714.709.000.000	202.848.934.000.000	221.181.655.000.000
	Jumlah Saham Beredar	24.655.010.000	24.655.010.000	24.655.010.000	123.275.050.000	123.275.050.000
BBNI	Harga Saham	8.800	7.850	6.175	6.750	9.225
	Total Ekuitas	110.373.789.000.000	125.003.948.000.000	112.872.199.000.000	126.519.977.000.000	140.197.662.000.000
	Jumlah Saham Beredar	18.648.656.458	18.648.656.458	18.648.656.458	18.648.656.458	18.648.656.458
BBRI	Harga Saham	3.660	4.400	4.170	4.110	4.940
	Total Ekuitas	185.275.331.000.000	208.784.336.000.000	199.911.376.000.000	291.786.804.000.000	303.395.317.000.000
	Jumlah Saham Beredar	123.345.810.000	123.345.810.000	123.345.810.000	151.558.678.941	151.559.001.604
BMRI	Harga Saham	7.375	7.675	6.325	7.025	9.925
	Total Ekuitas	184.960.305.000.000	209.034.525.000.000	193.796.083.000.000	222.111.282.000.000	252.245.455.000.000
	Jumlah Saham Beredar	46.666.666.666	46.666.666.666	46.666.666.666	46.666.666.666	46.666.666.666
BNII	Harga Saham	206	206	318	332	228
	Total Ekuitas	25.090.691.000.000	26.684.916.000.000	27.223.630.000.000	28.725.123.000.000	29.533.950.000.000
	Jumlah Saham Beredar	76.215.195.821	76.215.195.821	76.215.195.821	76.215.195.821	76.215.195.821
BNLI	Harga Saham	620	1.265	3.140	1.535	1.015
	Total Ekuitas	22.451.936.000.000	24.037.351.000.000	35.071.453.000.000	36.613.715.000.000	37.617.289.000.000
	Jumlah Saham Beredar	26.880.234.000	26.880.234.000	26.880.234.000	26.880.234.000	26.880.234.000

Lampiran 2

Hasil Olah Data Excel

No	Kode Perusahaan	Tahun	PBV	CSRDI	ROA
1.	BBCA	2018	0.84	0.30	3.13
		2019	0.95	0.27	3.11
		2020	0.90	0.30	2.52
		2021	4.44	0.45	2.56
		2022	4.77	0.44	3.10
2.	BBNI	2018	1.49	0.30	1.87
		2019	1.17	0.33	1.83
		2020	1.02	0.36	0.37
		2021	0.99	0.47	1.14
		2022	1.23	0.47	1.79
3.	BBRI	2018	2.44	0.26	2.50
		2019	2.60	0.29	2.43
		2020	2.57	0.38	1.23
		2021	2.13	0.40	1.83
		2022	2.47	0.40	2.76
4.	BMRI	2018	1.86	0.18	2.15
		2019	1.71	0.27	2.16
		2020	1.52	0.27	1.23
		2021	1.48	0.41	1.77
		2022	1.84	0.45	2.26
5.	BNII	2018	0.63	0.24	1.27
		2019	0.59	0.21	1.14
		2020	0.89	0.30	0.74
		2021	0.88	0.30	1.00
		2022	0.59	0.25	0.95
6.	BNLI	2018	0.74	0.20	0.59
		2019	1.41	0.20	0.93
		2020	2.41	0.29	0.36
		2021	1.13	0.25	0.53
		2022	0.73	0.21	0.79

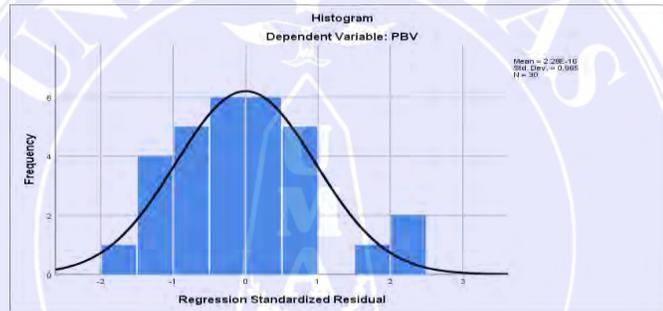
Lampiran 3

Hasil Olah Data SPSS

Tabel 4.2
Hasil Uji Statistik Deskriptif

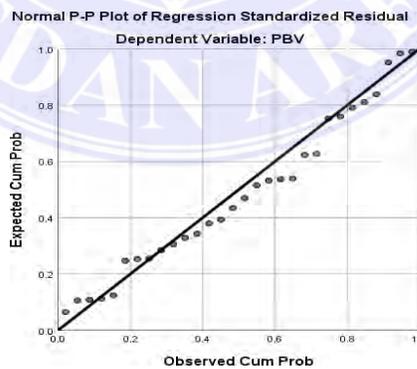
Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	30	.59	4.77	1.6140	1.03218
CSRDI	30	.18	.47	.3150	.08756
ROA	30	.36	3.13	1.6680	.85679
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26,2024

Gambar 4.13
Grafik Histogram



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26,2024

Gambar 4.14
Normal Probability Plot

Tabel 4.3
Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		<i>Unstandardized Residual</i>
N		30
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.84367647
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.126
	<i>Positive</i>	.126
	<i>Negative</i>	-.072
<i>Test Statistic</i>		.126
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 ^{c,d}
<i>a. Test distribution is Normal</i>		
<i>b. Calculated from data</i>		
<i>c. Lilliefors Significance Correction</i>		
<i>d. This is a lower bound of true significance</i>		

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinieritas

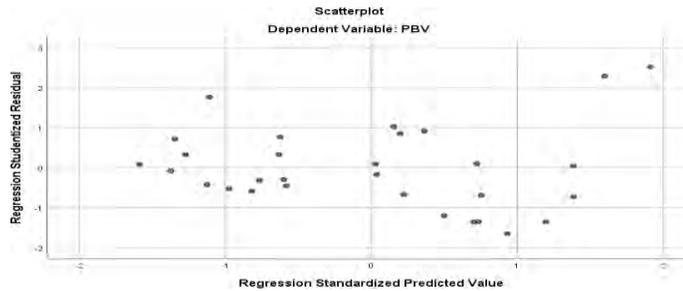
<i>Coefficients^a</i>			
		<i>Collinearity Statistics</i>	
Model		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	CSRDI	.903	1.107
	ROA	.903	1.107
<i>a. Dependent Variable PBV</i>			

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi

<i>Model Summary^b</i>				
Model	<i>Durbin-Watson</i>	<i>Durbin Upper</i>	<i>Durbin Lower</i>	<i>4 - Durbin Upper</i>
1	1.940 ^a	1.566	1.283	2.434
<i>a. Predictors: (Constant), ROA, CSRDI</i>				
<i>b. Dependent Variable: PBV</i>				

Sumber: Data Diolah dengan SPSS 26, 2024



Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Gambar 4.15
Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.304	.327		-.928	.362
	CSRDI	1.904	1.027	.317	1.855	.075
	ROA	.211	.105	.344	2.015	.054

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Tabel 4.7
Hasil Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	-.430	.622		-.692	.495
	CSRDI	4.253	1.951	.361	2.180	.038
	ROA	.422	.199	.351	2.119	.043

a. Dependent Variable PBV

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Tabel 4.8
Uji t (Parsial)

Coefficients^a						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.430	.622		-.692	.495
	CSRDI	4.253	1.951	.361	2.180	.038
	ROA	.422	.199	.351	2.119	.043

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Tabel 4.9
Hasil Uji Statistik F

ANOVA^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	<i>Regression</i>	10.255	2	5.127	6.707	.004 ^b
	<i>Residual</i>	20.642	27	.765		
	<i>Total</i>	30.897	29			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), ROA, CSRDI

Sumber: Data diolah dengan SPSS, 26 2024

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b					
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	
1	.576 ^a	.332	.282	.87437	

a. Predictors: (Constant), ROA, CSRDI

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: Data diolah dengan SPSS 26, 2024

Lampiran 4

Surat Izin Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366070, 7360160, 7364340, 7366781, Fax, (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax, (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 212/ FEB /01.1/ III /2024
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

25 Maret 2024

Kepada Yth,
Bursa Efek Indonesia

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara/saudari, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

Nama : NABILA AZMI SIREGAR
NPM : 208320145
Program Studi : Manajemen
No Hp : 081371182686
Email : nabilaasrg27@gmail.com
Judul : **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2018-2022**

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

A.n Kaprodi
Kepala Bidang Minat Bakat Dan Inovasi
Program Studi Manajemen

Alifto, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

Lampiran 5

Surat Selesai Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ.medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1229/FEB.1/06.5/V/2024

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : Nabila Azmi Siregar
NPM : 208320145
Program Studi : Manajemen

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul :

“Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Yang Teraftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode Tahun 2018-2022”

Selama melakukan pengambilan data / riset mahasiswa mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berperilaku baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

Medan, 22 Mei 2024

A.n Dekan,
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si

