

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PROFITABILITY (ROA) AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM VALUE IN BANKING COMPANIES LISTED ON THE IDX FOR THE 2016 – 2020 PERIOD

Citra Kristin¹, Fadrul^{2*}

^{1&2}Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia
Email: fadrul@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Profitability (ROA) and Corporate Social Responsibility variables on firm value in banking companies listed on the IDX for the 2016-2020 period. The population in this study were all banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2016-2020 period. While the samples taken in this study were 28 companies which were taken using purposive sampling method. Secondary data obtained from the IDX. The independent variables used in this research are Profitability (ROA) and Corporate Social Responsibility. The dependent variable used is Firm Value. The data analysis technique used is multiple linear regression test using SPSS V22 program. The results of this study indicate that the Profitability (ROA) variable has a positive effect on the Firm Value variable and the Corporate Social Responsibility variable has no positive effect on the Firm Value variable.

Keyword : Banking, Profitability; ROA (Return on Assets); Corporate Social Responsibility; Company Value

ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS (ROA) DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR di BEI PERIODE 2016 – 2020

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel Profitabilitas (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 28 perusahaan yang diambil dengan menggunakan metode purposive sampling. Data sekunder diperoleh dari BEI. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Profitabilitas (ROA) dan *Corporate Social Responsibility*. Variabel dependent yang digunakan yaitu Nilai Perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji regresi linear berganda dengan menggunakan Program SPSS V22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap variabel Nilai Perusahaan dan variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif terhadap variabel Nilai Perusahaan.

Kata Kunci : Perbankan; Profitabilitas; ROA (Return on Asset); *Corporate Social Responsibility*; Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Industri perbankan mempunyai peran yang vital dalam perekonomian suatu Negara. Hal tersebut berhubungan dengan fungsi bank sebagai media perantara keuangan (*Financial Intermediary*) antara pihak yang kelebihan dana (*surplus*) dan pihak yang membutuhkan dana (*defisit*). Fungsi utama Perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat, menyalurkan dana kepada masyarakat, dan juga memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan (Ismail, 2010)

Perusahaan perbankan adalah lembaga keuangan yang berfungsi sebagai penyalur keuangan antar satu nasabah dengan nasabah dengan yang lain, sehingga bisa dikatakan bahwa landasan utama dari perusahaan perbankan adalah kepercayaan. Perusahaan perbankan sangat bergantung kepada kepercayaan nasabah yang diberikan kepada perusahaan tersebut, karena sebagian besar dana yang digunakan untuk membiayai operasionalnya menggunakan dana masyarakat dibanding dengan modal pemegang saham. Menurut (Widati, 2012), pengelola perusahaan perbankan harus dapat menyeimbangkan antara pemeliharaan likuiditas yang cukup dengan pencapaian rentabilitas yang wajar, serta pemenuhan modal yang memadai, dengan kondisi yang demikian maka kinerja keuangan bank dapat dikatakan baik.

Dalam industri perbankan, kegiatan mengendalikan modal dari investor menjadi faktor yang penting, sedangkan bagi investor nilai perusahaan (*firm value*) merupakan hal yang sangat diperhatikan karena bisa menjadi indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Nilai perusahaan akan meningkat apabila kinerja keuangan dapat mengalami peningkatan secara berkesinambungan. Meningkatnya kinerja keuangan dapat menarik para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan sehingga saham akan semakin aktif untuk diperjualbelikan dan bisa meningkatkan harga saham. Semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan juga akan semakin tinggi. Jika bank tidak mampu untuk mempertahankan nilai perusahaannya maka hal tersebut akan menyebabkan berkurangnya tingkat kepercayaan nasabah dan pihak-pihak yang menginvestasikan atau menyimpan dananya kepada bank, sehingga akan berdampak pada rendahnya dana yang akan diperoleh bank.

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Wijaya et al., 2021). Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti dengan tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi oleh karena itu jika perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang tidak baik, maka para Investor tidak akan mau berinvestasi di perusahaan tersebut. Untuk itu pemilik perusahaan akan mendorong manajer untuk bekerja lebih keras dengan menggunakan berbagai intensif untuk memaksimalkan nilai perusahaan dikarenakan Peningkatan nilai perusahaan menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan serta nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Dalam suatu perusahaan aspek keuangan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan secara signifikan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Banyak pimpinan perusahaan mendasarkan kinerja perusahaan yang dipimpinnya pada *financial performance*. Perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik dapat dilihat dari laba yang dihasilkan memiliki nilai yang besar, apabila laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil dapat dikatakan kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang kurang baik. Hal ini dikarenakan profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan (Hotman, Tohir et al., 2019).

Menurut (Priatna, 2016) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan yang menunjukkan perusahaan itu mampu memperoleh keuntungan dari penggunaan modal yang dikelolanya. Tujuan investor untuk menanamkan saham pada perusahaan yaitu untuk mendapatkan return yang terdiri dari yield dan capital gain. Jika perusahaan memperoleh laba semakin tinggi maka semakin tinggi pula return yang diharapkan investor. Apabila pimpinan telah bekerja keras dalam meningkatkan laba penjualan sementara biaya yang dikeluarkan tidak berubah, maka total laba harus meningkat melebihi periode sebelumnya yang mengimplikasikan keberhasilan suatu perusahaan.

Selain informasi dari kinerja keuangan perusahaan, salah satu informasi yang mempengaruhi suatu nilai perusahaan yang juga dipublikasikan perusahaan yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR merupakan bentuk komitmen perusahaan untuk berkontribusi dalam meningkatkan ekonomi yang berkelanjutan dengan cara memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan itu dan mengutamakan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebut *triple bottom line*. Sebagai salah satu prinsip dalam akuntansi keuangan, pengungkapan (*disclosure*) merupakan penyajian sejumlah informasi yang diberikan untuk pengoperasian pasar modal secara optimal dan efisien.

Pengungkapan CSR sangat penting karena stakeholder perlu memberikan penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan para stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan, maka stakeholder akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan (Kesumastuti & Dewi, 2021). Semakin banyak perusahaan mengungkapkan CSR dalam laporan tahunan, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor, kreditor, ataupun masyarakat. Karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan adalah dengan melakukannya pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR).

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan (*value of the firm*) merupakan persepsi investor terhadap perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Taufiqurochman & Suraida, 2019). Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi oleh karena itu jika perusahaan tersebut memiliki nilai perusahaan yang tidak baik, maka para Investor tidak akan mau berinvestasi di perusahaan tersebut. Peningkatan nilai perusahaan menggambarkan kesejahteraan pemilik perusahaan serta nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang baik.

Return on Asset

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba dalam suatu periode tertentu. (Wibowo & Yuliana, 2020), Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (profit) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan investor, sehingga menjadikan nilai perusahaan menjadi lebih baik.

Apabila investor ingin melihat seberapa besar perusahaan menghasilkan return atas investasi yang mereka tanamkan, yang akan dilihat pertama kali adalah rasio profitabilitas, salah satunya *Return on Asset (ROA)*, karena *ROA* adalah rasio keuntungan bersih setelah pajak terhadap rata-rata jumlah aset secara keseluruhan. Berdasarkan pengertian *ROA*, dapat dikatakan bahwa *ROA* mengidentifikasi seberapa efisien manajemen dalam menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan (Nurhayati et al., 2018).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* adalah proses pengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan. Perusahaan melakukan pengungkapan informasi sosial dengan tujuan untuk membangun image pada perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat.

HUBUNGAN ANTAR VARIABEL DAN PENELITIAN TERDAHULU

Pengaruh ROA Terhadap Nilai Perusahaan

Return on Asset (ROA) merupakan rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. Investor akan menilai dan memiliki persepsi baik terhadap kinerja keuangan di masa yang akan datang dengan melihat tingginya *ROA*. *ROA* yang tinggi juga meningkatkan kepuasan dari investor. Kepuasan investor terhadap saham, membuat saham semakin aktif diperdagangkan yang secara otomatis meningkatkan harga sahamnya. Dengan meningkatnya harga saham maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Sesuai dengan *theory stakeholder*, para *stakeholder* yang terdiri dari kreditur dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kinerja keuangan yang baik dan penilaian perusahaan akan meningkat karena salah satu nilai perusahaan ditentukan oleh efisiensi dari aset perusahaan. Semakin efisien perputaran aset, semakin tinggi *profit margin* yang diperoleh perusahaan. Perusahaan dengan harga saham yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas. Hal tersebut akan menunjukkan bahwa perusahaan berkinerja dengan baik dan menciptakan respon yang positif. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : ROA Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

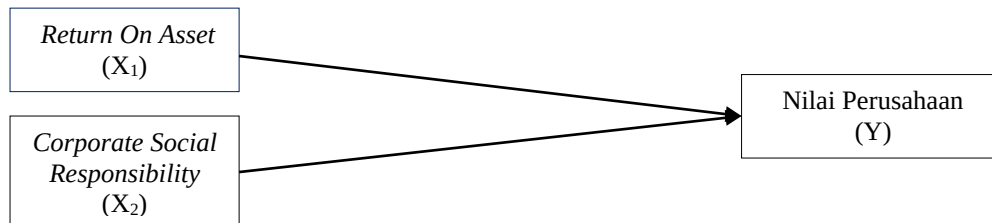
Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan dalam jangka panjang. CSR juga merupakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam upaya memperbaiki kesenjangan sosial akibat dari aktivitas operasional. Sesuai teori legitimasi, perusahaan harus melaksanakan kegiatan operasional sesuai dengan batasan nilai sosial. Semakin baik bentuk pertanggungjawaban maka akan meningkatkan citra bank sehingga lebih mudah untuk menarik minat investor untuk berinvestasi yang pada akhirnya akan berpengaruh terhadap profitabilitas dan nilai dari perusahaan semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh (Hariani, 2017) menyebutkan bahwa memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang baik dan lengkap dapat meningkatkan kepercayaan dari para investor untuk berinvestasi yang nantinya juga akan meningkatkan kesempatan untuk memperoleh profitabilitas yang besar dengan nilai perusahaan yang baik. Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : CSR Berpengaruh Positif Terhadap Nilai Perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan hipotesis yang telah dijabarkan tersebut, maka terbentuk sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Populasi

populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2020 yaitu sebanyak 43 Perusahaan.

Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan berdasarkan metode purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pengambilan sampel dengan metode ini bertujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria sampel. Karena keberadaannya merupakan bagian dari populasi, tentulah ia memiliki ciri – ciri dan pertimbangan tertentu yang dimiliki oleh populasinya.

Tabel 1. Hasil Purposive Sampling

No.	Keterangan	Jumlah
1	Populasi :	
	Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI	43
2	Kriteria Sampel :	
	Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI setelah tahun 2016 dan seterusnya	(4)
	Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI periode 2016 sampai 2020 yang memiliki total aset minimal Rp 10 Triliun	(11)
3	Sampel yang memenuhi kriteria	28

Sumber : Bursa Efek Indonesia, Data diolah, 2022

Metode Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik dalam suatu penelitian adalah proses transformasi data penelitian ke dalam bentuk tabulasi sehingga mudah untuk dipahami dan diinterpretasikan. Metode analisis data dalam penelitian ini akan menggunakan bantuan program aplikasi komputer yaitu SPSS versi 22.

Uji Asumsi Klasik

Digunakan untuk menguji apakah sampel penelitian yang diolah telah tepat dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Terdapat tiga macam pengujian yaitu :

Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Sebagaimana dijelaskan bahwa model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Uji ini disebut dengan grafik P-P Plot atau dengan tabel kolmogorov-smirnov.

Normal P.P.Plot atau Grafik Histogram

Uji normalitas data dilakukan dengan cara melihat titik-titik plotting dari hasil output SPSS apakah titik-titik plotting tersebut berada disekitar garis diagonalnya atau tidak. Jika titik-titik atau data berada didekat dan mengikuti garis diagonalnya atau grafik histogram nya menunjukkan pola distribusi normal, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Sementara itu, jika titik-titik menjauh dan tersebar atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka dikatakan bahwa nilai residual tidak berdistribusi normal.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Uji statistika Kolmogorov-Smirnov (K-S) merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah sampel berasal dari populasi dengan distribusi tertentu dalam hal ini adalah distribusi normal. Besarnya probabilitas uji Kolmogorov-Smirnov bisa dilihat dari nilai *asympt.sig* yaitu dengan tingkat signifikansi yang ditentukan 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila nilai *sig* > 0,05, maka H_1 diterima, artinya data terdistribusi secara normal. Dan sebaliknya nilai *sig* < 0,05, maka H_0 diterima, artinya data terdistribusi secara tidak normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau independen (Ghozali, 2015). Dalam uji multikolinearitas disebutkan bahwa model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas yang satu dengan variabel bebas yang lain. Untuk mengetahui adanya problem multikolinearitas maka dapat dilihat dari hasil *Collinearity Statistic* yaitu nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance*. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut : (1) Jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, (2) Jika nilai *Tolerance* < 0,10 dan *VIF* > 10, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi multikolinearitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t , dengan kesalahan pada periode sebelumnya ($t-1$). Untuk mendeteksi adanya autokorelasi maka dilakukan uji statistik *Durbin Watson* yaitu antara -2 sampai +2 tidak terjadi adanya autokorelasi.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, dapat menggunakan metode grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (ZRESID).

Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur apakah variabel independen (X) yaitu pengaruh return on assets (X_1) dan CSR (X_2) dan terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y). persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 ROA + \beta_2 CSR + e$$

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

α = konstanta

β = koefisien regresi

ROA = Return on Asset

CSR = Corporate Social Responsibility

e = error

Uji Hipotesis

Uji ini digunakan untuk menetapkan suatu dasar sehingga dapat mengumpulkan bukti yang berupa data-data dalam menentukan keputusan apakah akan menolak atau memberikan kebenaran dari pernyataan atau asumsi yang telah dibuat. Uji hipotesis terbagi menjadi 3 :

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol-satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Dalam melakukan pengambilan keputusan, maka ketentuannya sebagai berikut : (a) Jika nilai signifikansi menurut hasil perhitungan lebih kecil daripada besarnya nilai α (level of significance) yaitu 0,05, maka berpengaruh secara signifikan. (b) Jika nilai signifikansi menurut hasil perhitungan lebih besar daripada besarnya nilai α (level of significance) yaitu 0,05, maka tidak berpengaruh secara signifikan.

Uji parsial (uji t)

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui signifikansi setiap variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu dengan uji satu arah. Untuk menguji rumusan hipotesis tersebut adapun kriteria pengujian, jika probabilitas (signifikansi) lebih besar dari 0,05 maka variabel bebas secara individu tidak berpengaruh apabila lebih kecil dari 0,05 maka variabel bebas secara individu berpengaruh.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	140	.01517	.17277	.1059336	.03906026
CSR	140	.33764	.59161	.5124219	.06522473
TOBINSQ	140	.93791	1.25278	1.0286690	.07119729
Valid N (listwise)	140				

Sumber : Data olahan SPSS 22

Dalam penelitian ini variabel ROA menunjukkan bahwa dari 140 nilai perusahaan yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 0,015 dan nilai maksimum sebesar 0,173 serta nilai mean ideal sebesar 0,106 dan nilai standar deviasi sebesar 0,039. variabel CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan bahwa dari 140 nilai perusahaan yang diteliti memiliki nilai minimum sebesar 0,338 dan nilai maksimum sebesar 0,591 serta nilai mean ideal sebesar 0,512 dan nilai standar deviasi sebesar 0,065.

Uji Normalitas

Tabel 3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.06844165
Most Extreme Differences	Absolute	.171
	Positive	.171
	Negative	-.124
Test Statistic		.171
Asymp. Sig. (2-tailed)		.081 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat disimpulkan dengan membandingkan nilai angka *Asymp. Sig (2-tailed)* dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dengan pengambilan keputusan: (1) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% maka distribusi data adalah tidak normal, (2) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka distribusi data adalah normal.

Berdasarkan table 3. dapat disimpulkan bahwa data variabel likuiditas saham berdistribusi normal karena nilai memiliki nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,081 lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolonieritas berguna untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Cara mengetahui ada tidaknya penyimpangan uji multikolonieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF masing-masing variabel independen, yaitu : (1) jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas, (2) jika nilai *Tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolonieritas. Berikut hasil uji multikolonieritas :

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.955	.122		7.846	.000		
ROA	.911	.400	.462	2.276	.034	.958	1.043
CSR	-.035	.238	-.030	-.147	.885	.958	1.043

a. Dependent Variable: TOBINSQ

Sumber : Data olahan SPSS 22

Berdasarkan *output* di atas, diketahui bahwa hasil nilai *Tolerance* kedua variabel lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas. Dengan nilai *Tolerance* masing-masing variabel independen bernilai ROA dan CSR sebesar 0,958. Sementara itu hasil perhitungan nilai VIF juga menunjukkan hal serupa yaitu nilai VIF variabel independen 1,043 lebih kecil dari 10 dengan nilai VIF masing-masing variabel independen ROA bernilai 1,043 dan CSR sebesar 1,043. Merujuk hasil perhitungan nilai *Tolerance* dan VIF dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji dalam model regresi linear ada atau tidak korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 atau periode sebelumnya. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Pengambilan keputusan pada uji Durbin-Watson sebagai berikut: (1) Angka D-W dibawah nilai dL berarti ada autokorelasi positif, (2) Angka D-W diantara nilai dL dan dU, tidak terjadi autokorelasi, (3) Angka D-W di atas nilai dU berarti ada autokorelasi negative

Tabel 5. Model Summary

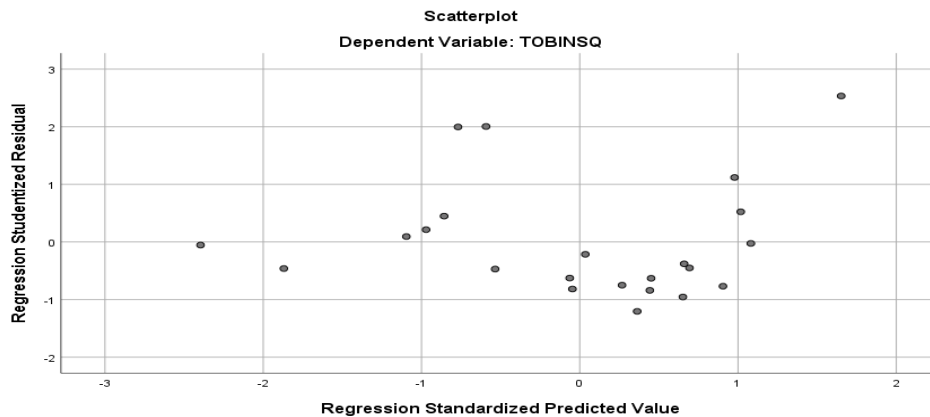
Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.457 ^a	.209	.130	.07178221	1.349

a. Predictors: (Constant), ROA_X2, CRSI_X1

Sumber : Data olahan SPSS 22

Nilai Durbin Watson hasil Analisis SPSS di atas adalah 1,349. Dengan nilai Significance = 0,05 atau 5% maka nilai Durbin Watson berdasarkan tabel adalah dL = 1,2553 dan dU = 1,5596. Nilai Durbin Watson hasil analisis SPSS berada diantara nilai dL dan dU yaitu: $1,2553 < 1,349 < 1,5596$, artinya tidak terdapat gejala autokorelasi pada data.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data olahan melalui SPSS 22

Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data menyebar baik dan tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini mengindikasikan bahwa pada uji ini tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.955	.122	7.846	.000
	ROA	.911	.400	.462	.034
	CSR	-.035	.238	-.030	.885

Sumber : Data olahan SPSS 22

Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah 2 variabel indenpenden , 1 variabel dependen. Dengan 3 variabel tersebut menghasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,955 - 0,911 x_1 - 0,035 x_2$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda di atas, dapat disimpulkan bahwa : (1) Nilai Konstanta sebesar 0.955 menunjukkan bahwa jika variabel ROA (X_1) dan CSR (X_2) dianggap konstan yaitu bernilai 0 (nol), maka nilai Tobins'Q (Y) akan sebesar 0,955. (2) Koefisien regresi variabel *Return on asset* adalah 0,911. Artinya, apabila *Return on asset* mengalami kenaikan satu satuan, maka akan mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan kenaikan satu satuan, yaitu sebesar 0,911 dan begitu juga sebaliknya. (3) Koefisien regresi variabel *Corporate social responsibility* adalah -0,035. Artinya, apabila *Corporate social responsibility* mengalami kenaikan satu satuan, maka akan mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan penurunan satu satuan, yaitu sebesar -0,035 dan begitu juga sebaliknya.

Koefisien Determinansi (R^2)

Tabel 7. Koefisien Determinansi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.457 ^a	.209	.130	.07178265

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber : Data olahan SPSS 22

Pada hasil uji koefisien determinansi dapat dilihat bahwa pengaruh ROA (X_1) dan CSR (X_2) terhadap nilai perusahaan (Y) diperoleh nilai koefisien determinansi yang tertulis Adjusted R Square sebesar 0,130. Artinya persentase sumbangan pengaruh ROA dan CSR terhadap nilai perusahaan adalah sebesar 13% dan sisanya yaitu 97% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Analisis Pengaruh Profitabilitas (ROA) dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di BEI Periode 2016 – 2020 (Citra Kristin dan Fadrul)

Uji F (Simultan)

Tabel 8. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.027	2	.014	2.642	.096 ^b
	Residual	.103	20	.005		
	Total	.130	22			

a. Dependent Variable: TOBINSQ

b. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber : Data olahan SPSS 22

Berdasarkan *output* yang ditampilkan dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai F hitung < F tabel ($2,642 < 2,950$) dan taraf signifikannya > 0,05 ($0,096 > 0,05$) artinya tidak signifikan / tidak berpengaruh. Dengan kata lain bahwa ROA dan CSR tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan (Y).

Uji Statistik t

Hasil uji T ROA terhadap Tobins'Q

Tabel 9. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	.938	.043		21.772	.000
	ROA	.899	.383	.456	2.349	.029

a. Dependent Variable: TOBINSQ

Sumber : Data olahan SPSS 22

Pada tabel Uji t statistic diatas terlihat bahwa variabel *Return On Asset* menghasilkan nilai signifikan 0.029 yang artinya tidak lebih besar dari 0.05, Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima** yang berarti terdapat pengaruh variabel ROA (X_1) terhadap variabel Nilai perusahaan/Tobins'q (Y).

Hasil uji t CSR terhadap Tobins'Q

Tabel 10. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.028	.111		9.303	.000
	CSR	.000	.214	.000	.002	.998

a. Dependent Variable: TOBINSQ

Sumber : Data olahan SPSS 22

Pada tabel Uji t statistik diatas terlihat bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) menghasilkan nilai signifikan 0.998 yang artinya lebih besar dari 0.05, Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa **H2 ditolak** yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel CSR (X_1) terhadap variabel Nilai Perusahaan/Tobins'Q (Y).

PEMBAHASAN

Pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Pada hipotesis 1, ditemukan bukti bahwa ROA berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hasil Uji t statistik untuk variabel *Return on Asset* menghasilkan nilai signifikan 0.034 yang artinya tidak lebih besar dari 0.05, Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima** yang berarti terdapat pengaruh variabel ROA (X_1) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y).

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hotman, Tohir et al., 2019) dan (Meri Novita S, Mukhzarudfa, 2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, hasil penelitian ini bertentangan dengan hasil penelitian oleh (Madinatul umro dan Fidiana, 2016) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pada hipotesis 2, ditemukan bukti bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hasil Uji t statistik untuk variabel CSR menghasilkan nilai signifikan 0.884 yang artinya lebih besar dari 0.05, Maka dari

itu dapat disimpulkan bahwa **H2 ditolak** yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel CSR (X_2) terhadap variabel Nilai Perusahaan (Y)

Hasil penelitian yang mendukung yaitu penelitian oleh (Hotman, Tohir et al., 2019) dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian ini bertentangan dengan 3 penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Rheadanti, 2017), (Madinatul umro dan Fidiana, 2016), dan (Meri Novita S, Mukhzarudfa, 2019) yang menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai masing-masing perusahaan yang menjadi objek penelitian mereka.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dijabarkan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut : (a) Terdapat pengaruh *Return On Assets* terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2020. (b) Tidak terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2016 - 2020.. Berdasarkan uji hipotesis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Return On Assets* berpengaruh sebesar 20,9 % terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan sisanya sebesar 79,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diungkapkan di dalam penelitian ini.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tentang Analisis Pengaruh Profitabilitas (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2020 dan dari kesimpulan yang telah dijabarkan maka akan dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna dalam penelitian selanjutnya, antara lain : (a) Bagi perusahaan, Diharapkan perusahaan tetap melaksanakan kegiatan CSRnya dikarenakan kegiatan CSR dapat meningkatkan citra positif, memperkuat brand perusahaan di mata publik, serta dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang menjadi target CSR dan Diharapkan perusahaan meningkatkan kinerja keuangan agar menghasilkan kinerja keuangan yang baik. (b) Bagi penelitian yang akan datang diharapkan dapat menambah rasio-rasio lainnya yang lebih signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan dapat menambah rentang waktu penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali. (2015). Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Return On Asset (Roa) Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2007-2012). *S1 Thesis, Fakultas Ekonomi.*, 43–56.
- Hariani, P. P. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Intiqad: Jurnal Agama Dan Pendidikan Islam*, 9(2), 99–113. <https://doi.org/10.30596/intiqad.v9i2.1385>
- Hia, F. B. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2014. *Akuntansi*.
- Hotman, Tohir, Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2019). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 41. <https://doi.org/10.25105/jat.v5i1.4850>
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854. <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i07.p19>
- kusumadilaga. (2010). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. *Equity*, 21(2), 129–140. <https://doi.org/10.34209/equ.v21i2.639>
- Madinatul umro dan Fidiana. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 10(1), 1–15. <https://doi.org/10.30813/jab.v10i1.985>
- Meri Novita S, Mukhzarudfa, Y. (2019). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Media Exposure Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Perusahaan Perkebunan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia, Malaysia Dan Singapura Periode 2. 4, 76.* <https://doi.org/10.37487/0845-000-030-005>
- Nurhayati, Eliana, & Jusniarti, N. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Menggunakan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018). *Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 3(1), 73–80.
- Priatna, H. (2016). Pengukuran Kinerja Perusahaan dengan Rasio Profitabilitas. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(2), 44–53. <http://ejournal.unibba.ac.id/index.php/AKURAT>
- Respati, R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2015). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Tipe Industri dan Pengungkapan Media Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Diponegoro Journal of Accounting*, 4, 1–11.
- Rheadanti, D. K. (2017). *Pengaruh Media Exposure..., Desak Kadek Rheadanti, Ak.-IBS, 2017.*
- Sparta, S., & Rheadanti, D. K. (2019). Pengaruh Media Exposure Terhadap Pengungkapan Corporate Social

- Responsibility Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI. *Equity*, 22(1), 12–25. <https://doi.org/10.34209/equ.v22i1.903>
- Taufiqurochman, F., & Suraida, I. (2019). *Pengaruh Intellectual Capital Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Survey pada Perusahaan Jasa Sektor Keuangan Sub Sektor Bank yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)*. <http://repository.unpas.ac.id/40957/>
- Wibowo, M. A., & Yuliana, I. (2020). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Cash Holding Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen UPB*, 8(2), 73–79. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v8i2.1584>
- Widati, L. W. (2012). Analisis Pengaruh CAMEL Terhadap Kinerja Perusahaan Perbankan Yang Go Publik. *Dinamika Akuntansi Keuangan Dan Perbankan*, 1 No. 2(Program Studi Akuntansi Universitas Stikubank), 105–119. <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/1590>
- Wijaya, H., Tania, D., & Cahyadi, H. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Bina Akuntansi*, 8(2), 109–121. <https://doi.org/10.52859/jba.v8i2.148>