

PENGARUH KINERJA KEUANGAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Natalia Mutiara Claresta¹, Listyowati², Dyah Ani Pangastuti³

^{1,2,3}Universitas Merdeka Malang

Corresponding: listyowati@unmer.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini tujuannya yaitu untuk mengeksplorasi pengaruh kinerja keuangan, yang diukur dengan Return On Asset (ROA), dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan di industri makanan dan minuman yang terdaftar di (BEI). Penelitian ini mencakup data selama periode 2018 hingga 2022. Menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 84 perusahaan dalam populasi, namun hanya 24 perusahaan yang dipilih sebagai sampel melalui teknik purposive sampling. Data yang dianalisis adalah data sekunder yang diperoleh dari situs web resmi Bursa Efek Indonesia. Proses analisis dilakukan dalam beberapa tahap, dimulai dengan analisis statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, hingga penerapan analisis regresi berganda. Untuk menguji model regresi, digunakan uji F, sementara uji R^2 digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel secara terpisah. Berdasarkan hasil analisis selama lima tahun terakhir, ROA terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berarti peningkatan ROA diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Di sisi lain, CSR menunjukkan pengaruh negatif yang tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan belum memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan di sektor ini.

Kata Kunci : ROA, CSR, Nilai Perusahaan.

ABSTRACT

This study aims to examine and understand how financial performance, measured by Return On Asset (ROA), and Corporate Social Responsibility (CSR) influence the firm value in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The study covers data from 2018 to 2022. Using a quantitative approach, the research involves a total population of 84 companies, with 24 companies selected as samples through purposive sampling. The data used is secondary data obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange. The analysis process includes several stages, starting from descriptive statistical analysis, classical assumption tests, to multiple regression analysis. The regression model testing is conducted using the F-test, while the R^2 test is used to determine how much the independent variables affect the dependent variable. Finally, the t-test is applied to evaluate each variable individually. The analysis results over the last five years indicate that ROA has a positive and significant effect on firm value. This *means* that the better the ROA, the higher the firm's value. On the other hand, CSR shows a negative and insignificant effect. In other words, corporate social responsibility activities in this sector have not yet provided a substantial impact on firm value.

Keywords: ROA, CSR, Firm Value.

Article history

Received: Mar 2025

Reviewed: Mar 2025

Published: Maret 2025

Plagiarism checker no

Doi : prefix doi :

[10.8734/musyrtari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musyrtari.v1i2.365)

Copyright : author

Publish by : musyrtari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan indikator utama yang menunjukkan keberhasilan suatu perusahaan di pasar. Indikator ini tidak hanya menggambarkan performa manajemen, tetapi juga mencerminkan pandangan investor mengenai potensi perusahaan di masa mendatang (Brigham & Houston, 2019). Pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, nilai perusahaan menjadi semakin krusial karena sektor ini memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Industri makanan dan minuman dikenal sebagai salah satu sektor yang terus berkembang pesat, didorong oleh pertumbuhan populasi, perubahan gaya hidup, serta meningkatnya kebutuhan akan produk-produk inovatif yang sesuai dengan preferensi konsumen. Oleh karena itu, mempertahankan nilai perusahaan yang tinggi menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh para manajer dalam sektor ini. Perkembangan sektor ini terus meningkat seiring dengan peningkatan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan makanan dan minuman. Namun, semakin banyaknya perusahaan dalam sektor ini juga memicu persaingan yang semakin ketat. Oleh karenanya, perusahaan di sektor makanan dan minuman dituntut untuk memperkuat fundamentalnya agar mampu bertahan dalam persaingan. Kegagalan dalam beradaptasi dan bersaing dapat mengarah pada kebangkrutan, sehingga kinerja perusahaan menjadi aspek yang sangat penting untuk dipertahankan.

Kinerja perusahaan sering kali diukur dengan nilai perusahaan, yang mencerminkan seberapa baik perusahaan dalam menciptakan keuntungan bagi para pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi biasanya menunjukkan kinerja keuangan yang baik, yang pada gilirannya dapat menarik lebih banyak investor. Salah satu indikator utama nilai perusahaan adalah harga saham, di mana jika harga saham naik, itu menandakan bahwa perusahaan semakin menguntungkan, yang turut meningkatkan nilai keseluruhan perusahaan. Dari perspektif keberlanjutan, nilai perusahaan yang tinggi juga mencerminkan pencapaian keseimbangan antara faktor ekonomi, sosial, dan lingkungan. Salah satu cara untuk menilai kinerja keuangan perusahaan adalah dengan mengukur ROA, yang menggambarkan seberapa efektif perusahaan dalam memanfaatkan asetnya untuk menghasilkan laba. Tingginya nilai ROA, kian efisien kinerja keuangan perusahaan. ROA mencerminkan efisiensi operasional perusahaan, di mana semakin tinggi nilai ROA, semakin baik kinerja keuangan perusahaan (Ross, 2023).

Namun, temuan riset tentang pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan menunjukkan temuan yang beragam. Triyonowati (2020) menyimpulkan bahwa ROA memengaruhi nilai perusahaan, sedangkan penelitian oleh Lisdayanti (2020) dan Kurniawati (2023) menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara ROA dan nilai perusahaan. Selain faktor kinerja keuangan, nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh pengungkapan CSR. CSR menggambarkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang berhubungan erat dengan teori legitimasi. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan berusaha menunjukkan bahwa mereka mematuhi standar sosial yang berlaku, yang membuat mereka diterima sebagai entitas yang sah dan bertanggung jawab. Informasi tentang CSR yang dimasukkan dalam laporan tahunan perusahaan juga mencerminkan transparansi, yang pada gilirannya dapat memperbaiki reputasi dan memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan, termasuk calon investor. CSR tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi tanggung jawab sosial perusahaan, tetapi juga dianggap sebagai strategi yang dapat meningkatkan reputasi, loyalitas pelanggan, dan kepercayaan investor (Carroll & Shabana, 2010).

Namun demikian, pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan juga memperlihatkan variasi dalam hasil penelitian. Misalnya, penelitian oleh Wiranata *et al.* (2023) menemukan hubungan signifikan dan positif antara CSR dan nilai perusahaan, sementara Rahmawati & Kurniawati (2023) dan Amanah (2023) tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Hasil-hasil yang berbeda ini menunjukkan perlunya studi lebih lanjut guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi hubungan tersebut secara lebih mendalam. Pemilihan sektor ini didasarkan pada potensi pertumbuhan yang signifikan, mengingat perannya dalam memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Diharapkan, penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu akuntansi dan manajemen serta memberikan wawasan bagi para pelaku usaha dan investor dalam mengambil keputusan strategis.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini mendasarkan kajiannya pada beberapa teori utama yang relevan, yaitu teori sinyal, nilai perusahaan, kinerja keuangan, dan CSR. Landasan ini digunakan untuk memahami dan menghubungkan variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian.

Teori Sinyal

Teori sinyal mengungkapkan bahwa perusahaan berupaya menyampaikan informasi pada investor sebagai langkah untuk mengurangi ketidakpastian atau asimetri informasi antara pihak internal, seperti manajemen, serta pihak eksternal, yaitu para investor. Dalam konteks ini,

ISSN : 3025-9495

manajemen perusahaan menggunakan berbagai bentuk komunikasi, seperti laporan keuangan, pengungkapan kinerja, atau pengumuman strategis, untuk memberikan gambaran mengenai kondisi dan prospek perusahaan. Dengan memberikan informasi yang transparan, manajemen berharap bisa meningkatkan kepercayaan investor pada perusahaan serta membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih akurat. Sinyal yang diberikan oleh manajemen ini dianggap kredibel ketika mendukung penciptaan nilai jangka panjang dan konsisten dengan kondisi aktual perusahaan. Informasi ini berfungsi sebagai sinyal untuk menunjukkan kinerja perusahaan dan prospek masa depannya. Menurut teori ini, perusahaan yang konsisten menghasilkan laba menunjukkan kondisi kesehatan dan prospek yang baik. Untuk itu, pengungkapan informasi keuangan dan non-keuangan menjadi penting guna menarik kepercayaan investor dan meningkatkan nilai perusahaan (Putri & Ibrahim, 2017).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yaitu gambaran dari pandangan pasar terhadap kinerja maupun prospek masa mendatang perusahaan, yang umumnya tercermin dalam harga sahamnya. Ketika nilai perusahaan meningkat, hal ini menandakan adanya kenaikan kesejahteraan bagi para pemegang saham. Menurut Titman *et al.* (2018), nilai perusahaan sebagai nilai pasar yang mencakup keseluruhan utang dan ekuitas perusahaan. Definisi ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan bukan hanya ditentukan oleh aset fisik atau laba bersih yang dimiliki, tetapi juga oleh bagaimana investor menilai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengatasi tantangan yang ada di masa depan. Tujuannya dari setiap perusahaan yaitu memaksimalkan nilai perusahaan, karena hal ini menjadi indikator utama keberhasilan dalam menciptakan kesejahteraan bagi pemilik modal. Nilai perusahaan yang tinggi memberikan berbagai manfaat strategis, seperti peningkatan harga saham yang mencerminkan persepsi positif pasar terhadap perusahaan. Selain itu, nilai perusahaan yang tinggi dapat menarik lebih banyak investor, dianggap sebagai perusahaan yang memiliki prospek keuntungan yang menjanjikan. Di sisi lain, nilai perusahaan juga menjadi tolok ukur kinerja manajemen, mencerminkan efektivitas pengelolaan sumber daya dan strategi bisnis. Dalam praktiknya, nilai perusahaan dipengaruhi berbagai aspek, termasuk kinerja keuangan, struktur modal, serta strategi keberlanjutan. Oleh karenanya, upaya untuk peningkatan nilai perusahaan memerlukan pengelolaan yang baik dalam berbagai aspek tersebut, agar dapat mencapai keseimbangan antara laba jangka pendek maupun keberlanjutan jangka panjang.

Kinerja Keuangan

Kinerja keuangan merupakan indikator penting untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah perusahaan mampu mengelola sumber daya secara efisien dan efektif guna mencapai tujuan finansial. Menurut Riyanto (2013), kinerja keuangan mencerminkan hasil dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajerial yang diambil oleh perusahaan dalam periode tertentu. Sedangkan Harahap (2015) menjelaskan bahwasannya kinerja keuangan yaitu gambaran tentang pencapaian yang diperoleh perusahaan dalam kegiatan operasionalnya, yang biasanya diukur melalui berbagai rasio keuangan seperti profitabilitas, likuiditas, dan solvabilitas. Salah satunya ukuran yang sering diterapkan untuk menilai kinerja keuangan yakni ROA. ROA menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menggunakan aset yang dimiliki untuk menghasilkan keuntungan bersih. Semakin tinggi ROA, semakin baik efisiensi dan kinerja perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Fahmi (2015) juga mengartikan kinerja keuangan sebagai pencapaian perusahaan dalam mengelola aset, utang, ekuitas, dan pendapatannya untuk mencapai hasil yang optimal. Gitman & Zutter (2015) menekankan bahwa kinerja keuangan tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan perusahaan, tetapi juga menjadi alat evaluasi bagi investor dan pemangku kepentingan dalam menilai keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, kinerja keuangan yang diukur melalui ROA dapat memberikan gambaran yang jelas tentang efektivitas strategi dan keputusan manajemen dalam mencapai keseimbangan antara risiko dan hasil.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR yaitu komitmen perusahaan dalam bertanggung jawab pada dampak sosial dan lingkungan yang muncul dari operasionalnya. CSR mencakup berbagai inisiatif yang melibatkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, seperti pengurangan emisi, pengelolaan limbah, pemberdayaan masyarakat, dan kepedulian terhadap kesejahteraan karyawan. Pengungkapan CSR pada laporan tahunan perusahaan merupakan wujud transparansi yang signifikan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memperlihatkan komitmen perusahaan pada tanggung jawab sosial dan keberlanjutan, yang pada akhirnya bisa meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Melalui CSR, perusahaan bisa membangun reputasi yang baik, yang sangat penting untuk memperkuat

hubungan dengan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, komunitas lokal, dan investor. CSR juga dapat menjadi strategi untuk menciptakan nilai tambah bagi perusahaan, karena meningkatkan kepercayaan pasar terhadap integritas dan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan. Selain itu, pengelolaan CSR yang baik dapat membantu perusahaan memenuhi ekspektasi masyarakat dan mematuhi regulasi yang berlaku. Kotler & Lee (2008) menjelaskan CSR merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penerapan praktik bisnis yang bertanggung jawab serta pemanfaatan sumber daya perusahaan. CSR berperan penting dalam memperkuat reputasi perusahaan dan membangun hubungan yang harmonis dengan para pemangku kepentingan.

Dengan demikian, CSR bukan hanya alat untuk memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga sarana untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Komitmen terhadap CSR menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan jangka pendek namun juga pada keberlanjutan jangka panjang, yang dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. CSR memberikan manfaat secara internal dan eksternal. Manfaat internal mencakup peningkatan keterampilan sumber daya manusia, efisiensi manajemen, dan kinerja keuangan. Manfaat eksternal meliputi peningkatan citra perusahaan, hubungan baik dengan masyarakat, dan daya tarik bagi investor. Dengan demikian, CSR berkontribusi secara langsung dan tidak langsung pada peningkatan nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif untuk mengevaluasi dampak kinerja keuangan dan CSR terhadap nilai perusahaan di sektor makanan dan minuman yang listing di BEI mulai tahun 2018 hingga 2022. Nilai perusahaan, yang menjadi variabel dependen (Y), diukur menggunakan rasio Tobin's Q, yang menggambarkan efektivitas perusahaan dalam menciptakan nilai pasar relatif terhadap nilai aset yang dimilikinya. Kinerja keuangan, sebagai variabel independen pertama (X1), diukur melalui ROA, yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan aset yang ada untuk menghasilkan laba. Sementara itu, CSR sebagai variabel independen kedua (X2) diukur menerapkan Indeks Pengungkapan CSR (Corporate Social Responsibility Disclosure Index), yang menunjukkan tingkat pengungkapan perusahaan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Populasi dalam riset ini terdiri atas semua perusahaan yang tercatat di sektor barang konsumsi, khususnya sub sektor makanan dan minuman, yang *listing* pada BEI pada tahun 2018-2022. Data yang digunakan didapatkan dari situs resmi BEI (www.idx.co.id). Riset ini memakai teknik purposive sampling untuk memilih sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan, yaitu: (1) perusahaan yang tercatat di BEI selama periode penelitian, (2) perusahaan yang secara rutin mempublikasikan laporan keuangan tahunan, dan (3) perusahaan yang menunjukkan kinerja laba berkelanjutan. Berdasarkan kriteria tersebut, 24 perusahaan dipilih sebagai sampel dengan periode pengamatan selama 5 tahun, yang menghasilkan total 120 data observasi.

Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda untuk analisis data, yang diformulasikan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$$

Dimana :

- Y : Nilai Perusahaan
- α : Constant
- β_1, β_2 : Koefisien Regresi
- X1 : ROA
- X2 : CSR
- ϵ : Error Term

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis deskriptif statistik untuk kinerja keuangan, CSR dan nilai perusahaan disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	120	.00	1.00	.0916	.10496
CSR	120	.16	.71	.4013	.11675
Nilai perusahaan	120	.38	7.06	2.0182	1.36991

Tabel 1 menyajikan hasil analisis deskriptif statistik untuk variabel ROA, nilai minimum yang tercatat sebesar 0,00 dan nilai maksimum mencapai 1,00, dengan *mean* sebesar 0,0916 dan standart deviasi 0,10496. Hal ini mengindikasikan adanya variasi yang cukup besar dalam kinerja keuangan perusahaan, meskipun rerata ROA memperlihatkan angka yang relatif rendah. Nilai *mean* ROA sebesar 0,0916 memperlihatkan bahwa secara keseluruhan, perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam penelitian ini menghasilkan laba sekitar 9,16% dari total aset yang mereka miliki. Meskipun nilai ini tidak sangat tinggi, angka ini mencerminkan bahwa *mean* perusahaan dalam sektor makanan dan minuman mampu menghasilkan keuntungan yang cukup efisien dari penggunaan asetnya. Namun, adanya variasi yang cukup besar, seperti yang tercermin dalam standar deviasi (0,10496), memperlihatkan perbedaan kinerja keuangan yang signifikan di antara perusahaan-perusahaan tersebut.

Pada variabel CSR, nilai terendah yang tercatat adalah 0,16 dan nilai tertinggi 0,71. Rerata nilai CSR sebesar 0,4013 dengan standart deviasi 0,11675, yang menandakan adanya variasi dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di sub-sektor makanan dan minuman. Sebagian besar perusahaan cenderung mengungkapkan CSR pada tingkat yang sedang. Nilai rerata CSR sebesar 0,4013 memperlihatkan bahwa perusahaan-perusahaan dalam penelitian ini umumnya mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka pada tingkat sedang. Ini berarti sebagian besar perusahaan di sektor makanan dan minuman melakukan beberapa inisiatif CSR, namun tidak secara ekstensif atau sangat mendalam. Nilai ini juga mencerminkan bahwa ada ruang untuk meningkatkan transparansi dan komitmen perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan.

Sedangkan, untuk nilai perusahaan (Tobin's Q), nilai minimal yang tercatat yaitu 0,38 dan nilai maksimum 7,06, dengan rerata 2,0182 dan standar deviasi 1,36991. Hal ini memperlihatkan bahwa nilai perusahaan bervariasi dengan cukup signifikan, di mana sebagian besar perusahaan memiliki nilai di bawah rerata, namun terdapat beberapa perusahaan yang mencatatkan nilai yang sangat tinggi. Nilai rerata Tobin's Q yang sebesar 2,0182 memperlihatkan bahwa secara keseluruhan, pasar menilai perusahaan-perusahaan dalam sektor makanan dan minuman memiliki nilai yang sedikit lebih tinggi dari nilai aset mereka. Ini berarti bahwa pasar percaya perusahaan-perusahaan ini memiliki potensi untuk menciptakan nilai yang lebih besar dari apa yang tercermin dalam aset fisik mereka. Meskipun ada perusahaan dengan nilai perusahaan yang sangat tinggi, sebagian besar perusahaan memiliki nilai perusahaan yang lebih rendah, sebagaimana tercermin dalam variasi yang cukup besar (standar deviasi 1,36991).

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

Keterangan	Unstandardized Residual	Hasil
Test Statistic	0,083	
Assymp. Sig. (2- tailed)	0,077	Berdistribusi Normal

Sumber : Hasil Output SPSS.

Berdasarkan Tabel 2, bisa disimpulkan bahwa distribusi residual dalam model regresi ini bersifat normal. Hal ini terlihat dari nilai statistik uji yang mencapai 0,083 dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,077 melebihi 0,05, hipotesis nol yang mengindikasikan bahwa residual terdistribusi normal tidak ditolak. Oleh karenanya, asumsi normalitas dalam model regresi ini dapat dianggap terpenuhi, yang menandakan bahwa model yang digunakan valid untuk analisis lebih lanjut. Dengan demikian, tidak ditemukan masalah berarti terkait distribusi data residual, dan hasil regresi dapat dipercaya untuk analisis selanjutnya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 menampilkan hasil analisis regresi yang mencakup koefisien regresi, nilai signifikansi (p-value), serta indikator lainnya yang memperlihatkan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap nilai perusahaan.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.423	.251		5.661	.000

ISSN : 3025-9495

ROA	.372	.067	.483	5.551	.010
CSR	-.063	.168	-.033	-.378	.706

Sumber : Hasil Output SPSS.

Berdasarkan tabel 3, didapatkan persamaan regresi linear berganda yaitu :

$$Y = 1,423 + 0,372ROA + (-0,063)CSR + e$$

Berdasarkan model persamaan di atas bisa dijelaskan sebagai berikut:

Constant (Intersep): Koefisien 1.423 pada bagian constant memperlihatkan nilai rata-rata dari nilai perusahaan ketika kedua variabel independen (ROA dan CSR) bernilai nol. Dengan kata lain, jika ROA dan CSR tidak berpengaruh, nilai perusahaan diperkirakan berada pada angka 1.423.

Koefisien unstandardized untuk ROA sebesar 0.372 memperlihatkan bahwasannya setiap peningkatan satu persen ROA diperkirakan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.372, dengan asumsi faktor lainnya tetap tidak berubah. Ini mengindikasikan bahwa perbaikan kinerja keuangan yang tercermin melalui peningkatan ROA dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Koefisien unstandardized untuk CSR memiliki koefisien unstandardized sebesar -0.063, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pengungkapan CSR akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0.063, meskipun pengaruhnya tidak signifikan berdasarkan uji statistik. Koefisien negatif ini mengindikasikan adanya hubungan negatif antara CSR dan nilai perusahaan dalam model yang digunakan, namun pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk dapat dianggap signifikan secara statistik.

Hasil Uji t

Hasil uji t ditampilkan dalam tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Signifikansi Variabel (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.423	.251		5.661	.000
ROA	.372	.067	.483	5.551	.010
CSR	-.063	.168	-.033	-.378	.706

Sumber : Hasil Output SPSS.

Berdasarkan tabel 4, ROA memengaruhi nilai perusahaan, dibuktikan dengan nilai t sebesar 5,551 dan nilai signifikansi sebesar 0,010 kurang dari 0,05. Sedangkan CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan, dibuktikan dengan nilai t = -0,378 dan nilai *p-value* 0,706 melebihi 0,05.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kinerja Keuangan (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Kinerja keuangan ROA memengaruhi secara signifikan terhadap nilai perusahaan, yang tercermin dari koefisien regresi positif dan tingkat signifikansi yang memenuhi kriteria statistik. ROA mengukur sejauh mana perusahaan mampu memaksimalkan aset yang perusahaan miliki dalam menghasilkan laba. Tingginya nilai ROA, semakin baik kinerja perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya yang ada, sehingga meningkatkan daya tariknya di mata investor. Dalam konteks nilai perusahaan, ROA yang tinggi memberikan sinyal positif pada pasar tentang efisiensi operasional dan potensi pertumbuhan. Hal ini bisa meningkatkan kepercayaan investor, mendorong permintaan saham, dan pada akhirnya, memperbesar nilai pasar perusahaan. Efisiensi dalam penggunaan aset yang tercermin dari ROA juga menjadi indikator penting dalam menciptakan nilai jangka panjang untuk pemegang saham, mengingat aset perusahaan adalah salah satu komponen utama yang menentukan profitabilitas dan keberlanjutan operasional. Oleh karena itu, kinerja keuangan yang baik, seperti yang diukur dengan ROA, memainkan peran penting dalam memengaruhi penilaian pasar terhadap perusahaan.

Peningkatan ROA menjadi indikasi positif terhadap prospek perusahaan, menandakan kemampuan perusahaan dalam pengelolaan sumber daya dengan efisien. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kinerja operasional serta daya tarik perusahaan di pasar saham. Tingginya ROA memberikan peluang bagi perusahaan untuk memperoleh laba lebih besar, yang secara langsung berefek pada harga saham dan nilai pasar perusahaan. Oleh karenanya, penting bagi manajemen untuk mengoptimalkan pengelolaan aset, meningkatkan produktivitas, dan memperbesar pendapatan guna mencapai tujuan peningkatan nilai pasar perusahaan. Temuan ini sejalan dengan riset Suranto & Walandouw (2017), Triyonowati (2020), Amanah (2023), dan Maulida *et al.* (2023) yang juga menyimpulkan bahwa ROA memengaruhi nilai perusahaan. Temuan penelitian ini tidak mendukung Setiawati *et al.* (2023) serta Risqi & Suyanto (2022) yang menjelaskan bahwa ROA berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Temuan riset ini juga tidak sejalan dengan Lesmana *et al.* (2020) yang menjelaskan bahwa ROA tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Ketika kinerja keuangan perusahaan meningkat, investor cenderung melihatnya sebagai sinyal positif atas kemampuan manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Misalnya, peningkatan ROA menunjukkan efisiensi penggunaan aset untuk menghasilkan laba. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor, mendorong permintaan atas saham perusahaan, dan pada akhirnya, menaikkan nilai pasar perusahaan. Dengan kata lain, kinerja keuangan yang baik menjadi salah satu pendorong utama peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, teori agensi dan teori sinyal menjelaskan hubungan ini lebih lanjut. Menurut teori agensi, kinerja keuangan yang baik mencerminkan kemampuan manajemen dalam memenuhi kepentingan pemegang saham, yang bisa meningkatkan nilai perusahaan. Teori sinyal menunjukkan bahwa laporan keuangan dengan hasil positif memberikan sinyal kepada pasar mengenai stabilitas dan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan, yang kemudian meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR tidak menunjukkan pengaruh pada nilai perusahaan berdasarkan hasil analisis data. Hal ini mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR belum menjadi faktor utama yang memengaruhi penilaian pasar terhadap perusahaan. Salah satu alasan utama adalah fokus investor yang

ISSN : 3025-9495

cenderung lebih mengutamakan kinerja keuangan daripada aspek sosial dan lingkungan. Selain itu, praktik pelaporan CSR yang belum konsisten atau kurang transparan dapat menimbulkan persepsi bahwa pengungkapan tersebut hanya sebatas formalitas tanpa mencerminkan kontribusi nyata terhadap keberlanjutan. Dalam beberapa kasus, biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan CSR bahkan dapat dianggap membebani keuangan perusahaan, sehingga mengurangi daya tarik di mata investor. Dengan demikian, meskipun CSR memiliki potensi untuk meningkatkan reputasi perusahaan, dampaknya terhadap nilai perusahaan belum sepenuhnya terealisasi, terutama dalam sektor yang lebih berorientasi pada profitabilitas.

Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun perusahaan melakukan pengungkapan CSR, langkah tersebut belum memberikan dampak yang nyata terhadap penilaian pasar atau nilai perusahaan. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah ketidakterkaitan langsung antara pelaporan CSR dan kinerja keuangan, yang sering menjadi perhatian utama para investor. Selain itu, banyak perusahaan lebih memprioritaskan aspek finansial dibandingkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ketidakkonsistenan dalam pelaporan CSR dan belum adanya standar baku yang diterapkan secara menyeluruh juga dapat mengurangi persepsi investor tentang manfaat pengungkapan CSR. Temuan ini konsisten dengan riset Trinoyowati (2020) dan Amanah (2023), yang juga menyimpulkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Tetapi, temuan ini berbeda dengan riset Lisdayanti & Nuryati (2020), Saputri & Isbanah (2021) yang menemukan bahwa CSR memengaruhi nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kinerja keuangan (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai Perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kinerja keuangan yang tercermin dalam ROA mampu meningkatkan nilai perusahaan, sekaligus mencerminkan pandangan positif investor pada efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan mengelola sumber daya secara optimal.

Di sisi lain, CSR ditemukan berpengaruh negatif dan tidak memengaruhi nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa meskipun kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan bisa meningkatkan reputasi, pengungkapan CSR belum menjadi faktor utama yang memengaruhi nilai perusahaan secara signifikan dalam sub sektor makanan dan minuman. Faktor-faktor lain, seperti kinerja keuangan, tampaknya lebih dominan dalam memengaruhi persepsi pasar dan keputusan investasi. Dengan demikian, temuan riset ini menyimpulkan kinerja keuangan (ROA) berperan yang lebih besar dalam menentukan nilai perusahaan dibandingkan dengan CSR.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini perusahaan dapat terus meningkatkan implementasi CSR sebagai bentuk tanggung jawab sosial, meskipun saat ini belum memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. CSR yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan stakeholder dan menciptakan dampak jangka panjang yang positif. Bagi peneliti berikutnya direkomendasikan untuk memperluas cakupan riset dengan melibatkan sektor dan periode pengamatan yang lebih luas, serta mempertimbangkan variabel lain seperti likuiditas, solvabilitas, dan aktivitas untuk memperoleh temuan yang lebih komprehensif. Selanjutnya sebagai investor diharapkan mempertimbangkan kinerja keuangan sebagai indikator utama dalam evaluasi nilai perusahaan, namun tetap memberikan perhatian pada aspek keberlanjutan yang dicerminkan melalui CSR. Adapun dalam melakukan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan, yaitu, hanya mencakup perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang *listing* di BEI, sehingga temuannya tidak dapat digeneralisasi untuk sektor lainnya serta variabel independen yang digunakan terbatas pada ROA dan CSR, sehingga tidak mencakup variabel lain yang mungkin memengaruhi nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanah, L. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (Jira)*, 12(7), 1-20.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Fahmi, I. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). *Principles of Managerial Finance (14th ed.)*. Boston: Pearson Education.
- Harahap. (2015). *Analisis Kritis Atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

ISSN : 3025-9495

- Kotler, P., & Lee, N. (2008). *Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause*. John Wiley & Sons.
- Lesmana, T., Iskandar, Y., & Heliani, H. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Rokok yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Proaksi*, 7(2), 25-34.
- Lisdayanti, D., & Nuryati, T. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Artikel Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-18.
- Maulida, A., Kusumawardhani, R., & Betekeneng, I. B. L. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 34(2), 129-143.
- Putri, M. T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh profitabilitas dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan pulp & paper yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Riau University.
- Rahmawati, D., & Kurniawati, E. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode (2017-2021). *Zona Keuangan: Program Studi Akuntansi (S1) Universitas Batam*, 13(1).
- Risqi, U. A., & Suyanto, S. (2022). Pengaruh Return On Asset dan Return On Equity terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1122-1133.
- Riyanto, B. (2013). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Ross, M. M. (2023). Graduate corporate finance: Are math skills an obstacle? *Journal of Education for Business*, 98(3), 109-116.
- Saputri, M., & Isbanah, Y. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Sosial Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Miscellaneous Industry di BEI Periode 2016-2019. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 651-669. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p651-669>
- Setiawati, L. P. E., Mariati, N. P. A. M., & Dewi, K. I. K. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Ukuran terhadap Nilai Perusahaan. *REMIK: Riset Dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(1), 222-228.
- Suranto, V. A. H. M., & Walandouw, S. K. (2017). Analisis Pengaruh Struktur Modal dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 1031-1040.
- Titman, S., Keown, A. J., & Martin, J. D. (2018). *Financial management: Principles and applications*. Pearson.
- Triyonowati, T. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan, dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Food and Beverages. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(3), 1-16.
- Wiranata, L. E. S., Sasanti, E. E., & Hudaya, R. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Tahun 2017-2021. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 3(2), 19-31.