

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN KINERJA KEUANGAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2021-2023

¹Isti Karolina Mangunsong, ²Petrus Gani, ³Hasrul Siregar, ⁴Mipo

(afiliasi) ¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas IBBI, Medan,

^{2,3,4}Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas IBBI, Medan

¹istikarolinamangunsong@gmail.com, ²petrusgani.ibbi@gmail.com, ³hasrul_siregar@yahoo.co.id,

⁴mipo.ibbi@gmail.com

Abstrak Indo – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2021-2023. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif menggunakan sampel 32 perusahaan dari total populasi 96 perusahaan, data diolah melalui uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial, sedangkan kinerja keuangan berpengaruh signifikan. Namun, secara simultan keduanya terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan kontribusi 22,5% terhadap variasi nilai perusahaan, sementara 77,5% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Kinerja Keuangan, Nilai Perusahaan

Abstrak Inggris– *This study aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure and financial performance on firm value in consumer goods industry companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2021 to 2023. This research employs a descriptive quantitative method using a sample of 32 companies selected from a total population of 96 companies. The data were processed using classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results of this study indicate that partially, CSR does not have a significant effect on firm value, whereas financial performance does have a significant effect. However, simultaneously, both are proven to have a significant influence on firm value, contributing 22.5% to the variation in firm value, while the remaining 77.5% is influenced by other factors outside the scope of this study.*

Keyword: *Corporate Social Responsibility, Financial Performance, Firm Value*

1. PENDAHULUAN

Perusahaan tak hanya wajib memprioritaskan keuntungan, tapi juga perlu memperhatikan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Bila masyarakat mulai curiga bahwa perusahaan mengesampingkan masalah sosial maupun lingkungan, atau bahkan tidak merasakan akibat buruk dari aktivitas bisnis tersebut, maka bisa saja ini memicu konflik dan ketegangan sosial yang lebih luas. CSR, atau tanggung jawab sosial perusahaan, sebenarnya merupakan kewajiban yang bersifat moral, hukum, maupun etis, di mana perusahaan harus aktif melindungi kepentingan masyarakat dan alam. Dari waktu ke waktu, semakin banyak perusahaan yang menyadari manfaat CSR, seperti mengurangi ketidakadilan sosial, meningkatkan kinerja operasional sehari-hari, serta memperkuat citra positif di mata publik (Gea & Ovami, 2020).

Perusahaan saat ini dituntut untuk serius menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) karena semakin meningkatnya kesadaran global akan pentingnya transparansi dan pertanggungjawaban di bidang ekonomi, lingkungan, serta aspek sosial. Ini selaras dengan kerangka kerja pengungkapan CSR yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI), yang menekankan bahwa fokus utama perusahaan bukan hanya mencapai laba finansial semata, tapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap perkembangan yang berkelanjutan. Di lapangan, banyak perusahaan membuktikan dedikasi mereka melalui berbagai inisiatif, seperti menyediakan beasiswa bagi pelajar, melaksanakan program pelestarian alam, dan melakukan upaya pemberdayaan masyarakat setempat.

Untuk memahami perubahan nilai perusahaan di berbagai perusahaan dalam sektor industri barang konsumsi selama periode 2021 hingga 2023, bisa dilihat pada Tabel 1 yang disajikan di bawah ini:

Tabel 1. Rata-Rata Harga Saham Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023

Kode	Nilai Perusahaan (Tobin's Q)		
	2021	2022	2023
CAMP	1,59	1,80	2,30
CEKA	0,84	0,78	0,71
IKAN	1,07	0,81	0,77
INDF	0,82	0,81	0,77
PSGO	1,71	1,26	1,06
SKBM	0,81	0,79	0,72
GGRM	1,00	0,74	0,76
UCID	1,14	0,93	0,83
GEMA	1,16	1,08	1,04
SOHO	2,46	2,00	1,83
Rata-rata	1,26	1,10	1,08

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa adanya tren penurunan secara rata-rata dari 1,26 pada 2021 menjadi hanya 1,08 pada 2023. Penurunan ini menunjukkan berkurangnya kepercayaan investor terhadap kinerja dan prospek pertumbuhan perusahaan-perusahaan tersebut. Walaupun terdapat sebagian perusahaan yang mengalami peningkatan nilai, sebagian besar justru menunjukkan tren penurunan secara konsisten.

Terdapat beberapa penelitian yang telah menguji pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Seperti penelitian (Pramono et al., 2022; Aminah & Dinata Pemuka, 2023) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return On Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Semakin tinggi kinerja keuangan suatu perusahaan, semakin banyak pula transparansi mengenai CSR yang dilakukan, yang

berpengaruh positif terhadap kenaikan harga saham serta nilai perusahaan. Namun terdapat penelitian yang menghasilkan temuan yang berbeda. Seperti penelitian (Mukhita et al., 2022) menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini, variabel yang dianalisis mencakup pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), kinerja keuangan, dan nilai perusahaan. Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian (Intihanah et al., 2023) yang berjudul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan Periode 2018-2021. Keterbaruan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah peneliti menambah variabel bebas yaitu kinerja keuangan yang diproksi dengan ROA untuk melihat apakah kombinasi pengungkapan CSR dan kinerja keuangan dapat memengaruhi nilai perusahaan secara lebih signifikan. Peningkatan kinerja keuangan yang diukur dengan ROA berdasarkan pada teori agensi, karena kinerja keuangan menunjukkan seberapa baik manajemen bekerja dan menjadi sinyal utama bagi investor untuk mengevaluasi nilai perusahaan. Terdapat beberapa penelitian yang menyatakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Pramono et al., 2022; Aminah & Dinata Pemuka, 2023). Peneliti juga mengganti sektor menjadi Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023. Selain itu, terdapat perbedaan dalam mengukur variabel Y. Dimana pada penelitian sebelumnya nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV), sedangkan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan Tobin's Q.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

Teori Agensi (Agency Theory)

Menurut Jensen & Meckling (1976) teori agensi merupakan ikatan kontrak antara pemilik saham yang berperan sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen, di mana manajer diberi tugas untuk mengelola aset perusahaan guna mencapai keuntungan seoptimal mungkin. Akan tetapi, masalah asimetri informasi muncul karena manajer biasanya memiliki pemahaman yang lebih dalam dibandingkan pemegang saham, yang pada akhirnya bisa mengurangi minat investor dan menekan nilai perusahaan. Agar hal ini bisa diminimalisir, perusahaan wajib meningkatkan tingkat keterbukaan informasi melalui praktik disclosure. Bentuk salah satunya adalah dengan menyertakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan, yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana transparansi tapi juga sebagai wujud komitmen sosial perusahaan (Pramitha & Sudana, 2021).

Nilai Perusahaan

Menurut Sianturi (2020) nilai perusahaan merupakan gambaran dari pandangan investor terhadap tingkat kesuksesan perusahaan tersebut. Sementara itu, menurut Widiastuti

et al. (2021) nilai perusahaan sebagai tolak ukur yang terlihat dari harga saham, yang juga mencerminkan seberapa baik kesejahteraan pemilik dan pemegang saham. Nilai ini berperan sebagai indikator utama untuk mengukur kinerja perusahaan serta kemampuannya dalam menghasilkan manfaat dan kemakmuran bagi berbagai pihak yang terlibat. Dalam konteks penelitian ini, nilai perusahaan diukur dengan Tobins' Q.

Corporate Social Responsibility (CSR)

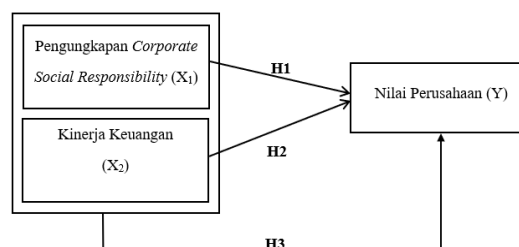
Menurut Razak (2023) Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wujud perhatian perusahaan terhadap lingkungan sosial di sekitarnya, yang disesuaikan dengan kemampuan dan tanggung jawab yang dimilikinya. Sementara itu, menurut Judijanto et al. (2024) Corporate Social Responsibility (CSR) mendefinisikan bukan hanya sebatas kewajiban finansial atau tanggung jawab terhadap pemegang saham, tapi juga mencakup elemen-elemen seperti kesejahteraan masyarakat, keberlanjutan lingkungan, serta penerapan prinsip keadilan di seluruh operasi perusahaan. Penerapannya bisa meliputi berbagai inisiatif, seperti menjalankan program sosial, menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan, memperlakukan karyawan secara adil, serta membina keberagaman dan lingkungan kerja yang kondusif. Dalam konteks penelitian ini, CSR diukur menggunakan standar GRI G4.

Kinerja Keuangan

Menurut Nafsi & Amanah (2023) kinerja keuangan merupakan gambaran seberapa baik perusahaan mengelola sumber daya keuangan mereka, yang biasanya dianalisis melalui laporan keuangan. Sementara itu, Askiantari & Purwanto (2024) indikator kemampuan perusahaan dalam menangani sumber daya keuangan yang umumnya dapat dianalisis melalui laporan keuangan. Dalam konteks penelitian ini, kinerja keuangan diukur dengan Return on Assets (ROA).

Kerangka Teori

Berdasarkan temuan dari penelitian sebelumnya, penulis menyusun kerangka pemikiran seperti yang diilustrasikan dalam Gambar 1.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif, di mana jenis data yang dikumpulkan bersifat numerik dan dapat diukur secara objektif. Data utama diperoleh dari berbagai laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, meliputi laporan keuangan, laporan tahunan, serta laporan berkelanjutan. Sumber terhadap informasi ini bisa diakses melalui situs resmi www.idx.co.id. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2023, dengan jumlah sebanyak 95 perusahaan. Sampel pada penelitian ini sebanyak 32 perusahaan. Teknik pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Perusahaan yang termasuk dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Menurut Ghazali (2018), analisis deskriptif merupakan metode analisis data yang bertujuan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul secara apa adanya, tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bersifat umum. Variabel dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan (variabel dependen), pengungkapan corporate social responsibility dan ROA (variabel independen). Hasil pengujian variabel tersebut dapat dilihat pada Uji Statistik Deskriptif dalam tabel 2. berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kategori Ekonomi CSR	96	,11	1,00	,4013	,20347
Kategori Lingkungan CSR	96	,21	,71	,4869	,09277
Kategori Sosial CSR	96	,17	,60	,3813	,08741
CSR	96	,27	,60	,4210	,06184
ROA	96	,00	,32	,0900	,07245
Nilai Perusahaan	96	,28	10,57	1,6716	1,59995
Valid N (listwise)	96				

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas hasil uji statistik deskriptif dapat digambarkan distribusi data yang diperoleh peneliti:

1. Kategori Ekonomi pada CSR memiliki nilai minimum 0,11 dan nilai maksimum 1,00 dengan mean 0,4013 dan standar deviasi 0,20347.
2. Kategori Lingkungan pada CSR memiliki nilai minimum 0,21 dan nilai maksimum 0,71 dengan mean 0,4869 dan standar deviasi 0,09277.

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

3. Kategori Sosial pada CSR memiliki nilai minimum 0,17 dan nilai maksimum 0,60 dengan mean 0,3813 dan standar deviasi 0,08741.
4. Variabel CSR memiliki nilai minimum 0,27 dan nilai maksimum 0,60 dengan mean 0,4210 dan standar deviasi 0,06184.
5. Variabel ROA memiliki nilai minimum 0,00 dan nilai maksimum 0,32 dengan mean 0,0900 dan standar deviasi 0,07245.
6. Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum 0,28 dan nilai maksimum 10,57 dengan mean 1,6716 dan standar deviasi 1,59995.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah residual dalam model regresi mengikuti distribusi normal. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 3. berikut ini:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,55552998
Most Extreme Differences	Absolute	,075
	Positive	,075
	Negative	-,059
Test Statistic		,075
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa

data yang digunakan terdistribusi secara normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memenuhi persyaratan untuk uji normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2018), uji multikolinearitas dilakukan untuk menilai apakah terdapat korelasi yang signifikan antar variabel independen dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilihat dari besarnya nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4. berikut ini:

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSR	,991	1,009
	ROA	,991	1,009

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel di atas, penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas. Hal ini dibuktikan dengan nilai tolerance dan VIF masing-masing variabel bebas. Variabel CSR dan ROA memiliki nilai tolerance lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas dalam penelitian ini tidak terdapat korelasi yang bermasalah.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengevaluasi keseragaman varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Uji heterokedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji *Glejser* melalui program software SPSS 25 for Windows. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5. berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,921	,221		4,166	,000
	CSR	,474	,239	,201	1,981	,051
	ROA	,026	,029	,090	,889	,376

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi yang digunakan, sehingga varians residual relatif konstan di seluruh pengamatan.

Uji Autokorelasi

Menurut Ghozali (2018), uji autokorelasi dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat korelasi antara residual pada suatu periode dengan residual pada periode sebelumnya (t-1) dalam model regresi linear. Berikut ini disajikan hasil uji autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson*:

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,491 ^a	,241	,225	,47454	1,804

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel di atas, nilai Durbin-Watson yang diperoleh adalah 1,804. Untuk menilai adanya autokorelasi digunakan kriteria $dU < dW < 4 - dU$. Dalam penelitian ini, dengan dua variabel bebas dan 96 sampel, diperoleh nilai $dL = 1,6254$ dan nilai $dU = 1,7103$. Hasil pengukuran adalah $dU < d < 4 - dU$ maka $1,7103 < 1,804 < (4 - 1,7103)$ sehingga $1,7103 < 1,804 < 2,2897$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi pada model regresi yang digunakan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Model regresi yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Menurut Ghazali (2018), Regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh dua variabel atau lebih variabel independen (explanatory) terhadap satu variabel dependen.

Model persamaan regresi berganda yang digunakan adalah :

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

$$Y = 0,607 + 0,444X_1 + 0,224X_2 + e$$

Interpretasinya:

1. Nilai konstanta (α) = 0,607 menunjukkan bahwa jika variabel CSR dan ROA semua bernilai 0, maka Nilai Perusahaan akan menjadi 0,607.
2. Nilai koefisien variabel CSR X1 (β_1) = 0,444, menunjukkan setiap bahwa variabel CSR mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan menambahnya tingkat Nilai Perusahaan sebesar 0,444. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara CSR dengan Nilai Perusahaan. Semakin tinggi CSR semakin tinggi Nilai Perusahaan.
3. Nilai koefisien variabel CSR X2 (β_2) = 0,224, menunjukkan setiap bahwa variabel ROA mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka akan mengakibatkan menambahnya tingkat Nilai Perusahaan sebesar 0,224. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara ROA dengan Nilai Perusahaan. Semakin tinggi ROA semakin tinggi Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil interpretasi tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel CSR dan ROA memiliki kontribusi yang nyata terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2023.

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghazali (2018), uji statistik t pada dasarnya mengukur sejauh mana suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk mengetahui apakah CSR dan ROA berpengaruh secara individual terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2023. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Ho diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$
2. Ho ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

Nilai t_{hitung} diperoleh melalui pengolahan data menggunakan software SPSS 25 for Windows, kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Derajat kebebasan (df) dihitung sebagai $df = n - k$, di mana n adalah jumlah sampel dan k adalah total variabel, sehingga $df = 96 - 3 = 93$. Karena uji t yang digunakan bersifat dua arah, maka nilai ttabel yang dipakai adalah 5% atau $t_{5\%}(93) = 1,66140$.

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	,607	,170		3,572
	CSR	,444	,370	,109	1,202
	ROA	,224	,042	,483	5,309
					Sig.
					,001
					,233
					,000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan uji t parsial diatas, dapat dilihat bahwa:

1. Nilai thitung variabel CSR adalah 1,202 berpengaruh positif dan tidak signifikan sebesar 0,233 yang artinya lebih besar dari 0,05. Hipotesis H1 ditolak karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,202 < 1,66140$) yang berarti bahwa secara parsial variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.
2. Nilai thitung variabel ROA adalah 5,309 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,309 > 1,66140$) yang berarti bahwa secara parsial variabel ROA berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2018), uji F digunakan untuk menilai apakah seluruh variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Nilai Fhitung diperoleh dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 25 for windows kemudian akan dibandingkan nilai Ftabel pada tingkat $\alpha = 5\%$ ($2:96 = 3,09$) dengan kriteria uji sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ maka secara parsial tidak berpengaruh signifikan.
2. Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ maka secara parsial berpengaruh signifikan.

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,580	2	3,290	14,609	,000 ^b
	Residual	20,717	92	,225		
	Total	27,297	94			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai Fhitung sebesar 14,609 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai Ftabel dicari pada tabel F dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 93$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09 dengan hasil tersebut dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,609 > 3,09$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hasil penelitian ini dinyatakan hipotesis diterima dengan kesimpulan adalah secara simultan variabel CSR dan ROA memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghazali (2018), koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk menilai sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Nilai R^2 berada pada kisaran 0 hingga 1. Semakin mendekati 1, semakin baik model regresi dapat menjelaskan variasi dalam data. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh Corporate Social Responsibility dan ROA terhadap Nilai Perusahaan. Uji determinasi dilakukan dengan menggunakan SPSS dan hasilnya dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,491 ^a	,241	,225	,47454

a. Predictors: (Constant), ROA, CSR

Sumber: Hasil data olahan SPSS, 2025

Dalam penelitian ini, koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R²*, karena terdapat lebih dari satu variabel independen. Berdasarkan hasil uji, diperoleh nilai *Adjusted R²* = 0,225, yang menunjukkan bahwa variabel CSR dan ROA secara bersama-sama menjelaskan sebesar 22,5% variasi pada Nilai Perusahaan. Sementara itu, sisanya sebesar 77,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti likuiditas, *Good Corporate Governance*, *leverage*, ukuran perusahaan, dan faktor lainnya.

Pembahasan

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Berdasarkan hasil uji t, nilai thitung untuk variabel CSR adalah 1,202 dengan arah pengaruh positif, namun tidak signifikan, karena nilai signifikansinya sebesar 0,233, yang lebih besar dari 0,05. Hipotesis H1 ditolak karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,202 < 1,66140$) yang berarti bahwa secara parsial variabel CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Pengaruh CSR yang tidak signifikan dapat disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan pada sektor industri barang konsumsi belum melaksanakan seluruh kategori CSR secara menyeluruh. Pengungkapan CSR masih terbatas pada kategori tertentu. Dalam penelitian ini, seluruh kategori CSR diukur secara agregat, sehingga apabila hanya sebagian kecil kategori yang dijalankan, misalnya satu atau dua saja, dampaknya terhadap nilai perusahaan menjadi kurang kuat. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pengungkapan CSR perusahaan lebih banyak difokuskan pada kategori lingkungan, disusul oleh kategori ekonomi, dan paling sedikit pada kategori sosial.

Kategori lingkungan memperoleh skor rata-rata tertinggi sebesar 0,4869, menunjukkan bahwa perusahaan sektor barang konsumsi cenderung lebih konsisten dalam menyampaikan informasi terkait dampak lingkungan yang dihasilkan. Hal ini dapat dipahami karena aktivitas produksi industri barang konsumsi sering kali berhubungan langsung dengan isu lingkungan, seperti penggunaan energi, air, emisi, dan limbah. Kesesuaian dengan standar GRI G4 juga terlihat pada aspek-aspek yang sering diungkapkan, misalnya pengurangan konsumsi energi, pengurangan emisi gas rumah kaca, intensitas energi, serta pengelolaan air dan limbah. Aspek-aspek tersebut termasuk isu krusial yang erat kaitannya dengan operasional industri dan berpotensi memengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat. Namun demikian, aspek lingkungan yang jarang diungkapkan, seperti keanekaragaman hayati, reklamasi kemasan produk, serta dampak transportasi terhadap lingkungan, menunjukkan bahwa perusahaan masih selektif dalam menyampaikan informasi yang dinilai relevan dengan kepentingan bisnis inti.

Selanjutnya, kategori ekonomi berada pada posisi menengah dengan nilai rata-rata sebesar 0,4013. Pada kategori ekonomi, pengungkapan CSR lebih sering difokuskan pada aspek yang terkait langsung dengan kinerja perusahaan dan kepentingan *stakeholder*, terutama karyawan dan pemasok. Hal ini tercermin dari pengungkapan perusahaan terkait rasio upah standar pegawai tingkat *entry* dibandingkan UMR, nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan, serta kontribusi yang diberikan kepada pemasok lokal. Pengungkapan ini mencerminkan perhatian perusahaan terhadap kesejahteraan karyawan serta kontribusi ekonomi bagi komunitas sekitar. Namun, beberapa aspek yang jarang diungkapkan, seperti santunan dari pemerintah, kewajiban imbalan pasti, dan perekrutan manajer senior dari masyarakat lokal, memperlihatkan bahwa transparansi dalam hal dukungan eksternal maupun

tata kelola tenaga kerja strategis masih rendah. Hal ini bisa disebabkan karena isu tersebut bersifat sensitif, berkaitan dengan strategi internal perusahaan, atau dianggap kurang relevan dalam perspektif keberlanjutan jangka pendek.

Sementara itu, pada kategori sosial memperoleh nilai rata-rata terendah sebesar 0,3813. Meskipun tingkat pengungkapan berada di posisi terendah dibandingkan kategori lainnya, terdapat beberapa aspek yang cukup konsisten diungkapkan. Perusahaan sektor barang konsumsi relatif sering mengungkapkan mengenai program pelatihan karyawan, kesehatan dan keselamatan kerja, keberagaman tenaga kerja, serta upaya pencegahan pekerja anak dan pekerja paksa. Selain itu, perusahaan juga cenderung melaporkan keterlibatan masyarakat lokal serta informasi tentang pelabelan produk, yang penting untuk menjaga kepercayaan konsumen. Namun, aspek sosial yang jarang diungkapkan, seperti dampak negatif praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan, kontribusi politik, serta isu hak-hak masyarakat adat, menunjukkan bahwa perusahaan masih terbatas dalam menyoroti isu-isu sosial yang lebih luas dan kompleks. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan lebih menekankan pada isu sosial yang berhubungan langsung dengan operasional bisnis, ketimbang isu yang bersifat makro dan strategis.

Dalam teori agensi, pengungkapan CSR bisa dianggap sebagai biaya tambahan karena perusahaan harus mengeluarkan dana untuk kegiatan CSR, tetapi hasilnya tidak terlalu berpengaruh pada kenaikan nilai perusahaan di pasar. Investor lebih memilih melihat ukuran-ukuran kinerja keuangan yang nyata, seperti ROA, untuk menilai perusahaan, sedangkan CSR hanya dianggap sebagai informasi tambahan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa di sektor industri barang konsumsi di Indonesia, implementasi CSR belum sepenuhnya efektif dalam mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham maupun dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya oleh (Intihanah et al., 2023) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai thitung variabel ROA adalah 5,309 berpengaruh positif dan signifikan sebesar 000, yang artinya lebih kecil dari 0,05. Hipotesis H1 diterima karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,309 > 1,66140$) yang berarti bahwa secara parsial variabel ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Dalam penelitian ini, jika perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dengan memanfaatkan aset yang dimilikinya secara efisien, maka nilai ROA juga akan tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa manajer bekerja dengan baik dalam mengelola aset perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Dengan kata lain, ketika ROA meningkat, berarti kepentingan pemilik dan manajer bisa selaras. Kondisi tersebut pada akhirnya memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, ROA berperan sebagai indikator penting bagi investor dalam menilai kinerja manajerial. Nilai ROA yang tinggi memberikan sinyal bahwa

perusahaan memiliki prospek keuangan yang baik, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan pasar.

Dalam perspektif teori agensi, hubungan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*) sering menimbulkan perbedaan kepentingan, di mana pemilik menginginkan peningkatan nilai perusahaan untuk memberi keuntungan bagi pemegang saham, sedangkan manajer terkadang lebih berfokus pada kepentingan pribadi seperti bonus, insentif, atau menjaga posisinya. Kondisi ini memunculkan masalah asimetri informasi yang dapat memicu biaya keagenan, sehingga diperlukan indikator objektif untuk menilai kinerja manajerial. Dalam hal ini, *Return on Assets* (ROA) berperan penting karena mampu memberikan gambaran nyata mengenai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, sekaligus membantu investor dalam menilai efektivitas pengelolaan manajemen. Dengan demikian, penggunaan ROA dapat mengurangi asimetri informasi antara manajer dan pemegang saham serta menekan potensi biaya keagenan yang timbul akibat perbedaan kepentingan tersebut.

Hasil penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya oleh (Hasanah et al., 2023) yang menyatakan bahwa kinerja keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 14,609 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Nilai F_{tabel} dicari pada tabel F dengan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 93$ sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09 dengan hasil tersebut dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($14,609 > 3,09$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka hasil penelitian ini dinyatakan hipotesis diterima dengan kesimpulan adalah secara simultan variabel CSR dan ROA berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

Dalam konteks penelitian ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berfungsi sebagai mekanisme untuk mengurangi asimetri informasi antara manajer dan investor melalui transparansi atas aktivitas sosial, lingkungan, maupun ekonomi, sehingga memberikan sinyal komitmen manajemen terhadap keberlanjutan dan kepentingan jangka panjang. Pada saat yang sama, kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) mencerminkan kemampuan manajer dalam mengelola aset secara efisien untuk menghasilkan keuntungan, sehingga memperkuat kepercayaan investor bahwa manajemen bekerja sesuai tujuan utama perusahaan, yakni meningkatkan nilai pemegang saham. Dengan demikian, CSR dan ROA saling melengkapi dalam menjelaskan nilai perusahaan, di mana CSR berperan menekan konflik kepentingan agen melalui transparansi non-keuangan, sedangkan ROA memberikan bukti empiris atas efektivitas manajemen, sehingga kombinasi keduanya memberikan gambaran komprehensif bagi investor, mengurangi ketidakpastian, dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan di pasar.

Dalam konteks teori agensi, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) memiliki peran penting dalam memengaruhi nilai perusahaan karena keduanya mampu meminimalkan asimetri informasi

antara manajer (*agent*) dan pemilik (*principal*). Melalui pengungkapan CSR, manajer memberikan bukti transparansi dan akuntabilitas kepada pemegang saham serta pemangku kepentingan lain, sehingga mengurangi potensi konflik kepentingan sekaligus memperkuat legitimasi perusahaan di mata publik. Di sisi lain, ROA sebagai indikator profitabilitas mencerminkan efektivitas manajemen dalam memanfaatkan total aset untuk menghasilkan laba bersih, yang menurut teori sinyal memberikan informasi positif mengenai prospek keberlanjutan perusahaan. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR dan semakin besar ROA yang dicapai, semakin positif pula respon investor, yang pada akhirnya tercermin dalam peningkatan nilai perusahaan di pasar modal.

Hasil penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya oleh (Pramono et al., 2022) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.
2. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.
3. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas IBBI yang telah memfasilitasi pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan khusus disampaikan kepada Bapak Petrus Gani dan Bapak Hasrul Siregar selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing penulis hingga penelitian ini selesai. Terima kasih juga kepada seluruh pihak, baik keluarga maupun rekan-rekan, yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama proses penelitian berlangsung.

6. REFERENSI

Aminah, & Dinata Pemuka, R. (2023). Kinerja Keuangan, Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Dampaknya Pada Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2020). *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi dan Akuntansi*, 1(5), 1127–1134. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i5.586>

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

- Askiantari, A. E., & Purwanto, A. (2024). Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Modernasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 13(2), 1–14. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Gea, A. F., & Ovami, D. C. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2018. *Jurnal Akuntansi Bisnis Eka Prasetya*, 6(2), 137–147. <https://doi.org/10.47663/abep.v6i2.60>
- Ghozali, H. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate: Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi Semb). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, K., Chandrayanti, T., & Putri, S. Y. A. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2019. *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 1(1), 44–53. <https://doi.org/10.53916/jam.v3i4i2.90>
- Intihanah, Yusuf, S., & Putri, L. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 08(02), 45–57.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *The Corporate Financiers*, 3, 305–360. <https://doi.org/10.1057/9781137341280.0038>
- Judijanto, L., Fajariana, D. E., Harsono, I., & Sutanto, H. (2024). Eksplorasi Penelitian Etika Bisnis dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Pendekatan Bibliometrik. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 115–123. <https://doi.org/10.58812/smb.v2i02.369>
- Mukhita, N. E. S., Nugroho, T. R., & Ainiyah, N. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Periode 2017-2019). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 5(1), 75–84. <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/prive>
- Nafsi, S. M., & Amanah, L. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Riset Akuntansi*, 12(7), 1–20. <https://doi.org/10.58890/jkb.v15i1.68>
- Pramitha, I. A. Y., & Sudana, I. P. (2021). Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Kinerja Lingkungan dan Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(3), 615–634.
- Pramono, H., Fakhruddin, I., & Hapsari, I. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Ratio: Reviu Akuntansi Kontemporer Indonesia*, 3(2), 78–83. <https://doi.org/10.30595/ratio.v3i2.13751>
- Razak, R. (2023). Corporate Social Responsibility: Dalam Mewujudkan Pemberdayaan dan Kesejahteraan Masyarakat (Edisi Pert). PT Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Sianturi, M. W. E. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Di BEI. *eJournal Administrasi Bisnis*, 8(4), 280–289. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v8i4.3799>
- Widiastuti, Pinem, D., & Siswantini, T. (2021). Analisis Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perdagangan Besar Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2, 13–27. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1082>