

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
(CSR) DISCLOSURE, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR
SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI TERDAFTAR
DI JII 70 TAHUN 2018-2022**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Disusun oleh :

NUR AISYAH WULANDARI

NIM. 4119109

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR),
PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG
KONSUMSI TERDAFTAR DI JII 70 TAHUN 2018-2022**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Disusun oleh :

NUR AISYAH WULANDARI

NIM. 4119109

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2024**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Aisyah Wulandari

NIM : 4119109

Judul Skripsi : **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR INDUSTRI BARANG KONSUMSI TERDAFTAR DI JII 70 TAHUN 2018-2022**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 12 Juni 2024

Yang Menyatakan,



Nur Aisyah Wulandari

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Nur Aisyah Wulandari

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara:

Nama : Nur Aisyah Wulandari

NIM : 4119109

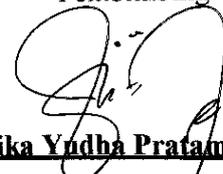
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Profitabilitas* dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII 70 tahun 2018-2022

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 12 Juni 2024

Pembimbing



Versiandika Yudha Pratama . M.M

NIP. 199101162019031006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febipekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H
Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : Nur Aisyah Wulandari
NIM : 4119109
Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR),
Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan
Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi
Yang Terdaftar di JII 70 tahun 2018-2022

Dosen Pembimbing : Versiandika Yudha Pratama, M.M

Telah diujikan pada hari Senin tanggal 08 Juli 2024 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji,

Penguji I

Rinda Asyuti, M.S.I

NIP. 197712062005012002

Penguji II

Abdul Ghofar Saifudin, M.S.I

NIP. 198402222019031003

Pekalongan, 08 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Sinta Dewi Rismawati, M.H

NIP. 19750220199903200

MOTTO

**Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya
bersama kesulitan ada kemudahan**

(Q.S Al-insyirah: 5-6)

Don't be afraid to fail. Be afraid not to try.

(Lee Haechan)



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Wiryo Pranoto, Ibu Suparti dan nenek saya Ibu Musriati yang telah membesarkan dengan tulus dan penuh kasih sayang, memberikan dukungan, doa, dan membiayai penuh selama penulis menempuh pendidikan hingga dapat menyelesaikan pendidikan di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Kepada Adik-adik saya Abidah dan Adiba yang sudah memberi semangat dan mengingatkan saya agar bisa menyelesaikan Skripsi ini.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Bapak Versiandika Yudha Pratama, M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Ali Amin Isfandiar, M. Ag selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).
6. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2019 khususnya EKOS C, yang telah memberikan kenangan yang tak terlupakan.
7. Untuk teman-teman serta sahabat saya Erlin, Nurjanah, Dhani, Nikmatul, Tania, Widhi, Riska Yuhana, Dela dan lainnya yang tidak bisa saya sebut satu-satu yang telah memberikan semangat dan membantu saya semasa perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi. Semoga sukses untuk kita semua.
8. Haechan, Hendery, KAI, serta member EXO dan NCT/Wayv lainnya yang secara tidak langsung melalui kehadiran dan karya-karyanya sudah menemani dan memotivasi saya dalam menyelesaikan pendidikan.
9. Diri sendiri karena telah berhasil melewati masa perkuliahan dan menyelesaikan pendidikan.
10. Untuk semua yang sudah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

ABSTRAK

NUR AISYAH WULANDARI, Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII 70 Tahun 2018-2022.

Perekonomian saat ini menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Memaksimalkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat pasar. Pengaruh CSR, Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII 70 Tahun 2018-2022 percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang.

Penelitian ini termasuk jenis Penelitian kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder dimana data yang tidak didapatkan secara langsung dari obyek penelitian tetapi diperoleh dari data yang dimiliki oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa CSR, ROA dan DER berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII 70 Tahun 2018-2022. Kemudian secara simultan CSR, ROA dan DER berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII 70 Tahun 2018-2022.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility, ROA, DER dan PBV*

ABSTRACT

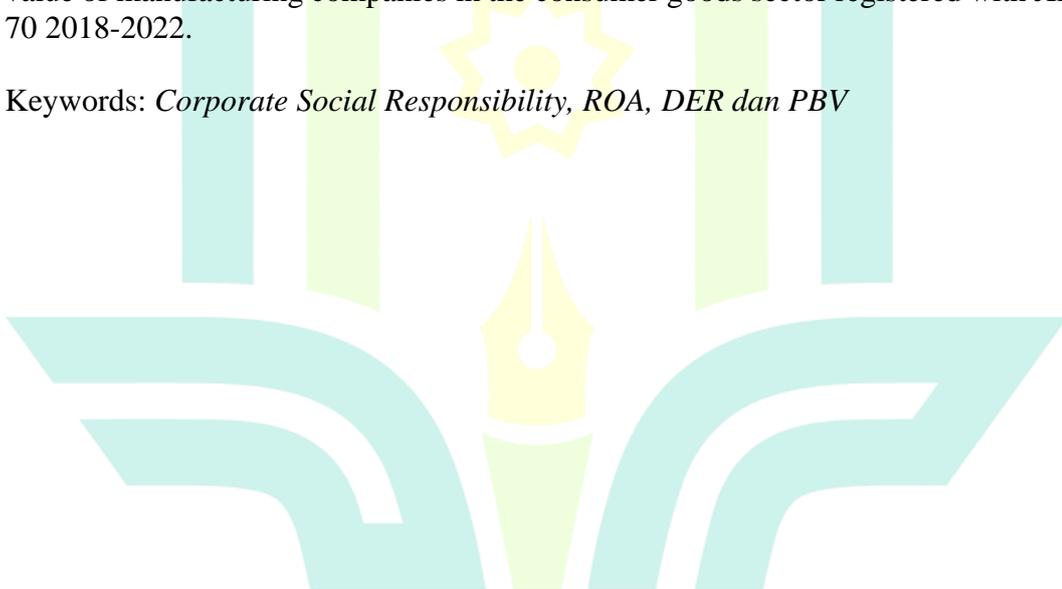
NUR AISYAH WULANDARI, The Influence of Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability and Leverage on the Value of Manufacturing Companies in the Consumer Goods Sector Registered on JII 70 2018-2022.

The current economy creates intense competition between companies. This competition makes each company increasingly improve its performance so that its goals can still be achieved. Maximizing company value is one of the company's goals. An increase in company value due to high share prices will make the market believe in the company's performance and prospects in the future.

This research is a type of quantitative research. The data used in this research is secondary data, where data is not obtained directly from the research object but is obtained from data owned by the company. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS.

The research results show that CSR, ROA and DER influence the value of manufacturing companies in the consumer goods sector registered with JII 70 2018-2022. Then simultaneously CSR, ROA and DER have a significant effect on the value of manufacturing companies in the consumer goods sector registered with JII 70 2018-2022.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, ROA, DER dan PBV*



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Safi'I, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Happy Sista Devi, M.M. selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
6. Versiandika Yudha Pratama, M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini

7. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

8. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 12 Juni 2024



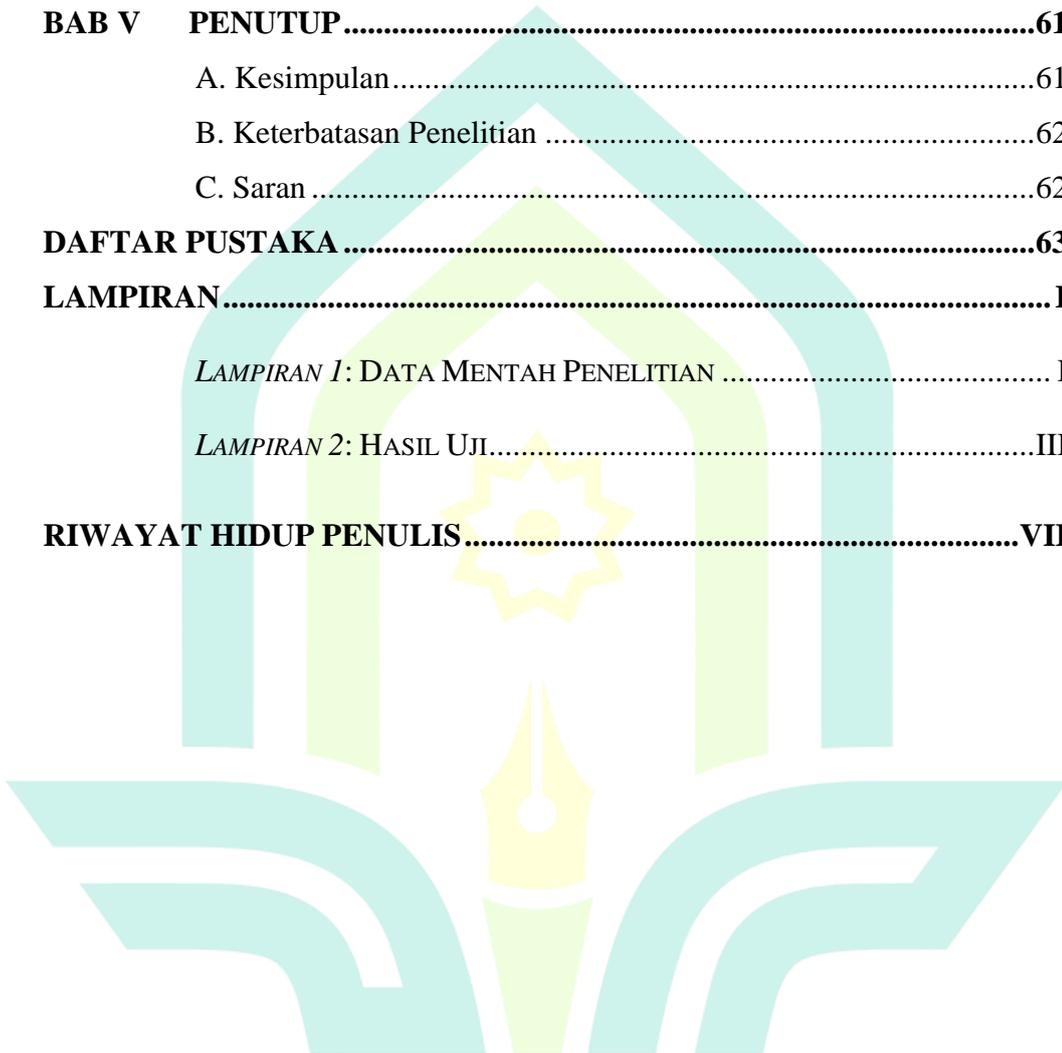
Nur Aisyah Wulandari



DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR HALAMAN JUDUL	i
SAMPUL DALAM HALAMAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	12
D. Sistematika Pembahasan	14
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Landasan teori.....	15
B. Telaah Pustaka	27
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis Penelitian	39
B. Pendekatan penelitian	39
C. Setting Penelitian	39
D. Populasi dan sampel	40
E. Variabel Penelitian.....	41

F. Sumber Data.....	42
G. Teknik Pengumpulan Data	42
H. Metode Analisis Data	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Uji.....	48
B. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Keterbatasan Penelitian	62
C. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN.....	I
<i>LAMPIRAN 1: DATA MENTAH PENELITIAN</i>	<i>I</i>
<i>LAMPIRAN 2: HASIL UJI.....</i>	<i>III</i>
RIWAYAT HIDUP PENULIS.....	VII



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka

ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َـي	Fathah dan ya	ai	a dan u
َـو	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةُ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ / Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا / Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ / Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi
rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ / Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan

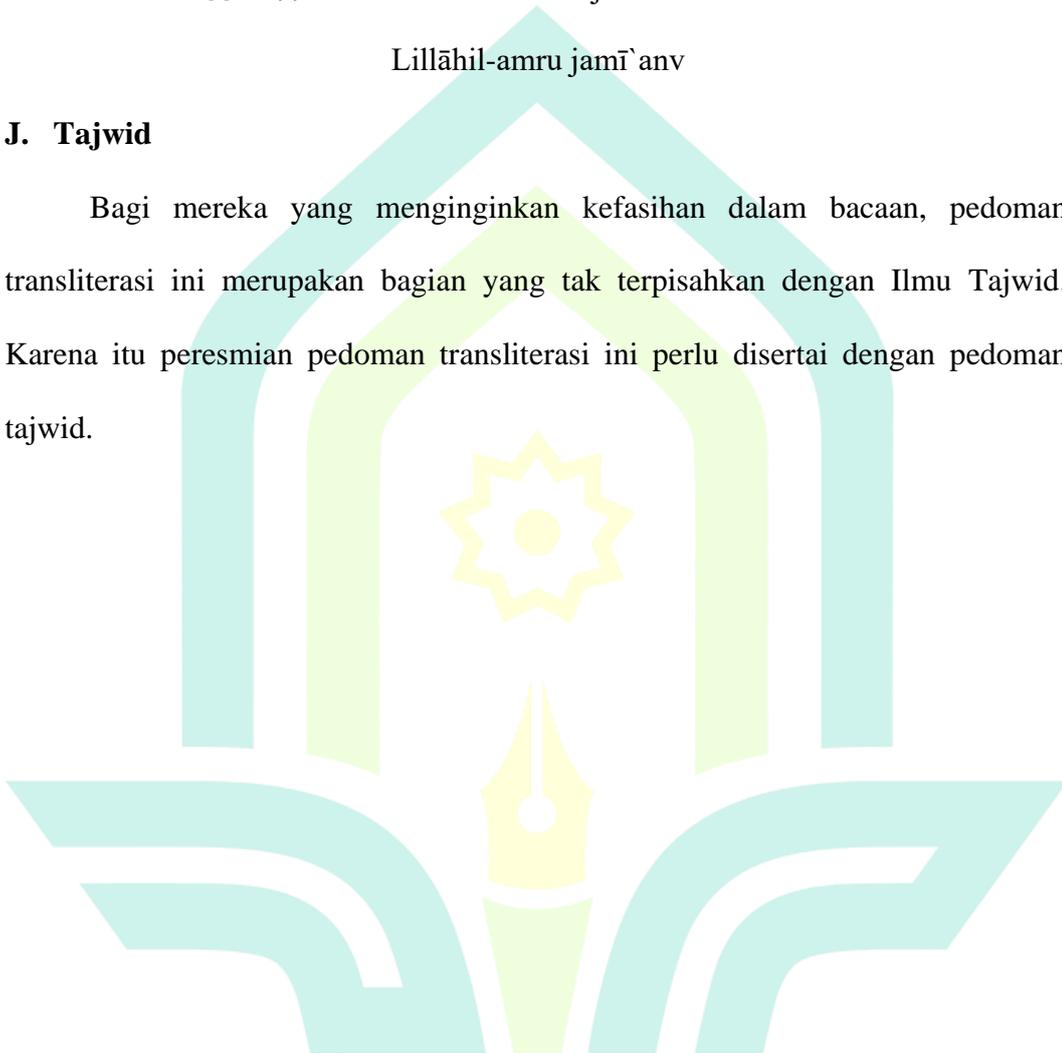
dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّٰهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`anv

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 RATA-RATA NILAI PERUSAHAAN, PENGUNGKAPAN CSR, ROA DAN DER	9
TABEL 2. 1 TELAAH PUSTAKA	27
TABEL 3. 1 TABEL SAMPEL.....	41
TABEL 3. 2 VARIABEL PENELITIAN.....	41
TABEL 4. 1 TABEL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	48
TABEL 4. 2 TABEL UJI NORMALITAS	49
TABEL 4. 3 TABEL UJI MULTIKOLINEARITAS.....	49
TABEL 4. 4 TABEL UJI HETEROKEDASTISITAS.....	50
TABEL 4. 5 TABEL UJI AUTOKORELASI.....	50
TABEL 4. 6 TABEL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA.....	51
TABEL 4. 7 TABEL UJI T.....	52
TABEL 4. 8 TABEL UJI F.....	53
TABEL 4. 9 TABEL UJI KOEFISIEN DETERMINASI	54

DAFTAR LAMPIRAN

<i>LAMPIRAN 1: DATA MENTAH PENELITIAN</i>	I
<i>LAMPIRAN 2: HASIL UJI</i>	III



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi perdagangan bebas, perusahaan dituntut selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dan meningkatkan nilai perusahaan. Perdagangan bebas membantu masyarakat semakin mudah untuk memenuhi kebutuhannya dalam segala bidang dan mendorong perkembangan dunia bisnis. Perkembangan dunia bisnis saat ini ditandai dengan semakin berkembangnya perusahaan di Indonesia. Hal ini sangat berpengaruh besar terhadap iklim bisnis di Indonesia. Namun disisi lain, hal ini akan menyebabkan terjadinya persaingan di antara pelaku bisnis. Persaingan bisnis yang ketat akan mendorong perusahaan untuk lebih meningkatkan operasionalnya demi mencapai keuntungan yang maksimal. Menurut Nahda dan Marji (2011) dalam Zulaika & Sihombing (2019) ketika perusahaan semakin berkembang, maka pada saat itu pula tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi yang disebabkan adanya eksploitasi perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba yang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Oleh sebab itu, perusahaan tidak hanya dituntut dalam mencari keuntungan atau laba semata tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan.

Perusahaan tidak hanya mengacu pada tanggung jawab yang berorientasi pada *single bottomline*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial*) saja. Tetapi tanggung

jawab perusahaan harus melihat pada triple bottom lines yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya berorientasi pada finansial namun juga harus memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan paradigma dunia usaha untuk tidak semata-mata mencari keuntungan tetapi harus pula bersikap etis melalui kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai bentuk penciptaan investasi sosial. Kebijakan tanggung jawab sosial perusahaan atau sering dikenal CSR (*Corporate Social Responsibility*) menunjukkan adanya kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk dari kegiatan usaha dan dampak tersebut harus direduksi agar tidak membahayakan keselamatan masyarakat sekaligus tetap ramah terhadap iklim usaha. Tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk di dalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga competitor.

Di kutip dari penelitian Ariastini dan Semara (2019) Konsep Triple Bottom Line (TBL) merupakan konsep yang dikembangkan oleh John Elkington pada tahun 1997 melalui bukunya yang berjudul “Cannibals with Fork, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business”. Elkington menyatakan bahwa selain mengejar profit, perusahaan harus memperhatikan dan terlibat pada pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*) dan berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*). TBL merupakan unsur penting yang

harus diperhatikan oleh perusahaan. TBL dapat menjadi tolak ukur perusahaan, dengan tidak hanya memperhatikan sisi ekonomi, namun juga dampak yang ditimbulkan baik positif maupun negatif terhadap sosial dan lingkungan. Ketiga aspek TBL memiliki hubungan dan keterkaitan yang kuat. Dari aspek ekonomi, perusahaan harus fokus terhadap keuntungannya demi keberlangsungan hidup perusahaan, dari aspek sosial, perusahaan harus memiliki komitmen kepada masyarakat untuk memberikan manfaat sebesar-besarnya, dan dari aspek lingkungan, semua kegiatan perusahaan terkait erat dengan lingkungan (Ariastini Dan Semara, 2019). Berdasarkan hal ini, tanggung jawab perusahaan yang dilakukan dengan CSR melalui Profit, People, dan Planet merupakan hal yang berhubungan dalam mengoptimalkan dalam menjalankan perusahaan. Dapat diketahui bahwa dalam menjalankan usaha korporat perlu memperhatikan masyarakat sekitar yang secara tidak langsung memberikan perhatian dengan adanya keberadaan perusahaan. Sehingga perusahaan juga perlu memperhatikan keberadaan masyarakat sekitar, melalui interaksi perusahaan dapat mengetahui dan mengenali masyarakat di sekitarnya. Untuk mencegah respon masyarakat yang negatif, perusahaan membutuhkan adanya interaksi untuk dapat menyelaraskan atau beradaptasi dengan masyarakat seperti mengetahui apa masalah bagi masyarakat melihat keberadaan perusahaan disekitarnya dan bagaimana perusahaan bertanggung jawab terhadap hal tersebut. Selain itu Planet dalam konsep triple bottom line dimaksud pada bagaimana perusahaan mengelola usaha mereka tidak merusak sumber daya alam khususnya sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui.

Dalam sumber daya alam yang dapat diperbaharui, perusahaan perlu bertanggung jawab dalam pelestarian kembali alam ketika mengambil dan menggunakan sumber daya alam tersebut. Profit dalam nilai ketiga triple bottom line tidak hanya berbicara tentang keuntungan. Namun perusahaan dalam membeli dan mencari bahan baku untuk diolah, menciptakan transaksi yang dipercaya bertujuan untuk tetap melestarikan alam. Ketika perusahaan melihat penjual bahan baku telah mengeksploitasi sumber daya alam tidak seimbang dengan pelestarian kembali. Dengan nilai profit, perusahaan tidak akan membeli atau transaksi karena tidak sesuai dengan nilai yang bertujuan untuk tetap melestarikan alam lebih dari mengeksploitasi terlebih dahulu. Triple bottom line merupakan salah satu perumusan dari keberhasilan perusahaan atas tanggung jawab sosial. Elkington mempopulerkan istilah Triple Bottom Line pada tahun 1997 melalui buku yang berjudul *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business*. Triple bottom line dapat dikembangkan oleh Elkington menjadi 3 istilah yaitu *economy prosperity* (nilai harta kekayaan ekonomi), *environmental quality* (kualitas lingkungan hidup), dan *social justice* (keadaan sosial). Triple bottom line dikenal dengan istilah “Formula 3P”, yaitu terdiri dari unsur *people* (perusahaan yang mempedulikan sosial dan lingkungan disekitarnya), *profit* (perusahaan berupaya meningkatkan keuntungan bagi perusahaan), dan *planet* (kemampuan perusahaan dalam menjaga kelestarian alam/bumi). Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang akan memperoleh tiga unsur tersebut yaitu keuntungan, kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat sekitar (Michael dkk, 2019)

Global Compact Initiative dalam Zulaika & Sihombing (2019) menyebut pemahaman ini dengan 3P (*profit, people, planet*), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga mensejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup di planet ini. Banyak perusahaan yang menjadikan CSR sebagai bagian dari bisnis dengan mengembangkan program-program sosial yang dikemas secara menarik. Hal ini dapat menjadi investasi sosial bagi perusahaan. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), beasiswa, pengembangan komunitas dan sebagainya. Sehingga, perusahaan dituntut tidak hanya bertanggung jawab menghasilkan profit namun juga bertanggung jawab menghasilkan manfaat bagi masyarakat sekitar (Zulaika & Sihombing, 2019). Menyadari pentingnya melestarikan lingkungan, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, khususnya Pasal 74(1), yang menyatakan bahwa perseroan yang memiliki hubungan dengan sumber daya alam mempunyai kewajiban untuk memenuhi tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang didasarkan pada satu hasil, yaitu nilai perusahaan hanya tercermin dari posisi keuangan. Namun tanggung jawab perusahaan harus didasarkan tiga poin utama, di mana selain hasil finansial ada hasil sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup untuk memastikan nilai perusahaan meningkat, tumbuh secara berkelanjutan. Implementasi *Corporate Social*

Responsibility mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan, hal ini sesuai dengan pernyataan Gantino dalam Massubagiyo & Widyawati (2022) bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* menciptakan penghematan untuk meningkatkan keuntungan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan faktor penting dalam mengevaluasi kinerjanya sendiri secara keseluruhan. Kinerja keuangan adalah hasil ekonomi yang dicapai oleh suatu perusahaan selama periode tertentu melalui berbagai kegiatannya untuk menghasilkan laba (Massubagiyo & Widyawati, 2022).

Perekonomian saat ini menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan. Persaingan tersebut membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Memaksimumkan nilai perusahaan adalah salah satu tujuan perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar oleh investor seandainya perusahaan dijual. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi nilai perusahaan yang terkait, sehingga dapat sesuai dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi nilai suatu perusahaan seperti, *leverage*, likuiditas, *profitabilitas* dan ukuran perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh *leverage*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang. Suwardika (2016) mengemukakan pendapat bahwa perusahaan dapat menggunakan hutang (*leverage*) untuk memperoleh modal guna mendapatkan

keuntungan yang lebih tinggi. Adanya perlindungan pajak membuat pengelolaan *leverage* sangatlah penting karena tingginya penggunaan *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh pada umumnya bunga yang dibayarkan bisa dipergunakan untuk mengurangi penghasilan yang dikenakan pajak. Hasil penelitian yang berbeda dilakukan oleh Suwardika (2016) kemudian Pratama dan Wiksuana (2016) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang berlawanan didapatkan oleh Rahmadani dan Rahayu (2017) memperoleh hasil bahwa *leverage* mempunyai pengaruh yang negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (Dwipa dkk, 2020).

Menghadapi berbagai persaingan di dunia bisnis, sebuah perusahaan berusaha meningkatkan kinerjanya dan memperluas usaha dengan berbagai cara untuk dapat mencapai tujuan perusahaannya yaitu mencari laba atau profit setinggi-tingginya. *Profitabilitas* merupakan faktor yang harus mendapatkan perhatian penting, karena untuk dapat melangsungkan hidup sebuah perusahaan harus berada dalam kondisi yang menguntungkan agar investor yang sudah menanamkan modalnya di perusahaan tersebut tidak akan menarik modalnya kembali dan investor yang belum menanamkan modal pada perusahaan akan tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan yang bersangkutan. Perusahaan dituntut untuk memenuhi target maupuntujuan perusahaan yang telah ditetapkan sebelumnya artinya besarnya laba atau profit harus dapat tercapai sesuai dengan target yang sudah ditetapkan. *Profitabilitas* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efektivitas suatu manajemen

perusahaan dalam memperoleh laba (Candra & Cipta, 2022). Dalam upaya mewujudkan tujuan perusahaan, perusahaan harus mencukupi kebutuhan dananya agar dapat memaksimalkan kinerjanya. Kinerja yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan serta harga saham perusahaan, hal ini akan mencerminkan kemakmuran para pemegang saham perusahaan. Suatu perusahaan sering mengalami kekurangan modal yang berakibat pada kinerja perusahaan barang atau jasa yang dihasilkan kurang maksimal dan perusahaan tidak mampu bersaing di pasar serta mengalami perkembangan yang lambat. Perusahaan memperoleh sumber dana dari dalam perusahaan berupa modal sendiri, penyusutan dan laba ditahan, sedangkan sumber dana dari luar perusahaan berupa hutang dan penerbitan saham. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan keuntungan yang tinggi pula. Tingginya rasio profitabilitas tentunya akan menjadi daya tarik tersendiri bagi seorang investor yang ingin menginvestasikan uangnya pada suatu perusahaan. Semakin tinggi minat para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tentunya akan meningkatkan harga saham perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas juga mampu menggambarkan kinerja dari sebuah perusahaan (Saputri & Giovanni, 2021).

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen

perusahaan. Persepsi investor pada tingkat keberhasilan perusahaan dicerminkan melalui nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan karena tingginya harga saham akan membuat pasar Pengaruh CSR, *Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan (studi kasus perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2018-2022) percaya pada kinerja perusahaan dan prospeknya di masa yang akan datang. Meningkatkan laba perusahaan dan memaksimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan perusahaan yang saling berkaitan untuk meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham, sehingga tujuan tersebut akan menjadi kriteria penting untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Ada beberapa alat ukur dari nilai perusahaan, salah satunya yaitu *Price Earning Ratio* (PER). PER adalah salah satu ukuran paling dasar dalam analisis saham secara fundamental. PER adalah perbandingan antara harga pasar saham dengan laba bersih per saham, dimana harga saham sebuah emiten dibandingkan dengan laba bersih yang dihasilkan oleh emiten tersebut dalam setahun. Menurut Setia dalam Cipta & Dewantari (2019) menyatakan bahwa jika ukuran perusahaan dan *profitabilitas* meningkat serta *leverage* menurun maka akan meningkatkan nilai perusahaan (Cipta & Dewantari, 2019).

Tabel 1.1

Rata-rata Nilai Perusahaan, pengungkapan CSR, ROA dan DER

Tahun	PBV (Y)	CSR (X1)	DER (X2)	ROA (X3)
-------	---------	----------	----------	----------

2018	97%	60,2 %	106%	9,5%
2019	725%	64,2 %	103%	8,2%
2020	726%	67,8 %	117%	5,1%
2021	459%	70,3 %	132%	7,9%
2022	535%	73,5 %	159%	8,2%

Sumber: <https://www.idx.co.id/>

Pada tabel diatas menunjukkan rata-rata kondisi keuangan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di JII 70 tahun 2018-2022. Ditunjukkan bahwa terjadi penurunan pada profitabilitas (ROA) dan leverage (DER) namun terjadi kenaikan yang cukup drastis pada nilai perusahaan. Berbeda dengan tahun sebelumnya, terjadi kenaikan *profitabilitas* (ROA) pada tahun 2020-2021 namun adanya penurunan pada nilai perusahaan di tahun yang sama. Pada rasio Leverage terjadi kenaikan DER pada tahun 2018-2020 yang juga diikuti adanya kenaikan pada nilai perusahaan di tahun yang sama. Berbeda dari tahun sebelumnya pada tahun 2021-2022 nilai *profitabilitas* (ROA) dan *leverage* (DER) mengalami kenaikan sedangkan terjadi penurunan pada nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh M. Thoriq Zulfikar (2020) mendapatkan hasil CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Aprilia Wulandari (2019) melakukan penelitian dengan hasil adanya pengaruh yang signifikan antara *profitabilitas* (ROA), dan *leverage* (DER) dengan CSR. Jadi terdapat kesamaan hasil penelitian antara M Thoriq Zulfikar dengan Aprilia Wulandari. Lalu pada penelitian Nur Aini Maysaroh

(2022) CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Laili Fitri Amalia (2020) yaitu ada pengaruh positif dan signifikan *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan, CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Adanya fenomena serta masalah yang sudah disebutkan dan ada perbedaan hasil penelitian yang sudah dilakukan, penulis berminat untuk meneliti penelitian yang serupa dengan menggunakan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Leverage* dan *Profitabilitas* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII 70 tahun 2018-2022”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas sehingga muncul rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftardi JII 70 pada tahun 2018-2022?
2. Apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2018-2022?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2108-2022?
4. Apakah *Corporate Social Responsibil (CSR)*, *Profitabilits* dan *Leverage* secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2018-2022?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2018-2022.
2. Untuk mengetahui apakah *Profitabilitas* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2018-2022.
3. Untuk mengetahui apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2018-2022.
4. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *Profitabilitas* dan *Leverage* secara simultan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di JII 70 pada tahun 2018-2022.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan dari hasil penelitian, dapat dijadikan penambahan pengetahuan terkait hal-hal yang dapat mempengaruhi corporate social responsibility (CSR) khususnya pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi.
- b. Selain itu, diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi peneliti berikutnya dengan pembahasan serupa sekaligus dapat menjadi objek penelitian ulang sehingga bisa memperbaiki atau lebih baik dari penelitian.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan dan solusi terkait dengan permasalahan mengenai penilaian kinerja dengan pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan.

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat dijadikan input informasi terkait dengan pengambilan keputusan didalam investasi sehingga investor dapat mengambil keputusan secara efektif dan efisien.

c. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebagai salah satu sumber referensimaupun acuan bagi mahasiswa maupun pembaca untuk melakukan penelitian di waktu yang akan datang

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pada penulisan ini dibuat untuk mempermudah pembaca dalam membaca keseluruhan dari berbagai hasil penelitian yang sudah dilakukan. Berikut sistematika pembahasan pada penelitian ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian yang diharap bisa membantu pihak-pihak terkait sistematika kepenulisannya.

BAB II : LANDASAN TEORI

Memuat uraian mengenai landasan teori yang berisi beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini, telaah pustaka yang relevandan berkaitan dengan tema skripsi, kerangka berpikir, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat secara rinci metode penelitian yang dipakai peneliti serta alasannya, pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data penelitian untuk mengukur variabel yang diteliti..

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi hasil penelitian, bahasan yang disesuaikan menggunakan rumusan masalah atau focus penelitian. Pembahasan merupakan penjabaran hasil penelitian dan keterkaitannya dengan landasan teori yang digunakan, dapat disusun secara sub bahasan satu dengan yang lain secara terpisah atau dapat digabung menjadi satu kesatuan.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berupa sub bagian yaitu kesimpulan dan saran yang dapat diambil dari penelitian yang sudah dilakukan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Riset ini dilakukan untuk melihat pengaruh corporate social responsibility (CSR), profitabilitas (ROA), dan leverage (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) 70 pada tahun 2018-2022. Adapun hasil dari penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) 70 pada tahun 2018-2022.
2. *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) 70 pada tahun 2018-2022.
3. *Debt to Equity* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) 70 pada tahun 2018-2022.
4. *Corporate social responsibility* (CSR), *return on asset* (ROA), dan *debt to equity* (DER) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang

konsumsi yang terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII) 70 pada tahun 2018-2022.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini yakni menggunakan periode penelitian yang singkat dimana hanya menggunakan periode lima tahun, maka dari itu diharapkan untuk penelitian selanjutnya untuk dapat bisa menggunakan periode yang lebih panjang dan terbaru. Selain itu, untuk penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan lebih banyak variabel pembiayaan lainnya untuk melihat pengaruh terhadap nilai perusahaan. Tidak hanya CSR, ROA dan DER saja. Selanjutnya peneliti diharapkan dapat meneliti lebih lanjut terkait nilai perusahaan dengan memakai rasio pengukuran *profitabilitas* dan *leverage* lainnya seperti NPM, DAR, ROE dan yang lainnya.

C. Saran

1. Pada penelitian ini hanya menggunakan data dalam kurun waktu 5 tahun, sehingga untuk penelitian selanjutnya diharapkan agar bisa menambah waktu agar didapatkan hasil yang lebih akurat lagi.
2. Pada penelitian ini variabel yang digunakan hanya 3 sehingga diharapkan untuk penelitian selanjutnya agar bisa ditambah atau di ubah dengan variabel lain sehingga bisa didapatkan hasil yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriatun, L. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderating Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Listing Di BEI Periode 2018-2020) SKRIPSI. 2005–2003, 8.5.2017, 7787.
- Amalia, L. F. (2020). *Analisis Pengaruh Profitabilitas , Ukuran Perusahaan, Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2018.*
- Dwipa, K. S., Kepramareni, P., & Yuliasuti, I. A. N. (2020). Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Kharisma*, 53(9), 1689–1699.
- Hernita, T. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Manajemen Bisnis*, 22(3), 325–336.
- Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility konsep dan implementasi. In *Economic & Business Publishing Fakultas Ekonomi UNIMED.*
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh profitabilitas, leverage, kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderating. *Forum Ekonomi*, 24(1), 30–44. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10390>
- Maqfida, M. N. (2021). *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Corporate Social*

Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Periode 2016-2019.

Maryoso, S., & Sari, D. I. (2023). Pengaruh CSR, Profitabilitas dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Terdaftar di BEI. *Artikel Ilmiah Sistem Informasi Akuntansi*, 3(1), 13–22. <https://doi.org/10.31294/akasia.v3i1.1790>

Ningsih, A. T., & Cheisviyanny, C. (2019). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility PT. Aneka Tambang Tbk Berdasarkan Global Reporting Initiatives (GRI) Dan Kaitannya Terhadap PROPER. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 1(3), 922–941. <https://doi.org/10.24036/jea.v1i3.118>

Prawiti, E. (2022). *Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar di JII Tahun 2015-2020.*

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Penelitian-Slamet Riyanto.pdf* (p. 373).

Sabila, N. S. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(2), 140–151.

Sari, T. P. N. (2022). Pengaruh pembiayaan Murabahah, Mudharabah dan Musyarakah terhadap Profitabilitas pada Bank Umum Syariah Periode 2018-2022. *Skripsi*, 20(2). <https://doi.org/10.32722/eb.v20i2.4344>

- Wiratno, D. H., & Yustrianthe, R. H. (2022). Price earning ratio, ukuran dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5587–5595. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2097>
- Wulandari, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility dan Kebijakan Dividen sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Indeks LQ45 Periode 2014 -2018). *Skripsi*, 11150810000020.
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan: (Studi Empiris Pada Indeks SRI-KEHATI yang terdaftar di BEI). *Jurnal Akuntansi Dan Governance Andalas*, 2(2), 135–165.
- Zulfikar, M. T. (2020). Pengaruh Corporate social responsibility dan Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Essential Concepts of Global Environmental Governance*, 54–57.

RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS

1. Nama : Nur Aisyah Wulandari
2. Tempat tanggal lahir : Pemalang, 12 Juni 2000
3. Alamat rumah : Dukuh Lawang RT 001 RW 004 Desa Sikayu
Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang
4. Alamat tinggal : Dukuh Lawang RT 001 RW 004 Desa Sikayu
Kecamatan Comal Kabupaten Pemalang
5. Nomor handphone : 0838-2576-8605
6. Email : nuraisyahwulandari5@gmail.com
7. Nama ayah : Wiryo Pranoto
8. Pekerjaan ayah : Buruh
9. Nama ibu : Suparti
10. Pekerjaan ibu : Ibu Rumah Tangga

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD : SD Negeri 01 Purwosari (2006-2012)
2. SMP : SMP Negeri 1 Comal (2012-2015)
3. SMA : SMA Negeri 1 Comal (2015-2018)

C. PENGALAMAN ORGANISASI

1. SAN Chapter Pekalongan, Staff Fundraising and Sponsorship, 2020
2. SAN Chapter Pekalongan, Staff Ekonomi Kreatif, 2021

Pekalongan, 12 Juni 2024



Nur Aisyah Wulandari