

SKRIPSI
**PENGARUH *CSR DISCLOSURE*, *PROFITABILITY*, *SIZE*,
DAN *LEVERAGE* TERHADAP *FIRM VALUE*
PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI DAN *CONSUMER*
NON-CYCLICAL PADA TAHUN 2021-2023**



DIAJUKAN OLEH :

NAMA : KELVIN

NIM : 125210191

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT
GUNA MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2024

UNIVERSITAS TARUMANAGARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA

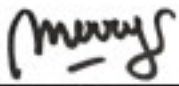
Persetujuan

Nama : KELVIN
NIM : 125210191
Program Studi : AKUNTANSI BISNIS
Judul : Pengaruh CSR Disclosure, Profitability, Size, Dan
Leverage Terhadap Firm Value Perusahaan Sektor Energi
Dan Consumer Non-Cyclical Pada Tahun 2021-2023

Skripsi ini disetujui untuk diuji

Jakarta, 26-November-2024

Pembimbing:
MERRY SUSANTI, S.E, M.Si, AK, CA.
NIK/NIP: 10199017



Pembimbing Pendamping:
VERAWATI, Dr. S.E., M.Ak, Ak, CA.
NIK/NIP: 10112025



FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

N A M A : KELVIN
N I M : 125210191
PROGRAM STUDI : S.1 AKUNTANSI

JUDUL SKRIPSI

PENGARUH *CSR DISCLOSURE*, *PROFITABILITY*, *SIZE*, DAN *LEVERAGE*
TERHADAP *FIRM VALUE* PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI DAN *CONSUMER*
NON-CYCLICAL PADA TAHUN 2021-2023

Telah diuji pada sidang Skripsi pada tanggal xx xx xxxx dan dinyatakan lulus dengan
majelis penguji terdiri dari:

1. Ketua :
2. Anggota :

Jakarta, xx Januari 2025

Pembimbing,

(Merry Susanti, S.E., M.Si., Ak., CA.)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh *CSR disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage* terhadap *firm value* pada perusahaan sektor energi dan *consumer non-cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023. Sampel yang diseleksi untuk diuji sebanyak 32 perusahaan selama tiga tahun berturut-turut sehingga total sampel menjadi 96 data. Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diolah menggunakan program *software Eviews 12*. Metode pengujian hipotesis yang diterapkan pada penelitian adalah model regresi linier berganda. Estimasi model regresi linier berganda yang cocok dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model (REM)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *CSR disclosure*, *size*, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *firm value* sedangkan *profitability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*.

Kata Kunci: *CSR Disclosure, Profitability, Size, Leverage, Firm Value*

ABSTRACT

This study aims to obtain empirical evidence regarding the effect of CSR disclosure, profitability, size, and leverage on firm value in energy and consumer non-cyclical companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2021-2023 period. A sample of 32 companies was selected for testing over three consecutive years, resulting in a total of 96 data. The sampling technique used in this research was purposive sampling. The data in this study was secondary data processed using the Eviews 12 software program. The hypothesis testing method applied in this research was the multiple linear regression model. The appropriate multiple linear regression model estimation for this study was the Random Effect Model (REM). The results of this study indicated that CSR disclosure, size, and leverage do not have a significant effect on firm value, whereas profitability has a positive and significant effect on firm value.

Keywords: *CSR Disclosure, Profitability, Size, Leverage, Firm Value*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kekuatan, berkat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *CSR Disclosure, Profitability, Size, Dan Leverage* Terhadap *Firm Value* Perusahaan Sektor Energi Dan *Consumer Non-Cyclical* Pada Tahun 2021-2023” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan S1 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan tanpa adanya motivasi, bimbingan, nasehat, dan bantuan dari berbagai pihak dalam proses penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang setulus-tulusnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Merry Susanti, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Dosen Pembimbing yang baik dan sabar, serta selalu bersedia untuk meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar.
2. Bapak Prof. Dr. Sawidji Widoatmodjo, S.E., M.M., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
3. Bapak Dr. Hendro Lukman, S.E., M.M., Akt., CPMA., CA., CPA (Aust.), selaku Ketua Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara.
4. Segenap dosen dan asisten dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara yang telah dengan baik memberikan ilmu, nasihat, dan pembelajaran yang sangat berharga selama masa perkuliahan di Universitas Tarumanagara.

5. Keluarga tercinta, terutama kedua orang tua penulis, serta seluruh anggota keluarga lainnya atas dukungan, semangat, perhatian, dan doa selama proses penyusunan skripsi.
6. Steven, Joshua Jose Lysander, Velinda Alvita, Nathalie Arlie Setiawan, Jevelyne Thea Wongso, Kezia Maria, dan Merry Natalia selaku teman-teman seperjuangan yang selalu mendukung, mengarahkan, menemani, serta membuat kehidupan perkuliahan penulis menjadi lebih berwarna dan meriah dari awal hingga pada penulisan skripsi ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa yang satu bimbingan dengan Ibu Merry Susanti, S.E., M.Si., Ak., CA. atas waktu, informasi, bantuan, serta nasihat yang diberikan selama penyusunan skripsi
8. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat dan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.

Dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini penulis sadar bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu segala kritik dan saran yang mampu membangun dan menyempurnakan isi dari skripsi ini akan diterima dengan senang hati oleh penulis. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat dijadikan sebagai sumber referensi.

Jakarta, 26 November 2024

Penulis,



(Kelvin)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	2
A. Latar Belakang.....	2
1. Latar Belakang Masalah.....	2
2. Identifikasi Masalah	6
3. Batasan Masalah.....	8
4. Rumusan Masalah	8
B. Tujuan dan Manfaat	9
1. Tujuan	9
2. Manfaat	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
A. Gambaran Umum Teori	10
1. <i>Signaling Theory</i>	10
2. <i>Legitimacy Theory</i>	11
3. <i>Agency Theory</i>	12
B. Definisi Konseptual Variabel.....	13
1. <i>Firm Value</i>	13

2. <i>CSR Disclosure</i>	14
3. <i>Profitability</i>	15
4. <i>Size</i>	16
5. <i>Leverage</i>	17
C. Kaitan antara Variabel-variabel	18
1. <i>CSR Disclosure</i> dan <i>Firm Value</i>	18
2. <i>Profitability</i> dan <i>Firm Value</i>	18
3. <i>Size</i> dan <i>Firm Value</i>	19
4. <i>Leverage</i> dan <i>Firm Value</i>	20
D. Penelitian Sebelumnya yang Relevan	20
E. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	23
1. <i>CSR Disclosure</i> dan <i>Firm Value</i>	23
2. <i>Profitability</i> dan <i>Firm Value</i>	24
3. <i>Size</i> dan <i>Firm Value</i>	24
4. <i>Leverage</i> dan <i>Firm Value</i>	25
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Desain Penelitian	26
B. Populasi, Teknik Pemilihan Sampel, dan Ukuran Sampel	26
1. Populasi	26
2. Teknik Pemilihan Sampel	27
3. Ukuran Sampel	27
C. Operasionalisasi Variabel	28
1. Variabel Dependen	28
2. Variabel Independen	28
D. Analisis Data	31
1. Analisis Statistik Deskriptif	31
2. Regresi Data Panel	31
3. Analisis Regresi Berganda	32

E. Asumsi Analisis Data.....	34
1. Uji Normalitas.....	34
2. Uji Heteroskedastisitas.....	35
3. Uji Multikolinearitas	35
4. Uji Autokorelasi	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Subyek Penelitian	37
B. Deskripsi Obyek Penelitian	39
1. <i>Firm Value</i> (PBV).....	40
2. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	41
3. <i>Profitability</i> (ROA).....	42
4. <i>Size</i>	43
5. <i>Leverage</i> (DER)	44
C. Hasil Uji Asumsi Analisis Data	45
1. Uji Normalitas.....	45
2. Uji Heteroskedastisitas.....	47
3. Uji Multikolinearitas	48
4. Uji Autokorelasi	49
D. Analisis Data.....	50
1. Uji Chow	50
2. Uji Hausman.....	51
3. Uji Lagrange Multiplier (LM).....	52
4. Regresi Data Panel	53
5. Persamaan Regresi Berganda.....	54
E. Pembahasan	57
1. Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap <i>Firm Value</i>	57
2. Pengaruh <i>Return On Asset</i> (ROA) terhadap <i>Firm Value</i>	59
3. Pengaruh <i>Size</i> terhadap <i>Firm Value</i>	60

4. Pengaruh <i>Debt to Equity Ratio (DER)</i> terhadap <i>Firm Value</i>	62
BAB V PENUTUP	64
A. Kesimpulan	64
B. Keterbatasan dan Saran.....	65
1. Keterbatasan.....	65
2. Saran.....	66
DAFTAR BACAAN	67
DAFTAR LAMPIRAN	71
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	83
<i>TURNITIN ORIGINALITY REPORT</i>	84
SURAT PERNYATAAN	85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 4.1 Hasil Pemilihan Sampel.....	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif	40
Tabel 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	48
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	49
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Chow	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Hausman.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Lagrange Multiplier (LM).....	53
Tabel 4.9 Regresi Data Panel (<i>REM</i>).....	54
Tabel 4.10 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis Awal	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran Penelitian.....	25
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas Sebelum Outlier.....	46
Gambar 4.2. Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier	47

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Perhitungan Hasil Pemilihan Sampel.....	71
Lampiran 2. Subyek Penelitian.....	72
Lampiran 3. Rincian Data Variabel Dependen dan Independen.....	73
Lampiran 4. Hasil <i>Output Eviews 12</i>	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang memiliki sumber daya alam berlimpah dan menjadi sasaran utama para pebisnis baik dari dalam negeri maupun luar negeri untuk membuka usahanya. Kondisi ini menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan baik dalam sektor energi, infrastruktur, finansial, *consumer non-cyclicals*, teknologi, dan lain-lain. Persaingan yang terjadi mendorong setiap perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya agar dinilai lebih baik di mata publik. Perusahaan dengan nilai yang baik adalah perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang bagus dan tingkat pengembalian yang tinggi.

Perusahaan pada umumnya memiliki dua jenis tujuan, yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek biasanya berfokus pada pencapaian keuntungan dalam periode waktu yang relatif singkat, seperti meningkatkan pendapatan atau mengoptimalkan arus kas dalam satu tahun atau kurang. Tujuan ini penting untuk memastikan keberlanjutan operasional sehari-hari perusahaan, sehingga perusahaan dapat menjaga stabilitas keuangan dan mendukung aktivitas bisnis yang konsisten. Dengan mencapai tujuan jangka pendek ini, perusahaan membangun fondasi yang kuat untuk mencapai target jangka panjang yaitu meningkatkan nilai perusahaan atau *firm value*. Peningkatan nilai perusahaan merupakan tujuan akhir yang diinginkan karena menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memberikan nilai kepada para pemegang saham, menarik minat calon investor, serta memperkuat posisi perusahaan di dalam pasar. *Firm value* yang tinggi juga mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, efisiensi operasional, serta kemampuan perusahaan untuk terus tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Tujuan jangka panjang ini akan mengukuhkan

perusahaan sebagai entitas yang stabil, kompetitif, dan berdaya saing tinggi, sehingga mampu memberikan keuntungan berkelanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

Perusahaan dengan *firm value* yang tinggi akan menarik minat investor untuk berinvestasi. *Firm value*, sebagai suatu konsep ekonomi yang mencerminkan nilai dari suatu bisnis (Jihadi *et al.*, 2021), memiliki arti yang berbeda tergantung pada perspektif pihak yang menganalisisnya. Bagi seorang manajer, *firm value* merupakan ukuran keberhasilan dalam mengelola suatu perusahaan dengan cara meningkatkan nilai dan kinerjanya, sehingga jika labanya konsisten maka investor pasti akan tertarik (Winata & Surjadi, 2024). *Firm value* yang tinggi juga membantu manajer dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap kinerja perusahaan. Kepercayaan ini dapat mendorong kenaikan harga saham di pasar, yang secara tidak langsung meningkatkan kemampuan perusahaan untuk menggalang modal. Bagi seorang investor, *firm value* merupakan suatu konsep yang penting karena merupakan suatu indikator tentang bagaimana pasar mempersepsikan perusahaan tersebut (Hirdinis, 2019). Perusahaan dengan *firm value* yang tinggi cenderung memiliki profitabilitas yang stabil dan mampu memberikan keuntungan dalam bentuk dividen bagi para investornya. Investor tidak dapat sembarangan menanamkan modal dan berharap akan menerima keuntungan, mereka perlu melakukan analisis mendalam terhadap *firm value* untuk mengambil keputusan investasi yang terbaik. Analisis ini membantu investor memahami kinerja perusahaan, potensi pertumbuhan di masa depan, serta risiko yang mungkin dihadapi. Dengan demikian, pemahaman yang baik tentang *firm value* menjadi kunci bagi investor untuk mengoptimalkan hasil investasi mereka.

Pada dasarnya, *firm value* merupakan total jumlah yang harus dibayarkan oleh pihak yang berminat untuk membeli atau mengambil alih suatu perusahaan, yang mencakup penilaian menyeluruh terhadap seluruh aset, kewajiban, dan potensi

keuntungan yang dapat dihasilkan oleh perusahaan tersebut. *Firm value* tidak hanya mencerminkan nilai finansial yang tertera dalam laporan keuangan, tetapi juga memperhitungkan faktor-faktor eksternal seperti kondisi pasar, reputasi perusahaan, serta prospek pertumbuhan di masa depan. Dalam konteks akuisisi, *firm value* menjadi dasar bagi investor dan perusahaan lain untuk mengevaluasi keputusan investasi, menentukan strategi pengembangan, dan memahami risiko serta peluang yang terkait dengan pengambilalihan tersebut. Oleh karena itu, penilaian *firm value* yang akurat dan komprehensif menjadi sangat penting dalam dunia bisnis untuk memastikan keputusan yang tepat dan berorientasi pada hasil yang menguntungkan.

Faktor yang mempengaruhi *firm value* sangat beragam, seperti *profitability*, *price earning ratio*, *leverage*, *size*, *dividend policy*, *liquidity*, *corporate social responsibility disclosure*, *corporate governance*, *growth*, *institutional ownership*, dan lain-lain. Penelitian ini akan berfokus kepada 4 jenis variabel yaitu *corporate social responsibility disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage*.

Corporate Social Responsibility (CSR), atau sering disebut sebagai tanggung jawab sosial perusahaan, merupakan komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik bisnis yang baik dan memberikan kontribusi dengan memanfaatkan sebagian dari sumber dayanya (Kotler & Nancy, 2005 dalam Purbawangsa, Solimun, Fernandes & Sri, 2020). Pada era modern ini, kelestarian alam menjadi bagian integral dari kelangsungan hidup manusia, setiap individu dan badan diharapkan turut serta dalam upaya menjaga lingkungan sekitar. Pengungkapan CSR dapat meningkatkan transparansi perusahaan dan memberikan informasi yang lebih banyak kepada para pemangku kepentingan, terutama kepada para investor untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan investasi. Semakin diminatnya saham suatu perusahaan, maka nilai dari saham itu sendiri akan naik. Banyak perusahaan yang sedang mengembangkan *corporate social responsibility* (CSR) dan kerap dianggap

sebagai etika bisnis dan investasi perusahaan, bukan lagi dikatakan sebagai *cost* (Holyfil & Ekadjaja, 2021).

Profitability adalah rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba atau ukuran efektivitas pengelolaan manajemen (Sunny & Surjadi, 2021). Terdapat berbagai metode yang dapat digunakan untuk menilai *profitability* suatu perusahaan, misalnya *profit margin*, *asset turnover*, *return on asset*, *return on equity*, *return on shareholders' equity*, *earnings per share*, *price earning ratio*, dan *payout ratio*, yang memberikan informasi lebih mendalam terkait kinerja perusahaan. *Profitability* yang tinggi merupakan indikator positif bagi perusahaan, yang tidak hanya mencerminkan kinerja operasional yang baik, tetapi juga memberikan sinyal positif kepada pasar dan para investor. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang konsisten, yang pada akhirnya akan meningkatkan tingkat kepercayaan para investor terhadap perusahaan. Meningkatnya permintaan saham perusahaan cenderung meningkatkan *firm value* dari suatu perusahaan.

Size menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total penjualan bersih atau total aktiva (Jeong & Nariman, 2023). Perusahaan yang besar cenderung lebih dikenal oleh masyarakat dan memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil. *Size* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan yang besar cenderung diminati oleh para investor yang disebabkan oleh stabilitas perusahaan dan ekspektasi laba yang tinggi. Minat para investor akan meningkatkan harga pasar dari saham perusahaan tersebut dan secara tidak langsung meningkatkan nilai dari perusahaan tersebut juga. Selain itu, perusahaan besar memiliki sumber dana atau aset yang lebih besar untuk membiayai investasinya, sehingga mereka dapat menghasilkan keuntungan yang lebih besar (Meidawati & Puspita, 2023).

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang (Kasmir, 2016 dalam Jihadi *et al.*, 2021). Rasio

ini memberikan gambaran tentang seberapa besar ketergantungan perusahaan terhadap sumber pendanaan eksternal, khususnya utang, dalam menjalankan operasionalnya. Perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi cenderung memiliki risiko solvabilitas yang lebih besar, karena peningkatan utang meningkatkan kewajiban keuangan perusahaan untuk membayar bunga dan pokok pinjaman. Kondisi ini tidak hanya menambah beban keuangan perusahaan, tetapi juga meningkatkan kemungkinan gagal bayar jika terjadi penurunan pendapatan atau laba. Oleh karena itu, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi seringkali dianggap lebih berisiko oleh para investor, yang pada gilirannya akan mendorong mereka untuk mempertimbangkan dengan sangat hati-hati keputusan investasi yang akan diambil, mengingat potensi kerugian yang mungkin terjadi jika perusahaan tidak mampu memenuhi kewajiban finansialnya.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat bahwa *firm value* dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini dilakukan dengan menguji kembali pengaruh *CSR disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage* terhadap *firm value*. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul **“PENGARUH *CSR DISCLOSURE*, *PROFITABILITY*, *SIZE*, DAN *LEVERAGE* TERHADAP *FIRM VALUE* PERUSAHAAN SEKTOR ENERGI DAN *CONSUMER NON-CYCLICAL* PADA TAHUN 2021-2023”**.

2. Identifikasi Masalah

Hasil kajian penelitian terhadap *firm value* menggunakan variabel *CSR disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage* masih memiliki hasil yang bervariasi. Hasil penelitian menurut Handayati, Sumarsono, dan Narmaditya (2022) serta Purbawangsa *et al.* (2020) menyatakan bahwa *CSR disclosure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Munzir, Andrian, dan Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa *CSR disclosure* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Selain itu, terdapat hasil penelitian menurut Holyfil dan Ekadjaja (2021);

Khasanah dan Sucipto, (2020); serta Amin, Bakri, dan Jurana (2023) yang menyatakan bahwa *CSR disclosure* tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Penelitian yang dilaksanakan oleh Purbawangsa *et al.*, (2020); Khasanah dan Sucipto (2020); Fadhillah, Kurniati, dan Suherman (2022); Amin dkk. (2023); serta Munzir dkk. (2023) menyatakan bahwa *profitability* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. Penelitian menurut Holyfil dan Ekadjaja (2021) menyatakan sebaliknya, di mana *profitability* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Namun, terdapat penelitian Meidawati dan Puspita (2023); Purbawangsa *et al.* (2020); serta Grace dan Vidyarto (2022) yang menyatakan bahwa *profitability* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *firm value*.

Penelitian terkait *size* yang dikaji oleh Handayati *et al.* (2022) serta Santoso dan Dermawan (2021) menemukan hasil berupa *size* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Grace dan Vidyarto (2022) menemukan bahwa *size* memiliki pengaruh yang negatif dan tidak signifikan terhadap *firm value*. Penelitian Meidawati dan Puspita (2023); Pustika, Hariyanto, dan Safitri (2022); Fadhillah dkk. (2022); serta Holyfil & Ekadjaja, (2021) menyatakan bahwa *size* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *firm value*.

Penelitian Grace dan Vidyarto (2022) menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *firm value*. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Fau dan Gohae (2022) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap *firm value*. Kedua hasil ini berbeda dengan penelitian Pustika dkk. (2022); Munzir dkk. (2023); Fadhillah dkk. (2022); serta Syaifulhaq, Herwany, dan Layyinaturrobanayah (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *firm value*.

Penelitian ini mereplikasi penelitian dari Handayati *et al.* (2022). Akan tetapi, yang membedakan penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah periode penelitian yang lebih *up to date* dan relevan, yaitu tahun 2021-2023, dimana penelitian yang direplikasi mengambil periode tahun 2019-2020. Sektor perusahaan yang diteliti dalam penelitian ini berupa perusahaan sektor energi dan *consumer non-cyclical*, sedangkan pada penelitian yang direplikasi hanya menggunakan perusahaan subsektor pertambangan saja. Alat statistik yang digunakan dalam penelitian ini berupa *software EViews 12*, sedangkan penelitian dari Handayati *et al.* (2022) menggunakan *software SPSS*. Dalam penelitian ini juga terdapat tambahan satu variabel independen, yaitu *leverage*, dengan mengambil jurnal pendukung dari penelitian Jihadi *et al.* (2021). Perbedaan hasil penelitian seperti yang diungkapkan di atas, mendorong dilakukannya pengujian ulang variabel *CSR disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage* terhadap *firm value*.

3. Batasan Masalah

Guna mencapai tujuan penelitian yang lebih terarah, maka ruang lingkup penelitian ini akan dibatasi hanya pada pengaruh *CSR disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage* terhadap *firm value* perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan yang diteliti terbatas pada perusahaan sektor *energy* dan *consumer non-cyclical* tahun 2021-2023.

4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diungkapkan dan latar belakang, serta batasannya, terdapat beberapa rumusan masalah yaitu:

- a. Apakah terdapat pengaruh *CSR disclosure* terhadap *firm value* perusahaan?
- b. Apakah terdapat pengaruh *profitability* terhadap *firm value* perusahaan?

- c. Apakah terdapat pengaruh *size* terhadap *firm value* perusahaan?
- d. Apakah terdapat pengaruh *leverage* terhadap *firm value* perusahaan?

B. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh *CSR disclosure* terhadap *firm value* perusahaan.
- b. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh *profitability* terhadap *firm value* perusahaan.
- c. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh *size* terhadap *firm value* perusahaan.
- d. Untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh *leverage* terhadap *firm value* perusahaan.

2. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan menggali informasi mengenai pengaruh *CSR disclosure*, *profitability*, *size*, dan *leverage* terhadap *firm value*. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu para manajer perusahaan dalam mengambil keputusan terkait keputusan ekonomi yang harus diambil untuk meningkatkan *firm value*. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu para investor dalam menganalisis faktor-faktor yang diteliti supaya membantu investor dalam pengambilan keputusan investasi.

DAFTAR BACAAN

- Alghifari, E. S., Solikin, I., Nugraha, N., Waspada, I., Sari, M., & Puspitawati, L. (2022). Capital Structure, Profitability, Hedging Policy, Firm Size, and Firm Value: Mediation and Moderation Analysis. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(5), 789–801. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i5.1063>
- Amin, D. S., Bakri, M. I., & Jurana. (2023). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 1(3), 198–211. <https://journal.tangrasula.com/index.php/jeki>
- Asari, A., Sulkarnaini, Hartatik, Anam, A. C., Suparto, Litamahuputty, J. V., Dewadi, F. M., Prihastuty, D. R., Maswar, Syukrilla, W. A., Murni, N. S., & Sukwika, T. (2023). *Pengantar Statistika*. Solok: PT Mafy Media Literasi Indonesia
- Dewi, R., & Soedaryono, B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1831–1840. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16209>
- Djaja, I. (2018). *All About Corporate Valuation: Memetakan, Menciptakan, Mengukur, dan Merealisasikan Nilai Perusahaan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18(1), 122–136. <https://doi.org/10.2307/1388226>
- Fadhilah, N. N., Kurniati, D., & Suherman. (2022). Firm Value Determinants: Empirical Evidence from Manufacturing Firms Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Interdisciplinary Social Studies*, 1(6), 742–756. <https://doi.org/10.55324/iss.v1i6.136>
- Fau, S. H., & Gohae, A. S. (2022). The Effect of Profitability and Liquidity on Value Companies with Capital Structure as Intervening Variables. *Jurnal Ekonomi*, 11(03), 1679–1687. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Ghozali, I. (2020). *25 Grand Theory: 25 Teori Besar Ilmu Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*. Semarang: Yoga Pratama

- Glinskiy, V., Ismayilova, Y., Khrushchev, S., Logachov, A., Logachova, O., Serga, L., Yambartsev, A., & Zaykov, K. (2024). Modifications to the Jarque – Bera Test. *Mathematics*, 12, 1–16. <https://doi.org/10.3390/math12162523>
- Grace, A., & Vidyarto, N. (2022). Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage, dan Firm Size terhadap Firm Value. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, IV(1), 100–109. <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i1.17020>
- Handayati, P., Sumarsono, H., & Narmaditya, B. S. (2022). Corporate Social Responsibility Disclosure and Indonesian Firm Value: the Moderating Effect of Profitability and Firm's Size. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(4), 703–714. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i4.940>
- Hariyani, D. S., Wahyuandari, W., & Salatnaya, L. H. A. (2022). Sustainability Reporting and Company's Value. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 8(1), 60–74. <https://doi.org/10.32602/jafas.2022.003>
- Hirdinis, M. (2019). Capital Structure and Firm Size on Firm Value Moderated by Profitability. *International Journal of Economics and Business Administration*, 7(1), 174–191. <https://doi.org/10.35808/ijeba/204>
- Holyfil, D., & Ekadjaja, A. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, III(2), 497–505. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i2.11689>
- Jensen, M., & Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511817410.023>
- Jeong, K. J. Y., & Nariman, A. (2023). Pengaruh Tanggung Jawab Sosial, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, V(1), 239–249. <https://doi.org/10.24912/jpa.v5i1.22373>
- Jihadi, M., Vilantika, E., Hashemi, S. M., Arifin, Z., Bachtiar, Y., & Sholichah, F. (2021). The Effect of Liquidity, Leverage, and Profitability on Firm Value: Empirical Evidence from Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 423–431. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.0423>
- Khasanah, I. D., & Sucipto, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 17(1), 14–28. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Markonah, M., Salim, A., & Franciska, J. (2020). Effect of Profitability, Leverage,

- and Liquidity to the Firm Value. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(1), 83–94. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v1i1.225>
- Meidawati, N., & Puspita, O. D. (2023). Determinants of Firm Value with CSR as Moderating Variables. *International Journal of Business Ecosystem & Strategy*, 5(2), 67–81. <https://doi.org/10.36096/ijbes.v5i2.408>
- Munzir, Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153–165. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>
- Nani. (2022). *Step by Step Analisis Regresi Data Panel Menggunakan Eviews*. Serang: Visi Intelegensia
- Nurdin, I., & Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Purba, J. T., & Africa, L. A. (2019). The Effect of Capital Structure, Institutional Ownership, Managerial Ownership, and Profitability on Company Value in Manufacturing Companies. *The Indonesian Accounting Review*, 9(1), 27–38. <https://doi.org/10.14414/tiar.v9i1.1619>
- Purbawangsa, I. B. A., Solimun, S., Fernandes, A. A. R., & Mangesti Rahayu, S. (2020). Corporate Governance, Corporate Profitability toward Corporate Social Responsibility Disclosure and Corporate Value (Comparative Study in Indonesia, China and India Stock Exchange in 2013-2016). *Social Responsibility Journal*, 16(7), 983–999. <https://doi.org/10.1108/SRJ-08-2017-0160>
- Pustika, T. H., Hariyanto, D., & Safitri, H. (2022). The Effect of DER, Firm Size, and CR on PBV with ROE as an Intervening Variable. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(2), 289–305. <https://doi.org/10.18196/mb.v13i2.13922>
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Teori, Metode, dan Praktek*. Kediri: IAIN Kediri Press
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia
- Santoso, S., & Dermawan, E. S. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2016 – 2018. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, III(2), 853–861. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i3.14899>
- Spence, M. (1973). Job Market Signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Sunny, G. E., & Surjadi, L. (2021). Faktor yang Memengaruhi Nilai Perusahaan

dengan Struktur Modal sebagai Variable Moderasi. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, III(4), 1670–1680. <https://doi.org/10.24912/jpa.v3i4.15277>

Syaifulhaq, M. D. H., Herwany, A., & Layyinaturrobaniyah. (2020). Capital Structure and Firm's Growth in Relations to Firm Value at Oil and Gas Companies Listed in Indonesia Stock Exchange. *Journal of Accounting Auditing and Business*, 3(1), 14–28. <https://doi.org/10.24198/jaab.v3i1.24760>

Uzliawati, L., Yuliana, A., Januarsi, Y., & Santoso, M. I. (2018). Optimisation of Capital Structure and Firm Value. *European Research Studies Journal*, 21(2), 705–713. <https://doi.org/10.35808/ersj/1034>

Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.

Winata, J., & Surjadi, L. (2024). Pengaruh Leverage, Kebijakan Dividen, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, VI(3), 1238–1247. <https://doi.org/10.24912/jpa.v6i3.31244>

www.idx.co.id