
PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), PROFITABILITAS, DAN KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN RITEL YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2023

Oleh

Arvina karisma cahya^{1*}, Krisnawuri handayani²

^{1,2}Universitas Merdeka Malang

Email: ^{1*}arvinakarisma@gmail.com

Article History:

Received: 07-06-2025

Revised: 29-06-2025

Accepted: 10-07-2025

Keywords:

CSR, Profitability, and Institutional Ownership.

Abstract: *This research aims to examine and analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability and Institutional Ownership on Company Value in retail companies listed on the BEI in 2019- 2023. The data collection technique uses the purposeful sampling method, which means that of the 31 retail company population, there are only 8 companies that meet the sample criteria. The statistical analysis used is descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear regression analysis. The results of this research are that partially CSR, Profitability and Institutional Ownership have a significant effect on company value. Simultaneously, CSR does not have a significant influence on company value in retail companies for the 2019-2023 period. Profitability has a significant influence on company value in retail companies for the 2019- 2023 period. Institutional ownership does not have a significant influence on firm value in retail companies for the 2019-2023 period*

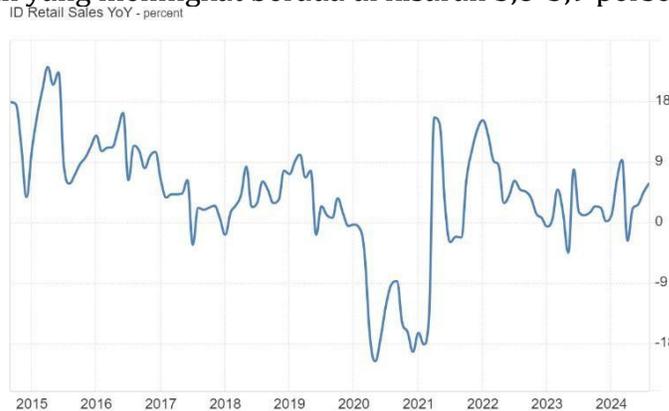
PENDAHULUAN

Bisnis ritel adalah kegiatan usaha yang menjual barang atau jasa secara langsung kepada konsumen dalam jumlah satuan atau eceran. Bisnis ritel merupakan salah satu sektor yang paling dinamis dan terus bertransformasi. Bisnis ritel pertama di Indonesia didirikan pada 23 April 1963 di gedung Sarinah, Jalan M.H. Thamrin, Jakarta. Gagasan pembangunan toko ritel pertama ini diinisiasi oleh Presiden Soekarno dengan mengadopsi konsep penjualan di negara-negara Barat dan Jepang.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, model bisnis ritel pun semakin beragam. Persaingan di sektor ritel semakin ketat. Selain itu, bisnis ritel juga berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Perkembangan sektor ritel di Indonesia menunjukkan tren positif yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Penjualan Ritel di Indonesia meningkat 5,80 persen pada bulan Agustus 2024 dibandingkan bulan yang sama tahun sebelumnya. Penjualan Ritel *year over year* di Indonesia rata-rata 6,92 persen dari tahun 2006 hingga 2024, meskipun sempat

mengalami fluktuasi di tengah kondisi ekonomi global dan pandemi COVID-19, dimana pertumbuhan ritel di Indonesia pada tahun 2020 turun sebesar 8,7% dibandingkan tahun sebelumnya. Perusahaan ritel berhasil bangkit dari pandemi COVID-19 pada tahun 2022 dengan pertumbuhan yang meningkat berada di kisaran 3,8-3,9 persen.

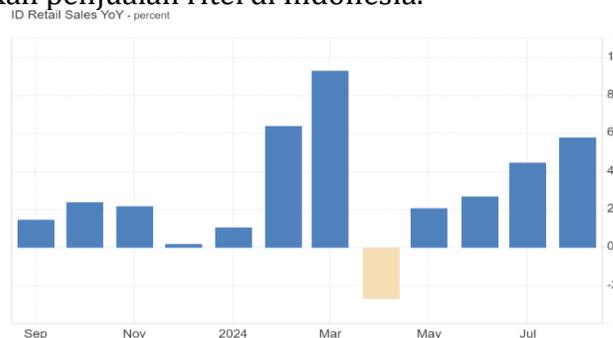


Source: tradingeconomics.com | Bank Indonesia

Gambar 1 Penjualan Sektor Ritel Periode 2015-2024

Sumber: Bank Indonesia (Data diolah, 2024)

Penjualan eceran di Indonesia meningkat sebesar 5,8% secara tahunan pada bulan Agustus 2024, meningkat dari kenaikan sebesar 4,5% pada bulan sebelumnya. Hal ini menandai peningkatan penjualan eceran selama empat bulan berturut-turut dan laju tercepat sejak Maret, dengan penjualan terutama tumbuh untuk makanan (8,0% vs. 6,5% pada bulan Juli), bahan bakar (4,3% vs. 1,7%), pakaian (2,7% vs. 3,4%), dan suku cadang & aksesoris otomotif (1,4% vs. 6,3%). Selain itu, penjualan menurun pada laju yang lebih lambat untuk barang budaya & rekreasi (-0,2% vs. -6,2%), informasi & komunikasi (-5,7% vs. -7,2%), dan peralatan rumah tangga (-9,8% vs. -12,8%). Untuk bulan September, penjualan eceran diperkirakan tumbuh sebesar 4,7%. Secara bulanan, penjualan eceran naik 1,7% pada bulan Agustus, bangkit kembali dari penurunan 7,2% pada bulan Juli. Berikut adalah lampiran grafik kenaikan penjualan ritel di Indonesia.



Source: tradingeconomics.com | Bank Indonesia

Gambar 2 Kenaikan Penjualan Ritel di Indonesia tahun 2024

Sumber: Bank Indonesia (Data diolah, 2024)

Berdasarkan data BAPPENAS tahun 2024, proyeksi peningkatan penjualan ritel itu terlihat dari indeks keyakinan konsumen pada Juli 2024 yang mencapai level 123,4. Angka itu sedikit lebih tinggi dibandingkan bulan sebelumnya, yang hanya berkisar di angka 123,3.

Berdasarkan hasil Survei Penjualan Eceran (SPE) yang dilakukan Bank Indonesia, kinerja penjualan eceran pada Juli 2024 diperkirakan meningkat. Hal ini tercermin dari Indeks Penjualan Riil (IPR) Juli 2024 yang diperkirakan mencapai 212 atau secara tahunan tumbuh 4,3%.

Peningkatan Indeks Keyakinan konsumen tersebut menunjukkan adanya kepercayaan konsumen yang lebih tinggi terhadap kondisi ekonomi, sehingga mampu mendorong peningkatan belanja di sektor ritel. Peningkatan daya beli masyarakat yang terjadi seiring dengan berkembangnya kelas menengah, serta perubahan perilaku konsumen yang semakin cerdas dalam memilih produk, juga menjadi faktor utama yang mendukung pertumbuhan penjualan ritel. Konsumen kini lebih mengutamakan kualitas, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial dalam memilih produk, yang mengharuskan perusahaan ritel untuk tidak hanya fokus pada aspek penjualan tetapi juga pada nilai-nilai yang diusung.

Oleh karena itu, perusahaan ritel harus mampu beradaptasi dengan dinamika pasar yang terus berubah, termasuk mengadopsi teknologi baru, memperbaiki pengalaman berbelanja, dan menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam menghadapi tantangan ini, perusahaan yang dapat berinovasi dan berorientasi pada pelanggan akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat tidak hanya untuk mempertahankan pangsa pasar, tetapi juga untuk meningkatkan nilai perusahaan mereka.

Bagi perusahaan ritel, nilai perusahaan merupakan cerminan dari seberapa menarik dan berharga suatu perusahaan di mata investor dan konsumen. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kepercayaan investor terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan di masa depan. Nilai perusahaan yang tinggi tidak hanya menarik minat investor untuk berinvestasi, tetapi juga dapat meningkatkan daya tawar perusahaan dalam bernegosiasi dengan pemasok, memperluas jaringan distribusi, dan memperkuat posisi kompetitif di pasar. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas, dan kepemilikan institusional merupakan berbagai elemen yang kemungkinan berdampak pada naik turunnya suatu nilai perusahaan. Nopriyanto (2024) menegaskan bahwa *corporate social responsibility* berkontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan, terutama dalam sektor ritel. Kegiatan CSR seperti menjaga lingkungan, mendukung komunitas, dan memproduksi produk yang berkelanjutan tidak hanya memperbaiki citra perusahaan di mata publik, tetapi juga mampu menarik minat konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan. Konsumen cenderung memilih produk dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial, sehingga meningkatkan penjualan dan pangsa pasar perusahaan. Selain itu, CSR juga dapat meningkatkan loyalitas karyawan dan menarik talenta-talenta terbaik, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada kinerja perusahaan dan nilai perusahaan di mata investor. Dengan demikian, CSR bukan hanya sekadar kewajiban, tetapi juga merupakan investasi jangka panjang yang menguntungkan bagi perusahaan ritel.

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan ialah profitabilitas. Profitabilitas perusahaan adalah indikator kunci yang berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, karena tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan efisiensi operasional dan potensi pertumbuhan yang lebih baik. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan ritel, semakin menarik perusahaan tersebut bagi investor. Profitabilitas yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan secara konsisten, yang

mengindikasikan adanya pengelolaan bisnis yang efektif dan potensi pertumbuhan yang baik di masa depan. Investor cenderung memberikan valuasi yang lebih tinggi pada perusahaan dengan profitabilitas yang konsisten dan berkelanjutan, karena mereka melihat adanya potensi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Selain itu, profitabilitas yang tinggi juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi bisnis, melakukan inovasi produk, dan meningkatkan dividen bagi pemegang saham, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Ali et al., 2021). Profitabilitas memiliki beberapa indikator pengukuran, pada penelitian ini digunakan indikator pengukuran *Return on Asset* (ROA). Profitabilitas dengan penilaian ROA dapat memberikan gambaran akan kemampuan perusahaan memperoleh profit dengan menggunakan total aktiva perusahaan sehingga pemegang saham mendapatkan informasi yang lebih efektif tentang perusahaan dalam mengelola perusahaannya. Semakin tinggi ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan asset-asetnya untuk mencapai keuntungan bersih. Kemudian kepemilikan institusional juga memainkan peran yang penting dalam menentukan nilai perusahaan. Wulandari et al (2024) mencatat bahwa kepemilikan institusional memiliki hubungan signifikan dengan nilai perusahaan, di mana kehadiran pemegang saham institusional yang dominan sering kali dikaitkan dengan pengawasan yang lebih efektif terhadap manajemen. Kepemilikan institusional, yang umumnya diwakili oleh lembaga-lembaga seperti dana pensiun, perusahaan asuransi, dan manajer investasi, memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya dalam sektor ritel. Lembaga-lembaga ini biasanya memiliki pandangan jangka panjang dan melakukan analisis yang mendalam sebelum memutuskan untuk berinvestasi. Kehadiran mereka sebagai pemegang saham mayoritas atau minoritas yang signifikan dapat meningkatkan tata kelola perusahaan, mendorong manajemen untuk mengambil keputusan yang lebih baik, dan meningkatkan transparansi. Selain itu, reputasi lembaga-lembaga institusional juga dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata investor lainnya, sehingga menarik lebih banyak modal dan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian, kepemilikan institusional dapat menjadi katalisator bagi pertumbuhan dan peningkatan nilai perusahaan ritel. Kepemilikan institusional dihitung dengan membandingkan jumlah kepemilikan saham institusional dengan keseluruhan saham yang beredar. CSR, profitabilitas, dan kepemilikan institusional saling melengkapi dan membentuk lingkaran positif yang dapat meningkatkan nilai perusahaan ritel.

LANDASAN TEORI

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengertian *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) adalah komitmen dari bisnis/perusahaan yang berkesinambungan untuk bertindak sesuai norma dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, seiring dengan meningkatnya kesejahteraan pegawai dan keluarganya. Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya perusahaan adalah memiliki suatu tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan seperti terhadap masalah-masalah yang berdampak pada

lingkungan seperti polusi, limbah, keamanan produk dan tenaga kerja. CSR tidak hanya terbatas pada konsep pemberian bantuan dana kepada lingkungan sosial, namun juga bagaimana perusahaan memperlakukan karyawannya dengan tidak diskriminatif, menjaga hubungan baik dengan pemasok.

Menurut Hamim (2020), *Corporate Social Responsibility* adalah sebuah komitmen dari suatu bisnis atau perusahaan untuk dapat berperilaku secara etis dan dapat berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi yang berkesinambungan. Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR adalah konsep yang mengacu pada komitmen perusahaan untuk bertindak secara etis dan berkontribusi positif kepada masyarakat serta lingkungan di sekitarnya

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Di dalam perusahaan, inisiatif CSR memiliki peran strategis dalam manajemen risiko, khususnya dalam menghasilkan jaminan sosial yang signifikan. Dengan menerapkan CSR, dunia usaha harus dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan kualitas lingkungan dalam jangka panjang, dibandingkan hanya berfokus pada pendapatan jangka pendek. Menurut Syairozi (2019) manfaat CSR:

1. Membangun dan menjaga nama baik dan reputasi perusahaan.
2. Mengembangkan dan meningkatkan reputasi perusahaan.
3. Menurunkan kemungkinan barang yang tidak diinginkan oleh bisnis.
4. Menawarkan peluang perluasan usaha.
5. Mempertahankan pendirian perusahaan.
6. Menjaga sumber daya manusia (SDM) usaha.
7. Membantu dunia usaha mempunyai akses terhadap pembiayaan.
8. Memfasilitasi pengambilan keputusan.
9. Menyederhanakan manajemen risiko. CSR mempunyai manfaat tidak hanya bagi dunia usaha namun juga bagi pemerintah dan masyarakat.

Profitabilitas

Pengertian Profitabilitas

Menurut Kasmir (2019) rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan suatu perusahaan untuk menilai kemampuan dalam mencari keuntungan atau laba. Rasio profitabilitas juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen perusahaan, hal tersebut ditunjukkan dari laba yang diperoleh penjualan dan pendapatan investasi. Profitabilitas merupakan indikator kinerja perusahaan yang menggunakan pendekatan kinerja keuangan, yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan.

Rasio profitabilitas mengukur efektivitas suatu manajemen secara keseluruhan dan ditentukan oleh jumlah keuntungan relatif yang dihasilkan oleh penjualan dan investasi. Semakin tinggi rasio profitabilitas maka akan semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi (Fahmi, 2020).

Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Tujuan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2019), ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur serta mengitung keuntungan yang sudah diperoleh

perusahaan dalam kurun waktu tertentu.

2. Untuk menilai posisi laba atau keuntungan perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun saat ini (sekarang).
3. Untuk menilai perkembangan keuntungan atau laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengetahui atau menilai besaran dari laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas semua dana dari perusahaan yang digunakan baik dari pinjaman maupun modal pribadi.

Menurut Kasmir (2019) manfaat dari rasio profitabilitas, yaitu:

1. Dapat mengetahui besarnya tingkat keuntungan yang diperoleh atau dihasilkan oleh perusahaan di dalam satu periode.
2. Dapat mengetahui posisi dari laba tahun sebelumnya dan tahun sekarang.
3. Dapat mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Dapat mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Dapat mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik modal dari pinjaman maupun dari modal sendiri.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Profitabilitas

Menurut Hery (2023) faktor-faktor yang mempengaruhi profitabilitas, yaitu:

1. Aspek Permodalan, pada aspek ini modal yang ada dievaluasi berdasarkan kewajiban cadangan modal perusahaan.
2. Aspek Kualitas, penempatan dana perusahaan pada aset yang menghasilkan peredaran modal kerja. Perputaran piutang dan persediaan yang cepat menghasilkan pendapatan yang digunakan perusahaan untuk menutupi biaya yang dikeluarkan.
3. Aspek Penjualan, dimensi ini mengukur kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba, atau derajat efisiensi yang diukur dengan peningkatan profitabilitas secara terus menerus.
4. Aspek Likuiditas, Suatu perusahaan dikatakan likuid apabila mampu melunasi seluruh utangnya tepat waktu, terutama utang jangka pendek dan jangka panjang. Secara umum, rasio ini merupakan perbandingan total aktiva lancar terhadap total kewajiban lancar

Indikator Pengukuran Profitabilitas

Standar pengukuran di dalam rasio profitabilitas antara lain:

1. Return on Assets (ROA)

ROA ialah rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset di dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah atau dana yang tertanam dalam total aset. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ROA:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

2. Return on Equity (ROE)

ROE ialah rasio yang digunakan untuk menunjukkan seberapa besar kontribusi ekuitas dalam menciptakan laba bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap ekuitas. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung ROE:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

3. Gross Profit Margin (GPM)

Gross profit margin atau marjin laba kotor merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur presentase dari laba kotor atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba kotor terhadap penjualan bersih. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung GPM:

$$GPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Kotor}} \times 100\%$$

4. Operating Profit Margin (OPM)

Operating Profit Margin atau Marjin laba operasional adalah rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba operasional terhadap penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba operasional terhadap penjualan bersih. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung OPM:

$$OPM = \frac{\text{Laba Oprasional}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100\%$$

5. Net Profit Margin (NPM)

Net Profit Margin atau Marjin laba bersih merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya presentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih. Berikut rumus yang digunakan untuk menghitung NPM:

$$NPM = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Laba Bersih}} \times 100\%$$

Kepemilikan Institusional

1. Pengertian Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi yang mampu berperan penting dalam mengawasi, mendisiplinkan dan mempengaruhi manajer sehingga dapat memaksa manajemen untuk menghindari perilaku yang egois (Darsani, 2021).

Kepemilikan institusional merujuk pada kepemilikan saham sebuah perusahaan yang berasal dari institusi ataupun lembaga semacam perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, serta institusi yang lain. Kepentingan utama dari kepemilikan institusional ialah untuk melakukan pengawasan terhadap aktivitas manajemen perusahaan. Secara keseluruhan, kepemilikan institusional bertujuan untuk meningkatkan tingkat pengawasan. Perusahaan mengantisipasi penggunaan asetnya dengan lebih baik seiring dengan meningkatnya kepemilikan institusional. bisa pula berfungsi sebagai mekanisme pencegahan pemborosan.

Tamrin et al., (2019: 72) menyatakan bahwa kepemilikan institusional sebagai persentase saham yang dimiliki oleh institusi seperti perusahaan investasi, bank, perusahaan asuransi, maupun perusahaan lain. Bentuk distribusi saham di antara pemegang

saham dari luar salah satunya adalah kepemilikan institusional. Kepemilikan institusional ialah ukuran kepemilikan saham yang dikendalikan para institusional dan dapat digunakan demi memonitor kompetensi dan keterampilan manajemen dalam mengelola perusahaan.

2. Indikator Pengukuran Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional diukur dengan menggunakan indikator jumlah persentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak institusi dari seluruh jumlah modal saham yang beredar.

Pengukuran kepemilikan institusional dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$KEI = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

b. Nilai Perusahaan

Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga pasar yang akan bersedia dikeluarkan untuk calon pemegang saham untuk pertanggung jawaban dan perlindungan nilai dengan mengevaluasi kelebihan administrasi yang menjalankan organisasi. Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai jumlah total nilai yang dimiliki oleh semua pemangku umum, nilai perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan pertumbuhan di masa depan (Indrarini, 2019).

Menurut Gunardi et al (2023), nilai perusahaan adalah sebuah kondisi di mana suatu perusahaan akan mendapat kepercayaan masyarakat dengan kegiatan operasional sejak perusahaan tersebut berdiri. Nilai perusahaan dapat dikatakan sebuah harga yang dijual berdasarkan kesepakatan yang dapat dibayarkan pembeli masa yang akan datang. Nilai perusahaan adalah proses yang telah dilalui oleh suatu perusahaan untuk pandangan dari kepercayaan masyarakat terhadap suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menandakan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik dan prospek masa depannya dapat dipercaya oleh investor.

Menurut Harmono (2022), nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang tercermin dari harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran di pasar modal. Ini mencerminkan penilaian masyarakat terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan mencapai tujuan bisnisnya. Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut dipandang baik oleh investor, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Harmono juga menekankan bahwa nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja keuangan, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti kondisi pasar dan persepsi publik terhadap perusahaan. Dengan demikian, nilai perusahaan berfungsi sebagai indikator penting bagi investor untuk menilai potensi dan stabilitas suatu perusahaan di pasar.

Sedangkan menurut Hery (2023), nilai perusahaan merupakan hubungan pada titik waktu tertentu mengenai keadaan yang telah dicapai perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, di mana proses kegiatan perusahaan berupa dari didirikannya hingga sampai saat ini.

Indikator Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur melalui beberapa rasio antara lain:

1. Price Earning Ratio (PER)

Rasio yang digunakan untuk menilai valuasi saham perusahaan dengan membandingkan harga saham saat ini dengan laba per saham. Semakin besar rasio PER maka semakin baik pula kinerja perusahaan dalam mengelola investasi dan mengembalikannya kepada investor. Rumus *price earning ratio* sebagai berikut:

$$PER = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Earning per Share (EPS)}}$$

2. Earning Per Share (EPS)

Rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak laba bersih suatu perusahaan yang tersedia untuk setiap lembar saham yang beredar. *Earning per share* merupakan laba yang diberikan perusahaan kepada pemegang saham untuk setiap sahamnya. Rumus *earning per share* sebagai berikut:

$$EPS = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Jumlah lembar saham yang beredar}} \times 100\%$$

3. Price to Book Value (PBV)

Price to book value adalah rasio yang dapat digunakan untuk menentukan harga saham yang tepat dengan menggabungkan harga saham akhir dengan nilai buku perusahaan. Nilai PBV yang relative tinggi daripada nilai buku perusahaan dapat diartikan sebagai keberhasilan perusahaan memberikan nilai yang sesuai bagi pemegang saham. Rumus *price to book value* adalah sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Book Value}} \times 100\%$$

4. Tobin's Q

Tobin's Q merupakan rasio yang menunjukkan estimasi pasar sehingga memberikan informasi yang rasional mengenai nilai perusahaan, karena memasukkan seluruh asset perusahaan. Jika nilai yang didapat dari hasil perhitungan lebih dari 1, artinya aktiva menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pengeluaran investasi, sehingga akan merangsang investasi baru. Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikut:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}} \times 100\%$$

MVE : Jumlah saham beredar x harga saham akhir tahun
 DEBT : Total hutang
 TA : Total asset

Pembagian Nilai Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2019), nilai perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam 2 bagian yaitu:

- 1) Nilai buku (*book value*)

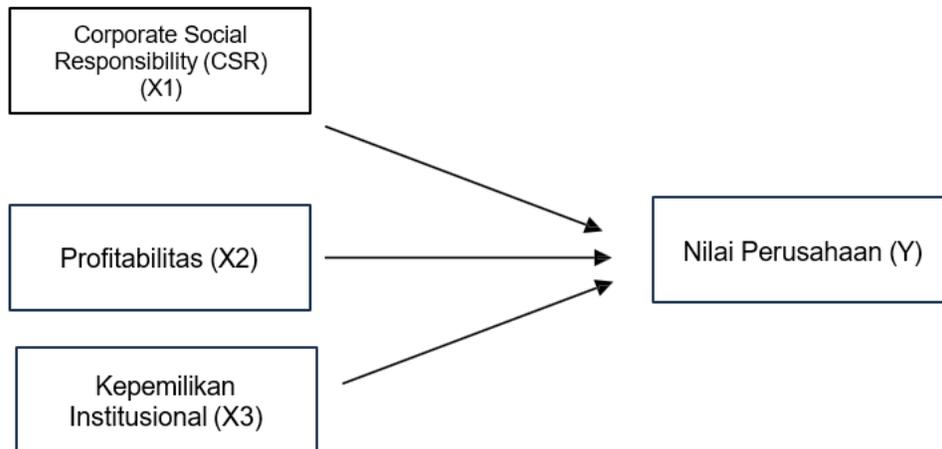
Nilai buku mengacu pada nilai suatu aset atau bisnis dan dihitung berdasarkan nilai aset pada laporan keuangan. Nilai buku sering kali mencerminkan nilai suatu aset pada biaya perolehannya dikurangi penyusutan. Dalam konteks nilai perusahaan, nilai buku mewakili nilai aset bersih suatu perusahaan setelah dikurangi kewajiban dan kewajiban dari total asetnya. Ini merupakan indikator penting untuk mengevaluasi kesehatan

keuangan suatu perusahaan.

2). Nilai pasar (*market value*)

Nilai pasar adalah harga sebenarnya yang diperoleh atau dibayar suatu aset atau perusahaan di pasar pada suatu waktu tertentu, dibandingkan dengan nilai aset atau perusahaan tersebut. Ini mungkin berbeda dari nilai buku karena berfluktuasi tergantung pada kinerja bisnis, perkiraan masa depan, psikologi pasar, dll

Kerangka Konseptual



Sumber : Data Diolah (2024)

Keterangan :

—————> : Parsial

Hipotesis

H1 : Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H2 : Profitabilitas memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

H3 : Kepemilikan Institusional memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

A. Definisi operasional variabel

Variabel Independen (X)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional.

a) *Corporate Social Responsibility (CSR) (X1)*

CSR merupakan komitmen perusahaan dalam mengembalikan manfaat yang didapatkan kepada lingkungan dan masyarakat serta bentuk kontribusi perusahaan terhadap konsep pembangunan keberlanjutan. Pada penelitian ini digunakan standar GRI (*Global Reporting Initiatives*) G4.0 dengan 91 indeks pengungkapan CSR, informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Rumus yang digunakan untuk menghitung CSR sebagai berikut:

$$CSRIj = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}} \times 100\%$$

CSRIj = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan
 $\sum X_{ij}$ = Jumlah pengungkapan CSR perusahaan

Nij = Jumlah item untuk perusahaan sebesar 91 indikator

b). Profitabilitas (ROA) (X2)

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan yang didapatkan dari efektivitas kinerja perusahaan secara menyeluruh. Semakin baik profitabilitasnya, perusahaan akan semakin diuntungkan. Pada Penelitian ini, peneliti menilai profitabilitas melalui Return on Asset (ROA). Penggunaan ROA menggambarkan kinerja manajemen melalui laba yang dihasilkan dari pengeloan jumlah asset tertentu. Dalam industri ritel, aset merupakan komponen penting dalam menghasilkan pendapatan.

c). Kepemilikan Institusional (X3)

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh dalam suatu perusahaan. Kepemilikan institusional dihitung dengan membandingkan jumlah kepemilikan saham institusional dengan keseluruhan saham yang beredar. Pengukuran kepemilikan institusional dengan menggunakan rumus seperti dibawah ini:

$$KEI = \frac{\text{Jumlah saham yang dimiliki institusional}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini ialah Nilai Perusahaan.

Populasi dan sampel

Menurut Sugiyono (2019) populasi adalah wilayah umum yang mencakup subjek atau objek yang berbeda jumlah serta ciri-ciinya yang ditentukan secara khusus oleh peneliti untuk keperluan mempelajari dan menarik hasil akhir. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan ritel sebanyak 31 perusahaan yang terdaftar di BEI. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel ialah teknik *pusposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan data dengan pertimbangan- pertimbangan khusus (Sugiyono, 2019). Untuk memilih sampel ada beberapa kriteria yang digunakan, antara lain:

Tabel 1. Kriteria Penarikan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian yaitu pada tahun 2019-2023.	31
Perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan secara lengkap dan berturut-turut selama periode penelitian yaitu tahun 2019-2023.	20

Perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan & <i>sustainability report</i> secara berturut-turut selama periode penelitian yaitu tahun 2019-2023.	8
Jumlah Sampel	8
Jumlah Observasi (8x5)	40

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan hasil *pusposive sampling* yang sudah dilakukan, dari populasi sebanyak 31 perusahaan ritel, dapat diambil sebanyak 8 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2019-2023 dan yang memenuhi pertimbangan kriteria di atas. Berikut perusahaan yang memenuhi kriteria adalah:

Tabel 2. Perusahaan sampel penelitian

No.	Nama Perusahaan	KODE	Tanggal IPO
1.	Ace Hardware Indonesia Tbk.	ACES	06-Nov-07
2.	Industri dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk.	CARS	10-Apr-17
3.	Catur Sentosa Adiprana Tbk.	CSAP	12-Des-07
4.	Indomobil Sukses Internasional Tbk.	IMAS	15-Sep-93
5.	Putra Mandiri Jembar Tbk.	PMJS	18-Des-19
6.	Ramayana Lestari Sentosa Tbk.	RALS	24-Jul-96
7.	Sona Topas Tourism Industry Tbk.	SONA	21-Jul-92
8.	Mega Perintis Tbk.	ZONE	12-Des-18

Sumber : www.idx.co.id (Data diolah, 2024)

Jenis dan Sumber data

Data yang digunakan adalah data kuantitatif berjenis sekunder yang didapatkan melalui dokumen-dokumen perusahaan berbentuk angka seperti pada laporan keuangan perusahaan. Data tersebut didapatkan melalui teknik pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan data terkait. Data bersumber dari dokumen laporan keuangan (*financial report*), laporan tahunan (*annual report*), dan laporan berkelanjutan (*sustainability report*) perusahaan selama periode tahun 2019 - 2023.

Teknik Analisis Data

1) Analisis Statistik Deskriptif

Data yang digunakan adalah data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari perusahaan atau didapat dari pihak kedua, ketiga dan seterusnya. Data *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional diperoleh dari laporan keuangan website www.idx.com periode 2019 - 2023.

2) Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji distribusi data yang akan digunakan untuk dianalisis, apakah penyebaran yang dilakukan normal atau sebaliknya, sehingga dapat digunakan untuk analisis parametrik. Uji normalitas bertujuan untuk dapat menguji model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal atau sebaliknya. Dalam penelitian ini, uji normalitas menggunakan uji kolmogorov- Smirnov (K-S). Terdapat dua kriteria mengenai penentuan normalitas yaitu:

Jika nilai signifikan maka $> 0,05$ data tersebut dapat dikatakan terdistribusi secara normal. Jika nilai signifikan maka $< 0,05$ atau 5% data tersebut dapat dikatakan tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Autokorelasi

Bertujuan untuk melakukan pengujian apakah dalam model regresi linier pada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t = 1$ (sebelumnya). Autokorelasi yang digunakan untuk menguji Durbin-Waston (Dw Test), nilai Durbin- Waston yang dibandingkan dengan nilai d tabel. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila $0 < dw < dl$, maka tidak ada autokorelasi positif (ditolak).
2. Apabila $0 < dw < du$, maka tidak ada autokorelasi positif (*no decision*).
3. Apabila $du < dw < 4 - du$, maka tidak terjadi autokorelasi negatif dan positif (tidak ditolak).
4. Apabila $4 - du > dw > 4 - dl$, maka tidak ada autokorelasi negatif (*no decision*).
5. Apabila $4 - dl < dw$, maka tidak ada korelasi negatif (ditolak)

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan menguji apakah model regresi ada hubungannya dengan setiap variabel bebas (independen). Maka dengan adanya multikolonieritas dapat dilihat dari *tolerance value* atau nilai tolerance dan *variance inflation factor* (VIF). Batas dari nilai toleransi adalah 0,01 dan batas VIP adalah 10.

d. Uji Heteroskedastisitas

Suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, Model regresi yang baik apabila tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas pada data. Pengujian untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu:

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
3. Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F dalam analisis regresi linear berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ($\alpha = 5\%$). Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai F hitung $> F$ tabel atau signifikansinya $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan artian variabel independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (layak dilanjutkan).
- b. Jika nilai F hitung $< F$ tabel atau signifikansinya $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, dengan artian variabel independen secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (tidak layak dilanjutkan).

2. Uji t

Menurut (Ghozali 2018) menyatakan bahwa Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria uji t yaitu tingkat signifikan sebesar 5%, nilai t hitung masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan signifikansi $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak, variabel independen tidak berpengaruh signifikan.
- b. Jika nilai signifikan signifikansi $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima, variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

3. Uji Koefisien Determinasi R

Memahami sejauh mana model bisa menjabarkan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen begitu dibatasi. Nilai yang mendekati satu yang artinya variabel independen punya pengaruh sempurna terhadap variabel dependen.

4. Uji Analisis Linear Berganda

Analisis regresi berganda dapat digunakan untuk melihat hubungan fungsional variabel dependen (terikat) secara linear terhadap satu atau lebih variabel independent (bebas) untuk menentukan validitas hipotesis. Persamaan regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Corporate Social Responsibility (CSR) X_2 = Profitabilitas

X_3 = Kepemilikan Institusional

e = standar error

Deskripsi Variabel Penelitian

Corporate Social Responsibility (CSR)

Pada penelitian ini digunakan standar GRI (Global Reporting Initiatives) G4.0 dengan

91 indeks pengungkapan CSR, informasi mengenai Corporate Social Responsibility berdasarkan GRI terdiri dari 3 fokus pengungkapan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Perhitungan CSR perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 3. CSR Perusahaan Ritel Tahun 2019-2023

Kode Perusahaan	Tahun					Rata- Rata
	2019	2020	2021	2022	2023	
ACES	59%	59%	59%	59%	59%	59%
CARS	70%	70%	70%	70%	78%	71,6%
CSAP	63%	63%	70%	70%	70%	67,2%
IMAS	36%	36%	40%	40%	40%	38,4%
PMJS	52%	52%	52%	52%	56%	52,8%
RALS	56%	67%	67%	67%	70%	65,4%
SONA	49%	52%	52%	58%	60%	54,2%
ZONE	40%	40%	34%	34%	49%	39,4%

Sumber : web masing-masing perusahaan (2024)

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2019 perusahaan ritel yang memiliki CSR tertinggi adalah Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk.(CARS) yaitu sebesar 70%. Pada tahun 2020 perusahaan yang memiliki CSR tertinggi adalah Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk.(CARS) yaitu sebesar 70%. Pada tahun 2021 dan tahun 2022 CSR tertinggi oleh Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk.(CARS) dan Catur Sentosa Adiprana Tbk.(CSAP) yaitu masing-masing sebesar 70%. Pada tahun 2023 ROA tertinggi oleh adalah Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk.(CARS) yaitu sebesar 78%.

Profitabilitas (ROA)

Return on Assets (ROA) adalah indikator yang digunakan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba. Jika nilai Return on Assets (ROA) lebih dari 1 (atau 100%), ini berarti perusahaan menghasilkan laba bersih yang lebih tinggi daripada total aset yang dimiliki. Jika nilai Return on Assets (ROA) kurang dari 1 (atau 100%), artinya perusahaan tidak mampu menghasilkan laba bersih yang cukup untuk menutupi total aset yang dimilikinya. Perhitungan ROA perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 4. Profitabilitas Perusahaan Ritel Tahun 2019-2023

Kode Perusahaan	Tahun					Rata- Rata
	2019	2020	2021	2022	2023	
ACES	17,51%	10,09%	10,00%	9,29%	9,85%	11,35%
CARS	1,03%	-17,74%	10,33%	3,79%	5,20%	0,52%
CSAP	1,04%	0,80%	2,65%	1,89%	1,45%	1,57%
IMAS	0,35%	1,40%	0,50%	0,98%	1,24%	0,89%
PMJS	3,53%	2,06%	4,90%	8,07%	5,80%	4,87%
RALS	11,47%	2,63%	3,27%	6,72%	6,14%	6,05%
SONA	7,05%	-15,41%	7,74%	4,95%	1,10%	1,09%
ZONE	6,87%	6,67%	5,47%	11,19%	6,24%	7,29%

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2019 perusahaan ritel yang memiliki ROA tertinggi adalah Aspirasi Hidup Indonesia Tbk.(ACES) dengan nilai ROA sebesar 17,51%. Pada tahun 2020 perusahaan yang memiliki ROA tertinggi adalah Aspirasi Hidup Indonesia Tbk.(ACES) dengan nilai ROA sebesar 10,09%. Pada tahun 2021 ROA tertinggi oleh Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk.(CARS) yaitu sebesar 10,33%. Pada tahun 2022 ROA tertinggi oleh Mega Perintis

Tbk.(ZONE) yaitu sebesar 11,19%. Pada tahun 2023 ROA tertinggi oleh Aspirasi Hidup Indonesia Tbk.(ACES) yaitu sebesar 9,85%.

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kepemilikan institusional dihitung dengan membandingkan jumlah kepemilikan saham institusional dengan keseluruhan saham yang beredar. Perhitungan Kepemilikan Institusional perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 5. Kepemilikan Institusional Perusahaan Ritel tahun 2019-2023

Kode Perusahaan	Tahun					Rata- Rata
	2019	2020	2021	2022	2023	
ACES	59,97%	59,97%	59,97%	59,97%	59,97%	59,97%
CARS	44,38%	43,96%	43,85%	21,50%	12,17%	33,17%
CSAP	12,17%	85,13%	76,95%	86,08%	86,08%	69,86%
IMAS	89,66%	87,90%	87,90%	87,90%	87,90%	88,26%
PMJS	91,09%	91,09%	84,59%	84,59%	84,39%	87,15%
RALS	55,88%	55,88%	55,88%	55,88%	55,88%	55,88%
SONA	79,67%	79,67%	79,67%	79,67%	79,67%	79,67%
ZONE	28,83%	22,99%	22,99%	22,99%	22,99%	24,16%

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan tabel di atas, pada tahun 2019 perusahaan ritel yang memiliki nilai Kepemilikan Institusional tertinggi adalah Putra Mandiri Jembar Tbk.(PMJS) dengan nilai sebesar 91,09%. Pada tahun 2020 perusahaan yang memiliki nilai Kepemilikan Institusional tertinggi adalah Putra Mandiri Jembar Tbk.(PMJS) dengan nilai sebesar 91,09%. Pada tahun 2021 nilai Kepemilikan Institusional tertinggi oleh Indomobil Sukses Internasional Tbk.(IMAS) yaitu sebesar 87,90%. Pada tahun 2022 nilai Kepemilikan Institusional tertinggi oleh Indomobil Sukses Internasional

Tbk.(IMAS) yaitu sebesar 87,90%. Pada tahun 2023 nilai Kepemilikan Institusional tertinggi oleh Indomobil Sukses Internasional Tbk.(IMAS) yaitu sebesar 87,90%.

Nilai Perusahaan (Tobin's Q)

Menurut Sari et al (2020) menjelaskan bahwa Tobin's Q adalah rasio yang digunakan untuk menilai nilai pasar perusahaan dibandingkan dengan biaya penggantian aset. Q yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa perusahaan memiliki insentif untuk berinvestasi. Perhitungan Tobin's Q perusahaan ritel di Bursa Efek Indonesia disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel 6. Nilai Perusahaan Ritel Tahun 2019-2023

Kode Perusahaan	Tahun					Rata-Rata
	2019	2020	2021	2022	2023	
ACES	4,08%	4,34%	3,25%	1,35%	1,79%	2,96%
CARS	1,13%	0,97%	1,06%	1,14%	1,16%	1,09%
CSAP	3,12%	2,24%	2,68%	3,56%	3,11%	2,94%
IMAS	0,86%	0,86%	0,69%	0,60%	0,89%	0,78%
PMJS	0,40%	0,28%	0,38%	0,35%	0,34%	0,35%
RALS	1,34%	1,04%	0,92%	0,79%	0,75%	0,97%
SONA	0,25%	0,18%	2,61%	1,88%	1,09%	1,20%
ZONE	1,23%	1,14%	1,13%	2,10%	1,78%	1,48%

Sumber : www.idx.com (2024)

Tobin's Q merupakan rasio yang menunjukkan estimasi pasar sehingga memberikan informasi yang rasional mengenai nilai perusahaan, karena memasukkan seluruh aset perusahaan. Jika nilai yang didapat dari hasil perhitungan lebih dari 1, artinya nilai pasar aset lebih tinggi daripada biaya pengganti, yang dapat mendorong investasi baru. Jika nilai yang didapat dari hasil perhitungan kurang dari 1 menunjukkan bahwa nilai pasar aset lebih rendah dari biaya pengganti, yang dapat menghambat investasi.

Berdasarkan data Tobin's Q perusahaan ritel pada tabel di atas :

Perusahaan yang mempunyai nilai Tobin's Q kurang dari 1 adalah Indomobil Sukses Internasional Tbk., Putra Mandiri Jembar Tbk., dan Sona Topas Tourism Industry Tbk. Sedangkan perusahaan yang lain mempunyai nilai lebih dari 1, maka dianggap dapat mendorong investasi baru. Perusahaan yang mempunyai nilai Tobin's Q kurang dari 1 adalah Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk., Indomobil Sukses Internasional Tbk., Putra Mandiri Jembar Tbk., dan Sona Topas Tourism Industry Tbk. Sedangkan perusahaan Aspirasi Hidup Indonesia Tbk., Catur Sentosa Adiprana Tbk., Ramayana Lestari Sentosa Tbk., dan Mega Perintis Tbk., mempunyai nilai lebih dari 1, maka dianggap dapat mendorong investasi baru.

Perusahaan yang mempunyai nilai Tobin's Q kurang dari 1 adalah Indomobil Sukses Internasional Tbk., Putra Mandiri Jembar Tbk., Ramayana Lestari Sentosa Tbk., Sedangkan perusahaan yang lain mempunyai nilai lebih dari 1, maka dianggap dapat mendorong investasi baru.

Tahun 2022 Perusahaan yang mempunyai nilai Tobin's Q kurang dari 1 adalah Indomobil Sukses Internasional Tbk., Putra Mandiri Jembar Tbk., Ramayana Lestari Sentosa Tbk., Sedangkan perusahaan yang lain mempunyai nilai lebih dari 1, maka dianggap dapat mendorong investasi baru.

Hasil Penelitian

1). Uji Statistik Deskriptif

Penjelasan data melalui statistik deskriptif diharapkan dapat memberikan gambaran awal tentang masalah yang akan diteliti. Statistik deskriptif difokuskan kepada nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Variabel yang digunakan adalah CSR, Profitabilitas (ROA), dan Kepemilikan Institusional sebagai variabel independen, serta Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah data statistik deskriptif

dari masing-masing variabel.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	40	34	78	56.00	12.216
Profitabilitas	40	-18	18	4.20	6.198
Kepemilikan Institusional	40	12	91	64.04	24.305
Nilai Perusahaan	40	0	4	1.47	1.094
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan hasil Uji Statistik Deskriptif pada tabel distribusi data yang didapat oleh adalah :

1. Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa selama periode 2019-2023 Nilai Perusahaan terendah, yaitu 0 dan tertinggi 4. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya Nilai Perusahaan yang menjadi penelitian berkisar antara 0 sampai 4 dengan nilai mean 1,47 pada standar deviasi 1,094. Hal ini menandakan bahwa Nilai Perusahaan dalam periode 2019-2023 bersifat fluktuatif yang dapat dipengaruhi oleh CSR, Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional seperti yang dijelaskan pada penelitian ini.

2. *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa selama periode 2019-2023 nilai CSR terendah, yaitu 34 oleh Tbk. dan tertinggi 78 oleh Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya CSR yang menjadi penelitian berkisar antara 34 sampai 78 dengan nilai mean 56,00 pada standar deviasi 12,216.

3. Profitabilitas (ROA)

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa selama periode 2019-2023 nilai Profitabilitas terendah, yaitu -18 oleh Industri Dan Perdagangan Bintraco Dharma Tbk. dan tertinggi 18 oleh Aspirasi Hidup Indonesia Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya Profitabilitas yang menjadi penelitian berkisar antara -18 sampai 18 dengan nilai mean 4,20 pada standar deviasi 6,198.

4. Kepemilikan Institusional

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa selama periode 2019-2023 nilai Kepemilikan Institusional terendah, yaitu 12 oleh Catur Sentosa Adiprana Tbk. dan tertinggi 91 oleh Putra Mandiri Jembar Tbk. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya Kepemilikan Institusional yang menjadi penelitian berkisar antara 12 sampai 91 dengan nilai mean 64,04 pada standar deviasi 24,305.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam analisis *multivariate*, normalitas residual merupakan hal yang sangat penting. Uji normalitas

ditunjukkan dengan Kolmogrov- Smirnov (K-S) adalah apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih dari 0,05 berarti data berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dengan variabel independen CSR, Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional serta Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov-Test

		Return
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	97.62144289
Most Extreme Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.084
Test Statistic		.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200
a.	Test distribution normal	
b.	Calculated from data	

Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Dari tabel (*One-sample Kolmogorov-Smirnov Test*) di atas didapat nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Oleh karena itu nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* lebih besar dari nilai yang diisyaratkan yaitu 0,05 ($0,200 > 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa sebaran nilai residual pada seluruh model persamaan regresi dinyatakan berdistribusi normal atau data dapat disimpulkan terdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Berikut ini merupakan hasil uji autokorelasi

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi Durbin-Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.728 ^a	.529	.474	.741	1.896
a. Predictors: (Constant), Kepemilikan Institusional, CSR, Profitabilitas					

Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil tabel di atas, hasil pengujian diperoleh nilai DW (Durbin-Watson) sebesar 1,896. Nilai DW (Durbin-Watson) tersebut kemudian dibandingkan dengan dL dan dU. Nilai dU diambil dari tabel DW (Durbin-Watson) dengan n = 40 dan k = 3 sehingga diperoleh dU sebesar 1,6589 kemudian dilakukan pengambilan keputusan dengan ketentuan $dU < dw < 4 - dU$ dengan nilai ($1,6589 < 1,896 < 4 - 1,6589 = 2,3411$). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat gejala

autokorelasi.

b) Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dengan menganalisis nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF > 10 maka dapat disimpulkan terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 10. Hasil Uji multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
CSR (X1)	.980	1.021
Profitabilitas (X2)	.938	1.066
Kepemilikan Institusional (X3)	.933	1.072

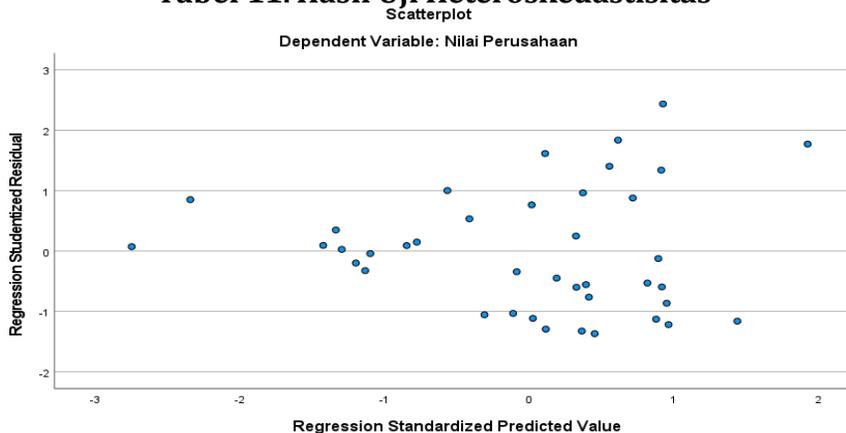
Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Berdasarkan tabel di atas nilai *tolerance* menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai kurang dari 0,1. Nilai *tolerance* pada *Corporate Social Responsibility* (CSR) mendapatkan hasil 0,980, Profitabilitas 0,938, Kepemilikan Institusional 0,933. Sedangkan pada table VIF menunjukkan hasil bahwa tidak ada variabel yang melebihi angka 10. Untuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) mendapatkan nilai 1.021, nilai Profitabilitas dengan hasil 1,066, Kepemilikan Institusional 1,072. Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. pengujian dilakukan dengan analisis gambar *scatterplot*. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil:

Tabel 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Dari grafik *scatterplot* pada tabel . di atas, terlihat bahwa titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali serta penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara dua ataupun lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis Regresi Linear Berganda ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh CSR, Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Ritel Periode 2019-2023.

Tabel 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardize d Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.550	.963		-.571	.572
CSR (X1)	.027	.013	.301	2.002	.053
Profitabilitas (X2)	.066	.027	.377	2.453	.019
Kepemilikan Institusional (X3)	.004	.007	.081	.526	.602

Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel di atas, maka dapat diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,550 + 0,027 X1 + 0,066 X2 + 0,004 X3 + e$$

Y = Nilai Perusahaan X1 = CSR

X2 = Profitabilitas

X3 = Kepemilikan Institusional e = Standar error

Dari persamaan di atas dapat disimpulkan bahwa :

- a. Nilai -0,550 merupakan konstanta apabila nilai CSR, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional bernilai 0 maka Nilai Perusahaan akan bernilai sebesar -0,550. Nilai 0,027 merupakan koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berarti jika CSR naik satu satuan maka Nilai Perusahaan akan naik sebesar 0,027 dengan asumsi variabel lain konstan. Tanda positif pada koefisien 0,027 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara CSR dan Nilai Perusahaan. Artinya, ketika CSR meningkat, Nilai Perusahaan cenderung meningkat, dan sebaliknya.
- b. Nilai 0,066 merupakan koefisien regresi Profitabilitas yang berarti jika Profitabilitas naik satu satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,066 dengan asumsi variabel lain konstan. Tanda positif pada koefisien 0,066

menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. Artinya, ketika Profitabilitas meningkat, Nilai Perusahaan cenderung meningkat, dan sebaliknya.

- c. Nilai 0,004 merupakan koefisien regresi Kepemilikan Institusional yang berarti jika Kepemilikan Institusional naik satu satuan maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,004 dengan asumsi variabel lain konstan. Tanda positif pada koefisien 0,004 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara Kepemilikan Institusional dan Nilai Perusahaan. Artinya, ketika Kepemilikan Institusional meningkat, Nilai Perusahaan cenderung meningkat, dan sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen (CSR, Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional) dalam menjelaskan variabel dependen (nilai perusahaan). Nilai R^2 yang lebih kecil menunjukkan keterbatasan variabel independen dalam memberikan penjelasan yang memadai.

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.203	.137	101.608
a. Predictors : (Constant), Kepemilikan Institusional, CSR, Profitabilitas				

Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil output pada tabel . di atas diperoleh R Square sebesar 0,203 atau 20,3%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu CSR, Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional dapat menjelaskan nilai perusahaan sebesar 20,3%, sedangkan sisanya 79,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau variabel bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94943.202	3	31647.734	3.065	.040 ^b
	Residual	371667.898	36	10324.108		
	Total	466611.100	39			
a. Dependent Variable : Nilai Perusahaan						

b.Predictors : (Constant), CSR, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional

Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Pada tabel . di atas dapat dilihat besarnya angka probabilitas atau signifikansi pada perhitungan ANOVA yang digunakan untuk menguji model regresi. Nilai p (Sig.) pada Uji F di atas adalah sebesar 0,040, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari *significance level* 0,05 (5%), yaitu $0,040 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel independen (CSR, Profitabilitas, Kepemilikan Institusional) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (nilai perusahaan).

Uji t

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen X1 (CSR), X2 (Profitabilitas), X3 (Kepemilikan Institusional) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Y (Nilai Perusahaan). Berikut adalah ketentuan dalam pengambilan kesimpulan pada Uji t :

- a. Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan).
- b. Jika nilai signifikan $\geq 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan).

Tabel 15 Hasil Uji T

Coefficients^a						
Model		Unstandardize d Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.550	.963		-.571	.572
	CSR	.027	.013	.301	2.002	.053
	Profitabilitas	.066	.027	.377	2.453	.019
	Kepemilikan Institusional	.044	.007	.081	.526	.602

a. Dependent Variable : NILAI PERUSAHAAN (Y)

Sumber : Data diolah (2024), SPSS Versi 27

Berdasarkan hasil output uji hipotesis pada tabel. dengan menggunakan uji statistic t untuk hasil variabel secara individual di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan uji statistic t pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa CSR memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,027 dan t-hitung sebesar 2,002 dan tingkat signifikansi sebesar $0,053 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini dapat diartikan bahwa perubahan dalam praktik CSR perusahaan tidak secara konsisten dan signifikan memengaruhi bagaimana investor menilai perusahaan tersebut.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistic t pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa

Profitabilitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,066 dan t-hitung sebesar 2,453 dan tingkat signifikansi sebesar $0,019 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap lebih mampu untuk menghasilkan arus kas yang stabil dan berkelanjutan di masa depan, yang akan menarik investor dan meningkatkan nilai perusahaan.

3. Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji statistic t pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa Kepemilikan Institusional memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,044 dan t-hitung sebesar 0,526 dan tingkat signifikansi sebesar $0,602 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Kepemilikan Institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan tabel di atas CSR memiliki koefisien regresi sebesar 0,027 yang berarti jika CSR naik satu satuan maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,027 dengan asumsi variabel lain konstan. Pada uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t) didapatkan nilai t hitung sebesar 2,002 dengan tingkat signifikansi lebih besar jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu ($0,053 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa CSR secara parsial tidak memiliki pengaruh

terhadap nilai perusahaan pada perusahaan ritel periode tahun 2019-2023. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Romli (2021) yang menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan tabel di atas Profitabilitas memiliki koefisien regresi sebesar 0,066 yang berarti jika Profitabilitas naik satu satuan maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,066 dengan asumsi variabel lain konstan. Pada uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t) didapatkan nilai t hitung sebesar 2,453 dengan tingkat signifikansi lebih besar jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu ($0,019 < 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa Profitabilitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan ritel periode tahun 2019-2023. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Valentina et al (2021) yang menyatakan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan tabel di atas Kepemilikan Institusional memiliki koefisien regresi sebesar 0,044 yang berarti jika Kepemilikan Institusional naik satu satuan maka nilai perusahaan akan turun sebesar 0,044 dengan asumsi variabel lain konstan. Pada uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t) didapatkan nilai t hitung sebesar 0,526 dengan tingkat signifikansi lebih besar jika dibandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu ($0,602 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa Kepemilikan Institusional secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan ritel periode tahun 2019-2023. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faizah et al (2024) yang menyatakan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh pada nilai perusahaan

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan ritel yang terdaftar di BEI periode 2019- 2023. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 31 perusahaan dan ditarik sampel berdasarkan kriteria menjadi 8 perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dijelaskan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari peneliti adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan ritel periode 2019-2023 yang terdaftar di BEI.
2. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan ritel periode 2019-2023 yang terdaftar di BEI.
3. Kepemilikan Institusional tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan ritel periode 2019-2023 yang terdaftar di BEI.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aggraini, M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Kepemilikan Manajerial, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Asimetri Informasi Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Sektor Energi Yang Terdaftar Di B. *Universitas PGRI Madiun*.
- [2] Ali, J., Faroji, R., & Ali, O. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *Jurnal Neraca Peradaban*, 1(2), 128–135. www.sahamok.com
- [3] Bank Indonesia. (n.d.). *Penjualan Sektor Ritel Periode 2015-2024*.
- [4] Brigham, E., & Houston, J. (2019). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Salemba Empat.
- [5] Darsani, P. A., & Sukartha, I. M. (2021). The Effect of Institutional Ownership, Profitability, Leverage and Capital Intensity Ratio on Tax Avoidance. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5(5), 13–22. www.ajhssr.com
- [6] Dewi Sinta, V., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur. *Jurnal Paradigma Akuntansi*.
- [7] Eni, C., & Rakhmanita, A. (2024). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(2), 883–898. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i2.659>
- [8] Fahmi, I. (2020). *Analisis Laporan Keuangan*.
- [9] Fana, A. A. A. A., & Prena, G. Das. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018 – 2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 6(2), 17–
- [10] 29. <https://doi.org/10.38043/jiab.v6i2.3168>
- [11] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Gunardi, A., Alghifari, E., & Suteja, J. (n.d.). *KEPUTUSAN INVESTASI DAN NILAI*

- [12] PERUSAHAAN MELALUI EFEK MODERASI CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN PROFITABILITAS: TEORI DAN BUKTI EMPIRIS.
- [13] Scopindo Media Pustaka.
- [14] Hamim, M. (2020). *Corporate Social Responsibility*. Harmono. (2023). *Manajemen Keuangan*. Bumi Aksara.
- [15] Hery. (2023). *Analisis Laporan Keuangan : Intergrated and comperhesive edition*.
- [16] Gramedia Widiasarana Indonesia.
- [17] Indilla, F. I., & Yuliani, R. (2024). *Pengaruh pengungkapan csr, kebijakan dividen*
- [18] *kepemilikan institusional, leverage, profitabilitas, dan tax avoidance terhadap nilai perusahaan 1,2. 5*, 582–596.
- [19] Indrarini, S. (2019). *NILAI PERUSAHAAN MELALUI KUALITAS LABA: (Good*
- [20] *Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo Media Pustaka.
- [21] Kartikasari, E., Dewi, A., & Sulton, M. (2022). Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kebijakan Hutang Pada Perusahaan Manufaktur si BEI Tahun 2016-2019. *Owner*, 6(1), 940–947. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.703>
- [22] Kasmir, S. E. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Rajawali Pers.
- [23] Kristiadi, T., & Herijawati, E. (2023). Mufakat Mufakat. *Jurnal Ekonomi Akuntansi, Manajemen*, 2(2), 91–107.
- [24] Nopriyanto, A. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i2.37655>
- [25] PT Bursa Efek Indonesia. (n.d.). *IDX.co.id*.
- [26] Putri, V. M., Endrawati, E., & Santi, E. (2023). Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.30630/jabei.v2i2.68>
- [27] Romli, R., & Reza Zaputra, A. R. (2022). Pengaruh Implementasi Green Banking, Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI. *Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 18(2), 36–59. <https://doi.org/10.54783/portofolio.v18i2.214>
- [28] Sasanti, E. E., Animah, A., & Fikri, M. A. (2024). Coporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Kepemilikan (Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Asing) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta STIA Mataram*, 10(1), 105–117. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v10i1.629>
- [29] Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- [30] Sultoni, M. H. (2019). Corporate Social Responsibility (Kajian Korelasi Program CSR terhadap Citra Perusahaan). In *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals* (Vol. 06, Issue 03).
- [31] Syairozi, M. I. (2019). *Pengungkapan CSR pada Perusahaan Manufaktur dan Perbankan*. Tidar Media.
- [32] Tamrin, M., & Maddatuang. (n.d.). *Penerapan Konsep Good Corporate Governance dalam Industri Manufaktur di Indonesia*. Bogor : IPB Press.

- [33] Wati, P. D. A., Novitasari, N. L. G., & Dewi, N. L. P. S. (2024). Pengaruh Kepemilikan Manajerial , Leverage , Likuiditas , Kualitas Laba Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 - 2022. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 6(2), 546–555.
- [34] Wulandari, S., & Trisnawati, R. (2024). The Influence of Company Size, Leverage, Institutional Ownership and Board of Commissioners Size on Corporate Social Responsibility Disclosure. *Costing: Journal of Economic, Business and Accounting*, 16(4), 525–532.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN