

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan Industri yang ada saat ini sudah memasuki tahap digitalisasi, hal tersebut menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis terus berkembang pesat. Fenomena perkembangan industri ini ditandai dengan adanya persaingan yang ketat dari berbagai lini bisnis yang ada, termasuk salah satunya pada lini bisnis bidang perbankan. Perbankan merupakan salah satu industri *high value* yang mana keberadaannya telah disadari dan dianggap penting oleh lingkungan eksternalnya. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya data kenaikan permintaan kredit yang terus meningkat dari tahun ketahun.

Pada tahun 2023 Bank Indonesia memiliki Saldo Bersih Tertimbang (SBT) penyaluran dana kredit pada triwulan III 2023 mencapai 95,4% yang mana angka tersebut tercatat lebih tinggi dibandingkan dengan kenaikan SBT triwulan sebelumnya 94% dan sampai triwulan IV fenomena ini terus mengalami kenaikan sampai dengan 96,4%. Faktor utamanya kenaikan SBT permintaan pembiayaan dari nasabah, prospek kondisi moneter dan ekonomi ke depan, serta tingkat persaingan usaha dari bank lain dan diperkirakan akan terus mengalami kenaikan di tahun-tahun berikutnya. Singkatnya berdasar data tersebut perbankan merupakan sebuah Perusahaan yang keberadaannya sangat penting dan berpengaruh dalam bidang Pembangunan ekonomi melalui penyaluran kredit dan pendanaan di masyarakat. Dalam prosesnya, perusahaan tersebut berlomba-lomba dalam meningkatkan nilai dan keunggulan perusahaannya, yang mana salah satunya

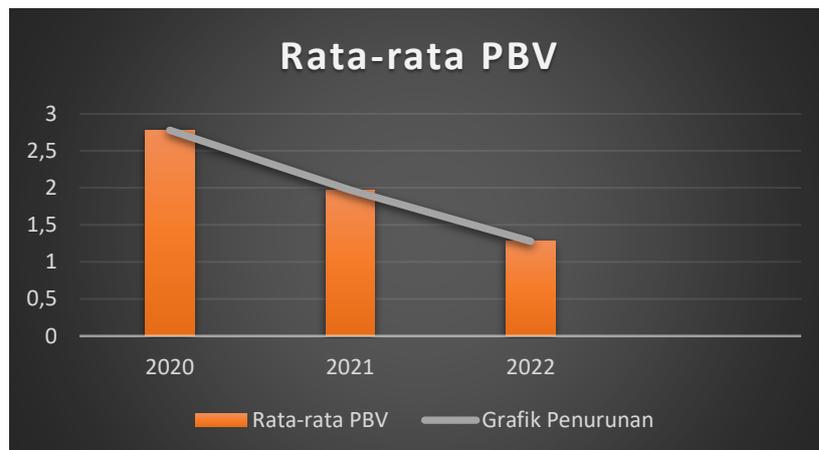
melalui peningkatan indikator penilaian CSR atau *Corporate Social Responsibility* dengan tolak ukur keberhasilannya yaitu adanya peningkatan nilai perusahaan yang berpengaruh juga pada citra perusahaan di lingkungan eksternalnya termasuk para investor.

Menurut (Rosiva et al., 2022) Nilai perusahaan merupakan persepsi Investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang bisa disebut juga dengan harga saham. Nilai perusahaan yang baik mencerminkan sebuah perusahaan memiliki reputasi yang baik di pandangan para investor, ini dikarenakan semakin baik nilai sebuah perusahaan akan dihipotesiskan sebagai sebuah tolak ukur kesejahteraan para investor yang diikuti dengan pemberian kepercayaan dari investor untuk menanamkan modalnya. Disamping itu (Rosiva et al., 2022) juga mengatakan bahwa nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan Price to Book Value (PBV). Harga saham yang tinggi berdampak positif pada nilai perusahaan. Menurut (Handayani, 2016) juga menyatakan bahwa bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai pasar saham yang ada di pasar modal. Untuk mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan *Price Book Value* (PBV). Price Book Value merupakan sebuah rasio yang membandingkan antara harga pasar dengan nilai buku saham, dimana semakin tinggi rasio PBV sebuah perusahaan semakin dinilai tinggi oleh para investor hal ini dikarenakan profit akan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai dana yang ditanamkan perusahaan (Hemastuti, 2014)

Perusahaan perbankan, penerapan *Price Book Value* (PBV) tidak lepas dari tujuan peningkatan nilai perusahaan, hal ini dikarenakan perusahaan perbankan

merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri keuangan yang seharusnya bergerak atas dasar kepercayaan para *stakeholdernya*. Disamping itu, seiring perkembangan yang ada, para investor tidak hanya tertarik dengan laba yang dihasilkan, tetapi bagaimana citra, dan pengelolaan perusahaan yang baik untuk jangka panjang. Dalam hal ini PBV yang merupakan rasio yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan jangka panjang, hal ini dapat dilihat dari perbandingan nilai saham di pasar dengan nilai buku, yang mana nilai buku ini merupakan sebuah cerminan dari nilai kekayaan bersih suatu perusahaan, dengan kata lain nilai buku yang didapat dari total asset yang dikurangi total kewajiban yang ada dikelola dan digunakan secara menyeluruh sehingga tercermin dari harga pasar saham yang beredar. Hal ini dapat menjadi sebuah legitimasi perusahaan dari pihak eksternalnya dalam upaya membangun sebuah reputasi dan citra yang baik untuk keberlanjutan bisnisnya dari meningkatnya nilai sebuah perusahaan harga jual atau nilai saham yang lebih rendah dari harga buku perusahaan.

Era perkembangan yang ada terus menunjukkan perubahan yang disebabkan karena berbagai macam faktor, seperti salah satunya adalah adanya fenomena penurunan PBV pada sektor perbankan selama 3 Tahun berturut-turut seperti yang tertera dibawah ini:



**Gambar 1. 1 Data average PBV periode 2020-2022**

Berdasar data yang bersumber dari Bursa Efek Indonesia (BEI) diketahui bahwa nilai rata rata PBV atau *Price Value Book* perusahaan perbankan selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2020, 2021 dan 2022 mengalami tingkat penurunan yang cukup signifikan dengan angka 2.78x menjadi 1.97x dan terakhir menjadi 1.28x. Hal ini menandakan bahwa penjualan harga saham dipasar pada lini bisnis perbankan sedang mengalami penurunan. Dapat diartikan pula bahwa ketika nilai PBV sebuah perusahaan menurun adalah indikator dari turunnya nilai dari perusahaan, dengan ini tingkat kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya pada lini bisnis perbankan mengalami penurunan.

Fenomena turunnya rata-rata PBV yang menjadi cerminan dari penurunan nilai perusahaan pada lini bisnis perbankan, hal ini selaras dengan salah satu kinerja perusahaan PT Bank Central Asia Tbk selama 3 tahun terakhir yang mengalami penurunan nilai PBV berdasar laporan tahunan penilaian perusahaan yang ada di Bursa Efek Indonesia (BEI) yakni pada rentang nilai 4,66 di tahun 2020, lalu 4,55 tahun 2021, serta 4,97 di tahun 2022.

*Corporate Social Responsibility* atau CSR merupakan sebuah konsep dimana perusahaan mengintegrasikan dan berkontribusi dalam kepedulian sosial dan lingkungan dalam operasi bisnis yang mengarah pada keberhasilan bisnis yang berkelanjutan. Atas dasar tersebut variable CSR dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan karena konsep penerapan CSR sendiri terus berkembang dan menjadi sebuah kewajiban perusahaan untuk terus menumbuhkan citra perusahaan dengan harapan menumbuhkan kepercayaan dengan harapan menumbuhkan loyalitas dan daya tarik bagi investor. Hal tersebut didukung oleh (Gunawan & Lestari, Rini, 2007) yang menyatakan peningkatan nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para pemangku kepentingan. Hal ini berarti *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai pengungkapan corporate social responsibility sebagai proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan operasional organisasi terhadap *stakeholder* dan terhadap masyarakat, hal ini juga berfungsi untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal khususnya pemegang saham dengan asumsi sebagai tanggung jawab perusahaan disamping menghasilkan profit (AGUSTINA, 2013). Bilamana hal tersebut dihubungkan dengan konsep *triple bottom line* yakni *people, planet* dan *profit* akan selaras dengan keberjalanan nilai perusahaan yang baik serta berbagai manfaat yang didapatkan, Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan & Lestari, Rini, 2007) menyatakan bahwa Karena CSR merupakan suatu tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan

memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (triple bottom line) Dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan yang berarti merupakan investasi perusahaan jangka panjang (Dianawati & Fuadati, 2016) CSR secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan, sedangkan menurut (Astuti et al., 2020) Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas menjadi indikator utama untuk mengukur efektivitas manajemen perusahaan secara keseluruhan, yang dilihat dari tingginya laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode (Rosiva et al., 2022). Menurut (Handayani, 2016) profitabilitas adalah sebuah faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor akan menilai prospek perusahaan dalam menghasilkan laba atau tingkat profitabilitas perusahaan kedepannya. Pemilihan variabel profitabilitas melalui rasio ROA (*Return On Asset*) yang mempengaruhi nilai perusahaan menekankan pada pemanfaatan penggunaan aset total yang ada secara keseluruhan, hal ini juga masih selaras dengan berkaitan dengan konsep PBV yang menggunakan total kekayaan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Kusumajaya (2011), Noeirawan (2011), dan Muid (2012) yang menyebutkan dalam (Sari & Abundanti, 2018) bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap pertumbuhan nilai perusahaan (PBV). Lalu (Gunawan & Lestari, Rini, 2007) Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) yang diukur dengan indeks CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara

(BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018. Diketahui CSR tingkat pengaruhnya sebesar 120,34% yang artinya pengaruh sangat berarti.. Namun demikian, hasil penelitian terkait profitabilitas yang diungkapkan oleh (Gunawan & Lestari, Rini, 2007) Profitabilitas yang diukur dengan Return On Asset (ROA) berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2018.

Penelitian sebelumnya terkait pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan yang menunjukkan hasil inkonsistensi, maka penelitian ini dilakukan untuk menjawab inkonsistensi hasil penelitian dengan pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan menambahkan profitabilitas sebagai variabel intervening.

Pemilihan variabel profitabilitas sebagai variabel intervening bertujuan sebagai penghubung atau mediasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, dimana CSR akan dapat mempengaruhi nilai Perusahaan melalui profitabilitas yang dicerminkan dengan seberapa kuat perusahaan mampu mendanai CSR yang kemudian mempengaruhi citra perusahaan dengan tujuan akhir meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Oleh karena itu peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Perbankan merupakan lini bisnis yang bergerak dalam bidang *financial* dengan berbagai penawaran produk dan layanannya termasuk salah satunya adalah penjualan saham. Penjualan harga saham dipengaruhi oleh berbagai faktor, yang mana salah satu faktornya adalah nilai perusahaan. Hal tersebut karena semakin baik nilai sebuah perusahaan maka semakin tinggi juga nilai jual sahamnya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat diukur dari penilaian Price Book Value (PBV) yang merupakan harga nilai saham yang dijual dipasar, bilamana nilai PBV nya  $>1$  maka diartikan sebagai nilai jual saham di perusahaan tersebut tinggi. Namun, faktor faktor seperti penerapan corporate social responsibility (CSR) dan profitabilitas juga sangat berpengaruh.

Berhubungan dengan CSR dan profitabilitas, CSR sebagai indikator dari penilaian perusahaan dari sudut pandang lingkungan eksternal nya sedangkan tingkat profitabilitas digunakan sebagai indikator penilaian dari sudut pandang lingkungan internalnya, artinya pentingnya CSR dan profitabilitas akan menentukan bagaimana kinerja perusahaan terkait tanggung jawab sosial dan tingkat penghasilan laba perusahaan, yang mana keduanya digunakan dalam membentuk citra perusahaan yang baik untuk menarik investor. Namun demikian, pada kenyataannya berdasar data yang tercantum pada *annual report* perusahaan perbankan pada BEI yang mengalami penurunan selama periode 3 tahun berturut-turut. Disamping itu berdasar beberapa hasil penelitian terkait variabel CSR, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan masih memiliki hasil yang inkonsistensi

sehingga pada penelitian ini akan menampilkan apakah variabel variable tersebut menjadi faktor- faktor yang dapat mempengaruhi perhitungan nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?
2. Apakah *corporate social responsibility* mempengaruhi profitabilitas perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?
3. Apakah Profitabilitas mempengaruhi nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?
4. Apakah Profitabilitas mampu memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasar rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?

2. Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap profitabilitas perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?
4. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas dalam memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022?

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini, sebagai berikut :

##### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik serta menambah wawasan seputar kinerja perusahaan dalam bidang keuangan serta sebagai salah satu ajang mempraktekkan pengetahuan yang didapat selama mengikuti pembelajaran perkuliahan pada jurusan administrasi bisnis di Universitas Diponegoro. Disamping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat melatih cara berpikir kritis peneliti melalui berbagai studi yang dilakukan

##### **2. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan saran dalam proses evaluasi perbaikan kegiatan operasional perusahaan khususnya pada

evaluasi kinerja perusahaan dibidang keuangan dan *corporate social responsibility* di masa depan

### 3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, informasi serta

menjadi pertimbangan dalam keputusan berinvestasi serta sebagai bahan referensi terkait analisis performa dan kesehatan keuangan perusahaan yang dituju.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Teori Legitimasi (*Legitimasi Theory*)

Teori legitimasi secara bahasa "*legitimate*" yang berarti pengakuan dengan lebih jelas pengakuan yang dimaksudkan adalah pengakuan keberadaan perusahaan dari masyarakat. Teori legitimasi atau teori validitas yang menjelaskan bagaimana suatu kaidah hukum dapat dianggap menjadi *legitimate* dan sah berlaku. Legitimasi menghubungkan antara organisasi dengan tingkat analisis masyarakat, yang dapat menekan perusahaan agar mempertimbangkan langkah-langkah perusahaan dalam pengambilan keputusan. Legitimasi adalah sebuah konsep yang mengedepankan peran dalam kehidupan sosial dimana proses perusahaan dapat diterima secara sah oleh Masyarakat, dengan lebih jelas, menurut (Harsanti, 2011) teori legitimasi menjelaskan bahwa organisasi secara kontinu akan beroperasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat di sekitar perusahaan dalam usaha untuk mendapatkan legitimasi. Proses untuk mendapatkan legitimasi berkaitan dengan kontrak sosial antara yang dibuat oleh perusahaan dengan berbagai pihak

dalam masyarakat. Kinerja perusahaan tidak hanya diukur dengan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, tetapi ukuran kinerja lainnya yang berkaitan dengan berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk mendapatkan legitimasi. Disamping itu, perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai keadilan dan bagaimana perusahaan menanggapi kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan untuk melegitimasi tindakan-tindakan perusahaan .

Kesimpulannya adalah bahwa teori legitimasi adalah sebuah teori yang menyebutkan bahwa perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat melalui proses operasional perusahaan yang bertanggungjawab, mengikuti norma yang berlaku sesuai dengan perkembangan yang ada melalui kontribusi perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan lingkungan eksternalnya. Bentuk dari legitimasi perusahaan dapat dilakukan melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

### **1.5.2 Nilai perusahaan**

Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham (*return*) yang berarti perusahaan dapat menghasilkan tingkat profitabilitas yang tinggi. (Prabandari, 2021) nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan bahwa kemakmuran pemegang saham yang tinggi dengan asumsi bahwa semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

(& H. Brigham, 2010) terdapat beberapa indikator untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu *price earning ratio* (PER), *cash flow ratio* (CF) dan *price book value* (PBV). Berikut penjabarannya:

### 1. *Price Earning Ratio* (PER)

*Price earning ratio* (PER) adalah rasio yang digunakan untuk menilai mahal murahnya saham berdasarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih. Dimana laba bersih dalam hal ini adalah laba bersih per saham atau biasa disebut dengan EPS (Earning Per Share). PER dapat dihitung dengan membandingkannya antara harga saham di pasar dengan laba bersih perusahaan. Berikut rumus PER:

$$\text{PER} = \text{Harga saham per lembar} : \text{EPS}$$

$$\text{EPS} = \text{Laba bersih} : \text{Jumlah saham beredar}$$

Keterangan: PER yang bernilai lebih dari 1 mencerminkan nilai perusahaan yang baik. Dimana ini berarti kekuatan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui modal sendiri sangat tinggi.

### 2. *Cash Flow Ratio* (CF)

Cash flow ratio adalah rasio keuangan yang digunakan untuk menilai seberapa besar proporsi laba bersih perusahaan dari sebuah operasional perusahaan. Berikut rumusnya:

$$\text{CF} = \text{Harga saham} : \text{Arus Kas Operasi Per Share}$$

### 3. *Price Book Value* (PBV)

Price to book value (PBV) adalah rasio yang digunakan untuk membandingkan harga saham terhadap nilai buku perusahaan. Dimana nilai buku yang dimaksudkan adalah total kekayaan atau aset yang dimiliki perusahaan, dengan kata lain PBV ini

mengukur bagaimana kinerja perusahaan memanfaatkan dan mengelola perusahaannya yang tercermin dari harga saham yang beredar. Berikut Rumusnya:

**PBV = Harga saham: Book Value ( Nilai Buku)**

**Book Value = Asset : Jumlah saham beredar**

Keterangan : *Price Book Value* (PBV) memiliki rasio lebih dari 1 yang tercermin dari *annual report* maka berarti nilai perusahaan semakin tinggi dan sebaliknya jika kurang dari 1 maka nilai perusahaan dianggap turun

Hubungan antara nilai perusahaan dengan pengungkapan CSR dapat dilihat melalui laporan pengungkapan CSR, bilamana dinilai baik maka akan berpengaruh terhadap penilaian investor dengan tolak ukur penanaman investasi, dengan investasi yang tinggi dapat meningkatkan penjualan harga saham yang tinggi, sehingga nilai perusahaan yang diukur dari PBV akan meningkat dan ini akan berpengaruh secara langsung terhadap pertumbuhan tingkat profitabilitas melalui penjualan aset berupa saham yang dimiliki (Kusumadilaga, 2010). Hal tersebut juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Nurul Hikmah et al., 2023) naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh tinggi rendahnya pengungkapan CSR yang dibuktikan dengan perhitungan dan pengungkapan CSR yang baik meningkatkan nilai pbv akibat penjualan saham yang meningkat yang berpengaruh pada nilai pbv yang merupakan indikator penilaian nilai perusahaan. lalu menurut (Hemastuti, 2014) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan dipengaruhi oleh tingkat profitabilitas, dimana semakin tinggi tingkat profitabilitas akan mempengaruhi kepercayaan investor dalam berinvestasi sehingga ketika arus investasi baik maka arus penjualan saham juga baik yang berpengaruh pada naiknya

nilai perusahaan. Berdasar hasil temuan tersebut, dapat diketahui bahwa formula untuk mengukur nilai perusahaan dapat dilakukan melalui perhitungan PBV.

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Disamping itu, suatu perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik jika kinerja perusahaan juga baik. Tidak lepas dari peran manajemen yang secara garis besar memiliki tujuan berupa memaksimalkan nilai perusahaan. Jika nilai dan citra perusahaan dinilai baik maka nilai saham perusahaan akan meningkat. Berdasarkan hal tersebut, maka tujuan manajemen dinyatakan dalam bentuk maksimalisasi penggunaan asset perusahaan yang ada. Dalam hal ini PBV yang merupakan rasio yang tepat untuk mengukur nilai perusahaan jangka panjang, hal ini dapat dilihat dari perbandingan nilai saham di pasar dengan nilai buku, yang mana nilai buku ini merupakan sebuah cerminan dari nilai kekayaan bersih suatu perusahaan, dengan kata lain nilai buku yang didapat dari total asset yang dikurangi total kewajiban yang ada dikelola dan digunakan secara menyeluruh sehingga tercermin dari harga pasar saham yang beredar. (E. F. H. Brigham, n.d.) PBV atau *Price Book Value* adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan, yang mana nilai buku perusahaan adalah perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham yang beredar. Berikut formula perhitungan PBV:

**PBV = Harga saham : Book Value ( Nilai Buku)**

**Book Value = Asset : Jumlah saham beredar**

### 1.5.3 Profitabilitas

(Naufal Azani PR et al., 2022) Analisis rasio berorientasi pada masa depan yang mana salah satunya adalah rasio profitabilitas yang merupakan sebuah rasio untuk meramal seberapa besar laba yang mampu dihasilkan oleh perusahaan. Pada dasarnya tujuan didirikannya sebuah perusahaan adalah memperoleh laba (profit), dalam hal ini profitabilitas menjadi sebuah pertimbangan investor dengan asumsi bahwa tingkat profitabilitas yang konsisten akan memiliki keberlanjutan bisnis yang baik dengan memperoleh *return* yang lebih tinggi dibanding dengan risikonya. Lalu menurut (Setiyowati & Mardiana, 2022) profitabilitas perusahaan memberikan perbandingan laba dan aset/modal mendapat untung. Profitabilitas juga diartikan kemampuan perusahaan mendapat laba, rasio profitabilitas dihitung dengan membandingkan keuntungan bersih dan aset (Return on Assets)

Pengungkapan sosial perusahaan diwujudkan melalui kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial. Semakin baik kinerja yang dilakukan perusahaan dalam memperbaiki lingkungannya (kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial), maka nilai perusahaan semakin meningkat sebagai akibat dari para investor yang menanamkan sahamnya pada perusahaan. Hal tersebut dikarenakan para investor lebih tertarik untuk menginvestasikan modalnya pada korporasi yang ramah lingkungan. (Reni & Anggraini, 2006) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa, hubungan tingkat profitabilitas terhadap CSR dan nilai perusahaan adalah, *Corporate Social Responsibility* akan meningkatkan nilai

perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat. Hal tersebut didukung melalui hasil penelitian (Siregar, Dahlia, 2008) juga mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap lingkungan sekitarnya, dimana akan tercermin pada keuntungan perusahaan (profit) dan peningkatan kinerja keuangan yang dilaporkan pada laporan perusahaan yang juga mencerminkan nilai dari sebuah perusahaan, dengan kata lain semakin tinggi sebuah profit maka manajer perusahaan akan dapat dengan leluasa melakukan tanggung jawab sosial dikarenakan ketersediaan dana yang ada..

Menurut Bank Indonesia yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia nomor 13/1/PBI/2011 tentang kinerja kesehatan bank yang menunjukkan profitabilitas menimbang bahwa Tingkat Kesehatan Bank adalah hasil penilaian kondisi Bank yang dilakukan terhadap risiko dan kinerja bank termasuk salah satunya kinerja keuangan perbankan. Oleh karena itu, berdasarkan peraturan Bank Indonesia no. 13/1/PBI/2011 tentang penilaian kesehatan bank metode RGEC menggantikan CAMELS sebagai tata cara penilaian bank sebelumnya. Dimana m Peraturan Bank Indonesia Nomor 6/10/PBI/2004 yang dikenal dengan metode CAMELS yaitu terdiri dari *Capital, Asset quality, Management, Earnings, Liquidity & Sensitivity to Market Risk*, seiring perkembangan usaha dan kompleksitas usaha bank membuat penggunaan metode CAMELS kurang efektif dalam menilai kinerja bank karena metode CAMELS tidak memberikan suatu kesimpulan yang mengarahkan ke satu penilaian, antar faktor memberikan penilaian yang sifatnya berbeda.

Atas landasan di atas, berdasarkan Peraturan Bank Indonesia no. 13/1/PBI/2011 indikator tingkat kesehatan bank diukur dengan menggunakan rasio RGEC yang terdiri atas :

1. *Risk Profile* (Profil Risiko)

Penilaian risiko merupakan penilaian atas risiko yang melekat pada kegiatan bisnis bank, baik yang dapat dikuantifikasikan maupun yang tidak, yang berpotensi mempengaruhi posisi keuangan bank. Penilaian kualitas penerapan manajemen risiko merupakan penilaian terhadap aspek:

(a) tata kelola risiko,

(b) kerangka manajemen risiko,

(c) proses manajemen risiko, kecukupan sumber daya manusia, dan kecukupan sistem informasi manajemen, serta kecukupan sistem pengendalian risiko dengan memperhatikan karakteristik dan kompleksitas usaha bank (SEOJK Nomor. 10/POJK.03/2014).

2. *Good Corporate Governance* (GCG)

Pengertian GCG menurut PBI Nomor 11/33/PBI/2009 tentang pelaksanaan GCG bagi BUS dan/atau UUS adalah suatu tata kelola bank yang menerapkan prinsip-prinsip transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), profesional (*profesional*), dan kewajaran (*fairness*),

### 3. *Earning* (Rentabilitas)

(Haris, H., & Hastuti, 2013) penilaian rentabilitas merupakan penilaian terhadap kondisi dan kemampuan bank untuk menghasilkan keuntungan dalam rangka mendukung kegiatan operasional dan permodalan.

### 4. *Capital* (Permodalan)

Pemodalannya bagi bank sebagaimana perusahaan pada umumnya selain berfungsi sebagai sumber utama pembiayaan terhadap kegiatan operasionalnya juga berperan sebagai penyangga terhadap kemungkinan terjadinya kerugian. Selain itu, modal juga berfungsi menjaga kepercayaan masyarakat terhadap kemampuan bank dalam menjalankan fungsinya sebagai lembaga intermediasi.

Dari indikator penilaian kesehatan bank sebagai tolak ukur profitabilitas, berikut rasio - rasio yang digunakan dalam mengukur indikator berdasar peraturan Bank Indonesia no. 13/1/PBI/2011 tentang penilaian kesehatan bank:

1. Menghitung rasio *Risk Profile* yang terdiri dari:

a. Non-Performing Loan (NPL)

Rasio Kredit diproksikan dengan Non-Performing Loan (NPL), yang merupakan perbandingan antara total kredit bermasalah terhadap total kredit yang diberikan.

**$$\text{NPL} = \frac{\text{Total Kredit Bermasalah}}{\text{Total Kredit}}$$**

b. Loan to Deposit Ratio (LDR)

Rasio likuiditas diproksikan dengan LDR, yang merupakan rasio kredit yang diberikan terhadap dana pihak ketiga (Giro, Tabungan, Sertifikat Deposito, dan Deposito). LDR ini dimaksudkan untuk mengukur kemampuan bank dalam memenuhi pembayaran kembali deposito yang telah jatuh tempo kepada

deposannya serta dapat memenuhi permohonan kredit yang diajukan tanpa terjadi penangguhan.

$$\text{LDR} = \text{Total Kredit} / \text{Total Dana Pihak Ketiga}$$

## 2. Menganalisis nilai *self assessment Good Corporate Governance*

*Assessment Good Corporate Governance*: penilaian terdiri dari 3 aspek penilaian yaitu *governance structure*, *governance process*, dan *governance outcome*

## 3. Menghitung rasio **Earning** yang terdiri dari :

### a. *Return on Assets* (ROA)

sebagai ukuran profitabilitas perusahaan yaitu rasio ini digunakan untuk mengukur kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola aset yang tersedia untuk menghasilkan laba bersih sebelum pajak.

$$\text{ROA} = \text{Laba sebelum pajak} / \text{Total asset}$$

### b. Return On Equity

Mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan, rumusnya yaitu:

$$\text{Return On Equity} = \text{Laba Setelah Pajak} / \text{Modal Sendiri}$$

### c. Beban Operasi terhadap Pendapatan Operasi (BOPO)

Rasio yang sering disebut rasio efisiensi ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank dalam mengendalikan biaya operasional terhadap pendapatan operasional.

$$\text{BOPO} = \text{Total Beban Operasional} / \text{Total Pendapatan Operasional}$$

## 4. Menghitung rasio **Capital**.

#### a. Capital Adequacy Ratio (CAR)

CAR adalah rasio yang memperlihatkan seberapa besar jumlah seluruh aktiva bank yang mengandung resiko (kredit, penyertaan, surat berharga, tagihan pada bank lain) ikut dibiayai dari modal sendiri disamping memperoleh dana-dana dari sumber-sumber diluar bank.

$$\text{CAR} = \text{Modal Bank Total} / \text{ATMR}$$

Kesimpulannya yaitu rasio profitabilitas digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba, melalui rasio inilah investor dapat mengetahui tingkat pengembalian dari investasinya. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu diketahui.

Rasio keuangan menurut (Wild, John, K.R. Subramanyam, 2005) adalah teknik analisis keuangan yang banyak digunakan oleh pengguna laporan keuangan yang dapat menghasilkan beberapa rasio dari laporan keuangan, berikut jenisnya:

#### **1. Rasio Likuiditas**

Rasio Likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Jenis-jenis dari rasio likuiditas antara lain:

a. Rasio Lancar (Current Ratio) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau hutang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Rumusnya:

$$\mathbf{CR = Aktiva Lancar / Hutang Lancar}$$

b. Rasio Cepat (Quick Ratio) merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau hutang lancar dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai perusahaan

$$\mathbf{QR = (Aktiva Lancar - Persediaan) / Hutang Lancar}$$

c. Rasio Kas (Cash Ratio) merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.

$$\mathbf{Cash Ratio = (Kas + Efek) / Hutang Lancar}$$

d. Rasio Perputaran Kas merupakan rasio yang mengukur tingkat kecukupan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan

$$\mathbf{Perputaran Kas = Pendapatan Bersih / Rata - Rata Saldo Kas}$$

## **2. Rasio Solvabilitas (*Leverage Ratio*)**

Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Jenis-jenis rasio solvabilitas antara lain:

a. *Debt to Asset Ratio* (Debt Ratio) merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total hutang dengan total aktiva.

$$\mathbf{Debt Asset Ratio = Total Hutang / Total Aktiva \times 100\%}$$

b. *Debt to Equity Ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas.

**Debt Equity Ratio = Total Hutang / Modal x 100%**

c. *Long Term Debt to Equity Ratio* merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri

**Long Term Ratio = Total Hutang Jangka Panjang / Total Ekuitas Pemegang Saham**

d. *Times Interest Earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga.

**Times Interest Ratio = Laba Sebelum bunga dan Pajak / Beban Bunga**

e. *Fixed Charge Coverage* merupakan rasio yang dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (lease contract).

**Fixed Charge Ratio = Ebit + Bunga + Angsuran Lease / Bunga + Angsuran Lease**

### 3. Rasio Aktivitas

merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi pemanfaatan sumber daya perusahaan (penjualan, persediaan, penagihan piutang, dan lainnya) atau rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan aktivitas sehari-hari. Jenis-jenis rasio aktivitas antara lain:

a. Perputaran piutang merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur beberapa lama penagihan piutang selama satu periode atau berapa kali dana yang ditanam dalam piutang ini akan berputar dalam satu periode

**Perputaran Piutang = Penjualan Kredit / Rata-rata Piutang**

b. Perputaran persediaan merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam persediaan ini berputar dalam suatu periode.

**Perputaran Persediaan = Harga Pokok Penjualan / Rata-rata Persediaan**

c. Perputaran modal kerja merupakan salah satu rasio untuk mengukur atau menilai keefektifan modal kerja perusahaan selama periode tertentu.

**Perputaran Modal Kerja = Penjualan Bersih Tahunan / Modal Kerja**

d. Fixed assets turnover merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa kali dana yang ditanamkan dalam aktiva tetap berputar dalam satu periode.

**Perputaran Modal Tetap = Penjualan Bersih / Rata – Rata Modal Tetap**

e. Total Assets Turnover merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur berapa jumlah penjualan yang diperoleh dari tiap rupiah aktiva

**Perputaran Aset Tetap = Penjualan / Total Aktiva**

#### **4. Rasio profitabilitas**

merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Berikut jenisnya :

a. *Profit Margin on Sales* merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan.

**Profit Margin = EAT/ Penjualan X 100%**

b. Return on Asset (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (return) atas jumlah aktiva yang digunakan perusahaan.

**ROA = Laba sebelum pajak / Total asset x 100%**

c. Return on Equity (ROE) merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.

$$\text{ROE} = \text{Laba sebelum pajak} / \text{Modal Sendiri} \times 100\%$$

d. Laba per Lembar Saham Biasa merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham.

$$\text{EPS} = \text{EAT} / \text{Jumlah Lembar Saham}$$

Dalam penelitian ini profitabilitas diukur melalui *Return on Assets* (ROA). Pemilihan variabel profitabilitas melalui rasio ROA (*Return On Asset*) yang mempengaruhi nilai perusahaan menekankan pada pemanfaatan penggunaan aset total yang ada secara keseluruhan, hal ini juga masih selaras dengan berkaitan dengan konsep PBV yang menggunakan total kekayaan perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari (Sari & Abundanti, 2018) yang menyebutkan bahwa Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap pertumbuhan nilai perusahaan (PBV). Menurut Hery (2016) dalam (Nurjanah & Hakim, 2018) mengungkapkan *Return On Assets* adalah hasil pengembalian atas aset (*Return On Assets*) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih, berikut formula perhitungan ROA:

$$\text{ROA} = \text{Laba sebelum pajak} / \text{Total asset}$$

#### 1.5.4 Corporate Social Responsibility

Secara konseptual *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan kepedulian perusahaan menggunakan sebagian

keuntungannya (*profit*) untuk kepentingan bersama yaitu pengembangan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan secara berkelanjutan. (Saipullah Hasan, M.A. dan Devy Andriany, 2015) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah komitmen perusahaan yang berasal dari kesadaran etis para perilaku bisnis yang berasal dari perspektif etika.

Berhubungan dengan keterkaitan antara CSR dan nilai perusahaan, hal ini seperti diungkapkan oleh (Hermawan et al., 2023) menyebutkan bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan berdasar citra yang dibentuk dari perusahaan itu sendiri sehingga dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya. Ketika modal dan investor bersinergi maka akan membentuk sebuah arus positif dari keterlibatannya di pasar dengan naiknya harga saham yang meningkatkan nilai perusahaan berdasar *Price Book Value* nya. Lalu menurut (Siregar, Dahlia, 2008) berpendapat bahwa CSR merupakan sebuah konsep pertanggungjawaban sosial perusahaan yang mendukung kinerja pasar dengan pemberian sinyal yang berarah positif. Disamping itu CSR juga berpengaruh secara tidak langsung dalam menaikkan profit perusahaan melalui peningkatan nilai yang tercermin dari tingginya harga jual saham yang diakui sebagai sebuah aset perusahaan, dengan singkat aset perusahaan akan berpengaruh positif terhadap perhitungan ROA (*Return on Assets*) dengan, (Julianto Panjaitan, 2015)

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah laporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya yang mengedepankan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable*

*development*). *Sustainability Reporting* meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi (ACCA, 2004 dalam Anggraini, 2006). Menurut Martin Freedman (2001) dalam (Kusumadilaga, 2010) dalam melaporkan kinerja sosialnya, perusahaan dapat melakukan dengan 3 kategori, yaitu :

1. Pemeriksaan Sosial (*Social Audit*)

Pemeriksaan sosial mengukur dan melaporkan dampak yang berkaitan dengan ekonomi, sosial dan lingkungan dari proses operasional yang dilakukan.

2. Laporan Sosial (*Social Report*)

Menurut (Henry dan Murtanto, 2001 dalam Kuntari dan Sulistyani, 2007) dalam (Jannah et al., 2023) ada beberapa pendekatan dalam membuat laporan sosial, antara lain:

a. *Inventory Approach*

Perusahaan mengungkapkan sebuah daftar yang membandingkan aktivitas sosial perusahaan baik itu yang berpengaruh baik atau buruk.

b. *Cost Approach*

Perusahaan membuat daftar aktiva perusahaan dengan biaya yang dikeluarkan dari aktivitas yang bersangkutan

c. *Program Management Approach*

Perusahaan mengungkapkan capaian kinerjanya melalui aktivitas sosial yang telah dilakukan,

d. *Cost Benefit Approach*

Perusahaan melaporkan pengeluaran biaya yang disertai dengan manfaat sosial yang ditimbulkan perusahaan terhadap masyarakat.

### 3. Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan (*Disclosure In Annual Report*)

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media massa.

(Nurul Hikmah et al., 2023) untuk mendukung adanya pembangunan berkelanjutan, *sustainability report* digunakan sebagai salah satu media informasi perusahaan kepada stakeholder internal maupun eksternal untuk menilai apakah manajemen suatu perusahaan menjalankan apa yang sudah menjadi tanggung jawab. *Global Reporting Initiative* (GRI), yang merupakan panduan pelaporan perusahaan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan yang digagas oleh PBB lewat Coalition for Environmental Economies (CERES) dan (UNEP) pada tahun 1997. GRI merupakan organisasi non-profit yang mempromosikan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan. GRI menyediakan kerangka pelaporan keberlanjutan yang komprehensif bagi semua perusahaan dan organisasi yang banyak digunakan diseluruh dunia.

*Global Reporting Initiative* (GRI), yaitu suatu organisasi internasional independen yang mengembangkan standar pelaporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). Sejarah dan perkembangan GRI terus dilakukan yang disesuaikan dengan issue, permasalahan, dan perkembangan industri yang ada, berikut perkembangannya :

1. GRI.1 diberlakukan mulai tahun 2000
2. GRI.2 diberlakukan mulai tahun 2002
3. GRI.3 diberlakukan mulai tahun 2006
4. GRI.3.1 diberlakukan mulai tahun 2011
5. GRI.4 diberlakukan mulai tahun 2013
6. GRI Standar diberlakukan mulai tahun 2016 yang kemudian diperbaharui lagi GRI Standar 2021.

Perkembangan GRI yang diluncurkan di klaim dari poin poin pengungkapan yang ada didalamnya, secara garis besar GRI 1 atau “*Foundation*” yang merupakan GRI yang pertama kali diluncurkan, secara garis besar GRI.1 menguraikan prinsip pelaporan, penerapan GRI standard dalam penyusunan laporan, dan pengungkapan penggunaan GRI standard lalu untuk GRI.2 dan GRI 3 menekankan pada poin general disclosure dan peran industri sesuai issue yang ada. Sedangkan untuk GRI Standar menekankan pada sisi Hak Asasi manusia termasuk salah satunya adalah hak-hak pekerja. Disamping itu, GRI (Global Reporting Initiative) menyusun standar terkait pengungkapan CSR yang terbagi kedalam 3 fokus pengungkapan, yaitu:

#### 1. Ekonomi

Dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kondisi ekonomi dari stakeholder dan sistem pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi menggambarkan:

- Arus modal di antara berbagai pemangku kepentingan; dan
- Dampak ekonomi utama dari organisasi seluruh masyarakat.

Kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya. Akan tetapi, informasi ini biasanya sudah dilaporkan dalam laporan keuangan ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

## 2. Lingkungan

Dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Indikator kinerja lingkungan terkait dengan input (bahan, energi, air) dan output (emisi/gas), limbah sungai, limbah kering/sampah). Selain itu, kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya seperti limbah lingkungan dan dampak dari produk dan jasa ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

## 3. Sosial

Dimensi sosial menyangkut keberlanjutan sebuah organisasi telah berdampak di dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial GRI mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktek perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Dari 3 fokus pengungkapan standar CSR yang berisi pengungkapan ekonomi, sosial dan lingkungan, kemudian diklasifikasikan menjadi 6 indikator pengungkapan. Hal ini juga didukung oleh pendapat (Saipullah Hasan, M.A. dan Devy Andriany, 2015) dalam buku pengantar CSR, yang menyebutkan ISO 26000 secara khusus mengatur standarisasi pengukuran CSR yang pada perkembangannya disebut GRI dengan 7 indikator pengungkapan CSR secara garis besar yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk dan isu- isu konsumen (*product responsibility performance indicator*)
7. Indikator Tata Kelola Organisasi (*organizational governance*)

Penelitian ini menggunakan GRI Standar yang telah diperbaharui yaitu GRI yang diterbitkan di tahun 2016 dimana terdiri dari 77 item pengungkapan dengan rincian item di 3 cakupan garis besar pengungkapan GRI:

- a. 13 item pengungkapan aspek ekonomi
- b. 30 item pengungkapan aspek lingkungan
- c. 34 item pengungkapan aspek sosial

Berikut rumus pengukuran indeks CSR:

**CSR Disclosure = Jumlah item pengungkapan yang dijalankan perusahaan /  
Jumlah semua item pengungkapan (77 item)**

Keretangan:

- Item pengungkapan dihitung dengan rumus CSR Disclosure berupa ceklist item yang poinnya sudah ditentukan dan tercantum dalam GRI Standar sebanyak 78 item pengungkapan

- Pemberian nilai dalam pengungkapan GRI Standar dalam ceklis dilakukan dengan tabulasi data yaitu mengamati dan mengisi tabel ceklis sesuai dengan pengungkapan CSR tiap perusahaan yang dilihat dari Sustainability Report.
- Score 0: Jika perusahaan tidak mengungkapkan item yang ada di ceklis
- Score 1: Jika perusahaan mengungkapkan item yang ada di ceklis

## **1.6 Hubungan antar Variabel**

### **1.6.1 Hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan**

(Nurul Hikmah et al., 2023) naik turunnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh tinggi rendahnya pengungkapan CSR, hal ini dibuktikan dengan perhitungan dan pengungkapan CSR yang baik meningkatkan nilai pbv akibat kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya diartikan sebagai sebuah permintaan pasar yang baik, sehingga saat permintaan meningkat berarti penjualan saham akan meningkat dan berpengaruh pada nilai pbv sebagai indikator nilai perusahaan.

### **1.6.2 Hubungan CSR dengan Profitabilitas**

(Rosiva et al., 2022) CSR dianggap sebagai salah satu atribut kunci yang menentukan reputasi dan dipercaya dapat meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR) berarti perusahaan akan mengeluarkan sejumlah biaya. Biaya pada akhirnya akan menjadi beban yang mengurangi pendapatan sehingga tingkat profit perusahaan akan menurun. Disamping itu, (Rosiva et al., 2022) juga menyebutkan bahwa CSR berpengaruh positif profitabilitas yang berarti Dalam hal ini, berarti, ketika tingkat

profitabilitas meningkat maka semakin luas pengungkapan CSR yang dapat dilakukan.

### **1.6.3 Hubungan Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan**

Profitabilitas adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sebagai salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan. Dimana hal tersebut dilihat dari sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Tedelilin, 2001) Harga saham yang meningkat mencerminkan nilai perusahaan yang baik bagi investor. Harga saham akan ikut meningkat, apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga meningkat atau profitabilitas meningkat.

### **1.6.4 Hubungan Profit dalam memediasi hubungan antara CSR dengan Nilai Perusahaan.**

(Astuti et al., 2020) profitabilitas tinggi yang dicapai perusahaan maka berdampak pada pola hubungan pengungkapan aktivitas CSR perusahaan dengan nilai perusahaan. Perusahaan yang memperoleh laba mengindikasikan bahwa kinerja keuangan sebuah perusahaan mengalami peningkatan, yang mana jika laba meningkat maka dana tersedia untuk melaksanakan CSR, jika CSR perusahaan dilaksanakan dengan baik, maka implikasinya adalah image perusahaan akan naik yang sudah tentu akan menyebabkan nilai perusahaan juga akan naik Sehingga dapat disimpulkan bahwa, CSR akan meningkatkan nilai perusahaan pada saat profitabilitas perusahaan meningkat.

## 1.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan dan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya. Berikut penelitian terdahulu terkait topik, yaitu:

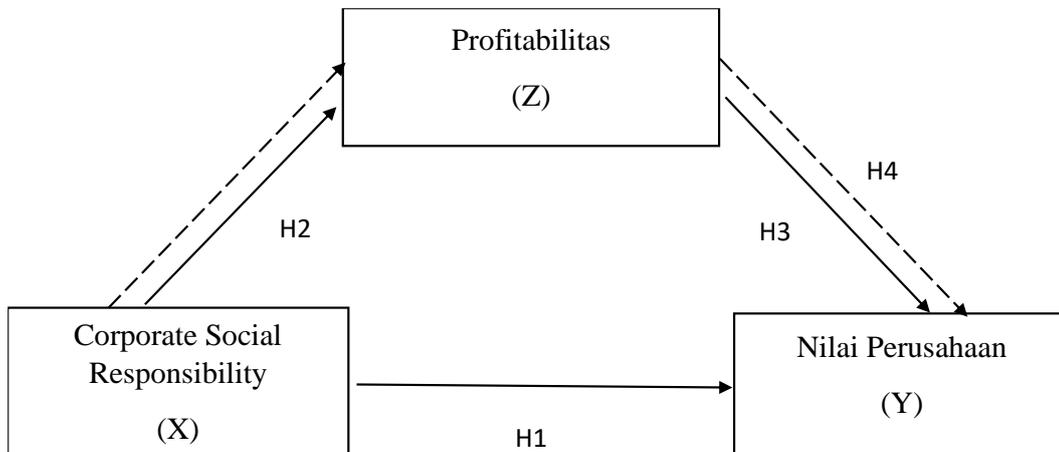
**Tabel 1. 1** Penelitian Terdahulu

No	Tahun dan Judul	Variabel	Hasil
1	Maulindatur Rosiva, Ika Wahyuni, Ida Subaida. 2022 “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020) (Rosiva et al., 2022)	(X) CSR (Y) Nilai Perusahaan (Z) Profitabilitas	1. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan positif terhadap Profitabilitas 2. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. 3. Profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai perusahaan 4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai perusahaan melalui Profitabilitas berpengaruh berpengaruh signifikan positif
2	Tri Nur Astuti, Mursalim Mursalim, Ummu Kalsum. 2020 “Intervening Profitabilitas : Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan “ (Astuti et al., 2020)	(X) CSR (Y) Nilai Perusahaan (Z) Profitabilitas	1. Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. 2. Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas 3. Profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan 4. Profitabilitas sebagai variabel Intervening tidak mampu memediasi Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

3	Managar Julianto. 2015. "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel intervening Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI" (Julianto Panjaitan, 2015)	(X) CSR (Y) Nilai Perusahaan (Z) Profitabilitas	1. CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 2. Profitabilitas berpengaruh positif hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. 3. Profit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan
4.	Cici Putri Dianawati, 2016 "Pengaruh CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Variabel Intervening (Dianawati & Fuadati, 2016)	(X) CSR (Y) Nilai Perusahaan (Z) Profitabilitas	1. CSR secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan 2. profitabilitas secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan 3. CSR melalui profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Atas dasar inkonsistensi hasil penelitian yang ada, menjadikan variabel *Corporate Social Responsibility*, nilai perusahaan dan profitabilitas menjadi fokus pengembangan dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat dari adanya perbedaan dan orisinalitas penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu terkait bagaimana variabel-variabel tersebut diuji berdasar sampel penelitian dan rentan waktu yang berbeda yaitu sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan rentan periode 2020-2022.

### 1.8 Hipotesis Penelitian



Gambar 1.2 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang masih bersifat sementara. Berikut hipotesis pada penelitian ini:

H1: Terdapat pengaruh antara CSR terhadap Nilai Perusahaan

H2: Terdapat pengaruh antara CSR terhadap profitabilitas

H3: Terdapat pengaruh antara Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

H4: Terdapat pengaruh antara CSR terhadap Nilai Perusahaan yang dimediasi oleh Profitabilitas

### 1.9 Definisi Konsep

Definisi konseptual adalah pengertian yang diberikan peneliti terhadap variable-variabel atau konsep yang hendak diukur, diteliti, dan digali datanya (Hamidi, 2010) Berikut definisi konsep yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1.9.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

(Saipullah Hasan, M.A. dan Devy Andriany, 2015) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah komitmen perusahaan yang berasal dari kesadaran etis para perilaku bisnis yang berasal dari perspektif etika.

### 1.9.2 Profitabilitas

Menurut (Setiyowati & Mardiana, 2022) profitabilitas perusahaan memberikan perbandingan laba dan aset/modal mendapat untung. Profitabilitas juga diartikan kemampuan perusahaan mendapat laba, rasio profitabilitas dihitung dengan membandingkan keuntungan bersih dan aset (Return on Assets)

### 1.9.3 Nilai Perusahaan

(E. F. . H. Brigham, n.d.) PBV atau *Price Book Value* adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan, yang mana nilai buku perusahaan adalah perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham yang beredar.

Berikut formula perhitungan PBV:

**PBV = Harga saham: Book Value (Nilai Buku)**

**Book Value = Asset : Jumlah saham beredar**

### 1.10 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah nilai yang berasal dari objek atau kegiatan yang memiliki ragam variasi tertentu yang kemudian akan ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Berikut definisi operasional dari variabel penelitian ini:

### 1.10.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

(Saipullah Hasan, M.A. dan Devy Andriany, 2015) dalam buku pengantar CSR, yang menyebutkan ISO 26000 secara khusus mengatur standarisasi pengukuran CSR yang pada perkembangannya disebut GRI dengan 7 indikator pengungkapan CSR secara garis besar yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator Kinerja Lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja (*labor practices performance indicator*)
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia (*human rights performance indicator*)
5. Indikator Kinerja Sosial (*social performance indicator*)
6. Indikator Kinerja Produk dan isu- isu konsumen (*product responsibility performance indicator*)
7. Indikator Tata Kelola Organanisasi (*organizational governance*)

Penelitian ini menggunakan GRI Standar yang telah diperbaharui yaitu GRI yang diterbitkan di tahun 2016 dimana terdiri dari 78 item pengungkapan dengan rincian item di 3 cakupan garis besar pengungkapan GRI:

- a. 13 item pengungkapan aspek ekonomi
- b. 30 item pengungkapan aspek lingkungan
- c. 34 item pengungkapan aspek sosial

Berikut rumus pengukuran indeks CSR:

**CSR Disclosure = Jumlah item pengungkapan yang dijalankan perusahaan / Jumlah semua item pengungkapan (78 item).**

### 1.10.2 Profitabilitas

Menurut (Setiyowati & Mardiana, 2022) profitabilitas perusahaan memberikan perbandingan laba dan aset/modal mendapat untung. Profitabilitas juga diartikan kemampuan perusahaan mendapat laba, rasio profitabilitas dihitung dengan membandingkan keuntungan bersih dan aset (*Return on Assets*).

**ROA = Laba sebelum pajak / Total aset.**

### **1.10.3 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai pasar saham. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dimana nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya atau nilai *Price Book Value* (PBV) memiliki rasio lebih dari 1 yang tercermin dari *annual report*. (E. F. . H. Brigham, n.d.) PBV adalah perbandingan antara harga saham dengan nilai buku perusahaan, yang mana nilai buku perusahaan adalah perbandingan antara ekuitas saham biasa dengan jumlah saham yang beredar. Berikut formula perhitungan PBV yang digunakan sebagai indikator pengukuran nilai perusahaan:

**BV = total ekuitas / jumlah saham beredar**

**PBV = harga saham / BV**

### **1.11 Metode Penelitian**

Metode penelitian dapat dikatakan sebagai suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Dengan ini, cara ilmiah yang dimaksudkan yaitu rasional atau dapat dinalar oleh akal manusia,

empiris yang berarti berdasar fakta yang didapat dari pengamatan, dan sistematis yang berarti terstruktur sesuai prosedur yang ada.

### **1.11.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian eksplanasi (*explanatory research*). *Explanatory research* merupakan metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya. Dalam penelitian ini *research* yang dimaksudkan bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan profitabilitas sebagai variabel moderating yang sesuai dengan pokok masalah dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan.

### **1.11.2 Populasi dan Sampel**

#### **1.11.2.1 Populasi**

Populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Terdapat 45 perusahaan tercatat di BEI dari sektor perbankan, dimana dengan ini, populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan pada sektor perbankan yang tercatat di BEI tahun 2020 sampai 2022.

### 1.11.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel dengan kriteria yang sesuai.

Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu:

1. Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI untuk periode 2020, 2021, dan 2022
2. Menyediakan laporan keuangan tahunan selama periode 2020, 2021, dan 2022.
3. Menyediakan *Sustainability Reporting* yang mencantumkan ceklist pengungkapan GRI selama periode 2020, 2021, dan 2022.

Berikut *list* perusahaan perbankan yang masuk dalam kriteria penelitian:

Tabel 1. 2 Daftar Nama Perusahaan

NO	NAMA PERUSAHAAN
1	Bank Rakyat Indonesia (BRI)
2	Bank Amar Indonesia
3	Bank Mega
4	Bank Central Asia
5	Bank Negara Indonesia (BNI)
6	Bank Danamon
7	Bank Tabungan Negara
8	Bank Mandiri
9	Bank CIMB Niaga
10	Bank Maybank Indonesia
11	Bank JTrust Indonesia
12	Bank Victoria Internasional
13	Bank Artha Graha Internasional
14	Bank Pembangunan Daerah Banten

### **1.11.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **1.11.3.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data kuantitatif berkala atau data kuantitatif yang memiliki *time series*. Menurut (Kuncoro, 2013), data kuantitatif adalah data yang dapat diukur dan dihitung secara langsung, mengenai informasi atau penjelasan dalam bentuk angka atau statistik, serta *time series* adalah urutan titik data untuk variabel yang biasanya diukur pada waktu yang berturut-turut pada interval waktu yang seragam (Robinson & Sciences, 2020).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data keuangan terkait harga jual saham, ROA, serta data penilaian CSR perusahaan melalui *Sustainability Reporting*.

#### **1.11.3.2 Sumber Data**

Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lainnya. Peneliti dapat menemukan sumber data ini melalui sumber data lain yang juga berkaitan dengan data yang dicari. Dalam penelitian ini, data yang didapat berasal dari pihak eksternal, yang didapat dari:

1. Bursa Efek Indonesia: [idx.co.id](http://idx.co.id)
2. Bank Rakyat Indonesia (BRI): [bri.co.id](http://bri.co.id)
3. Bank Amar Indonesia: [amarbank.co.id](http://amarbank.co.id)
4. Bank Mega: [megabank.co.id](http://megabank.co.id)
5. Bank Central Asia: [bca.co.id](http://bca.co.id)
6. Bank Negara Indonesia (BNI): [bni.co.id](http://bni.co.id)

7. Bank Danamon: danamon.co.id
8. Bank Tabungan Negara: bankbtn.co.id
9. Bank Mandiri: bankmandiri.co.id
10. Bank CIMB Niaga: cimbniaga.co.id
11. Bank Maybank Indonesia: maybank.co.id
12. Bank JTrust Indonesia: JTrust.co.id
13. Bank Victoria Internasional: victorianaml.co.id
14. Bank Artha Graha Internasional: bankarthagraha.co.id
15. Bank Pembangunan Daerah Banten: bankjateng.co.id

#### **1.11.4 Skala Pengukuran**

##### **1. Variabel Dependen**

Variabel dependen dari penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur dari nilai *Price Book Value* yang dihitung dari besarnya harga jual saham yang dibagi dengan harga saham pada nilai pasar atau nilai buku. Semakin besar nilai PBV maka nilai perusahaan juga semakin meningkat. Hasil perhitungan PBV ini berbentuk rasio yang nilainya di patok dengan ukuran:

1. Nilai PBV lebih dari satu ( $>1$ ) berarti harga jual saham tinggi
2. Nilai PBV kurang dari 1 ( $<1$ ) berarti harga jual rendah

##### **2. Variabel Intervening**

Profitabilitas sebagai variabel intervening diukur melalui rasio rasio pengukuran. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan rasio profitabilitas ROA (*Return on Asset*) dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \text{Laba sebelum pajak} / \text{Total aset}$$

### **3. Variabel Independen**

Pada penelitian ini CSR dihitung dengan indikator penilaian yang diukur dengan skala perhitungan berbentuk indeks, dimana indeks ini didapatkan dari *sustainability report* yang diolah dengan teknik tabulasi data.

#### **1.11.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angkat dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara menelusuri laporan tahunan yang terpilih menjadi sampel. Sebagai panduan, digunakan instrumen penelitian berupa *check list* atau daftar pertanyaan-pertanyaan yang berisi item-item pengungkapan pertanggungjawaban sosial.

##### **1.11.5.1 Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, nilai perusahaan dan profitabilitas pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maximum, mean, dan standar deviasi

##### **1.11.5.2 Uji Asumsi Klasik**

Pengujian asumsi klasik ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga

dimaksudkan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi yang digunakan tidak terdapat multikolinearitas dan heteroskedastisitas serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal.

#### **1.11.5.3 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik. Uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji K-S.

#### **1.11.5.4 Uji Multikolinearitas**

Multikolinearitas adalah hubungan linier antara variabel bebas. Dalam hal ini, multikolinearitas menyatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar

variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak ada korelasi diantara variabel. Bila ada korelasi yang tinggi diantara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat menjadi terganggu Untuk menguji multikolinieritas dapat melihat nilai VIF dan nilai toleransi (*tolerance value*) masing-masing variabel independen, jika nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai  $VIF < 10$ , maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.

#### **1.11.5.5 Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Run test. Uji ini merupakan bagian dari statistik non-parametrik yang dapat digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi atau tidak. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai Asymp. Sig (2-tailed) uji Run Test. Apabila nilai  $Asymp. Sig (2-tailed) > 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

#### **1.11.5.6 Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dan *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi

yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ( $Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$ ) yang telah di – studentized.

Dasar analisis:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### **1.11.5.7 Pengujian Hipotesis**

Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi dan atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Ghozali, 2016)

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah

kritis (daerah dimana  $H_0$  ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana  $H_0$  diterima.

### **1. Uji Koefisien Korelasi**

Uji korelasi dilakukan dengan dasar untuk mengetahui seberapa kuat atau kuat tidaknya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama derajat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Untuk nilai korelasi ( $r$ ) berkisar antara 1 sampai -1, dimana jika nilai semakin mendekati 1 atau -1 mengindikasikan hubungan antara dua variabel semakin kuat, dan sebaliknya, jika nilai mendekati 0 maka hubungan antara dua variabel semakin lemah. Nilai positif menunjukkan hubungan searah (X naik maka Y naik) dan nilai negatif menunjukkan hubungan terbalik (X naik maka Y turun). Untuk dapat memahami penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan besar atau kecil, terdapat pedoman dalam memberikan interpretasi korelasi, diantaranya:

1. Interval koefisien 0,00 - 0,199 berarti memiliki tingkat hubungan yang sangat rendah
2. Interval koefisien 0,20 - 0,399 berarti memiliki tingkat hubungan yang rendah
3. Interval koefisien 0,40 - 0,599 berarti memiliki tingkat hubungan yang sedang
4. Interval koefisien 0,60 - 0,799 berarti memiliki tingkat hubungan yang kuat
5. Interval koefisien 0,80 - 1,000 berarti memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat

## 2. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka  $R^2$  pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted*  $R^2$  pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti  $R^2$ , nilai *Adjusted*  $R^2$  dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan kedalam model.

## 3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat. Persamaan umum regresi linier sederhana menurut (Ghozali, 2016)) sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Nilai Perusahaan)

$a$  = Konstanta atau bila harga  $X = 0$

$b$  = Koefisien regresi, yaitu angka yang menunjukkan peningkatan atau penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Jika  $b (+)$  maka menunjukkan peningkatan dan sebaliknya jika  $b (-)$  maka menunjukkan penurunan variabel dependen.

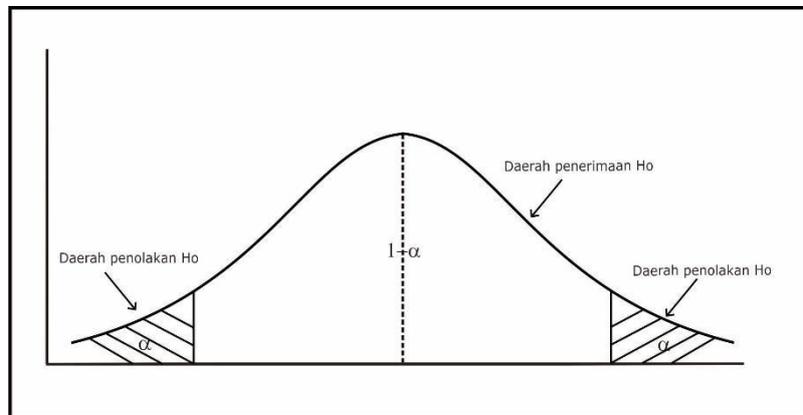
$X$  = Nilai variabel independent

#### 4. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dasarnya:

1. Jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis ditolak).
2. Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (hipotesis diterima).

Uji t dapat juga dilakukan dengan melihat nilai signifikansi t masing-masing variabel pada output hasil regresi menggunakan SPSS dengan *significance level* 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Jika nilai signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), yang berarti secara individual variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari  $\alpha$  maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), berarti secara individual variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.



**Gambar 1.3 Grafik Uji t**

#### 4. Uji Sobel

Untuk menguji pengaruh variabel intervening digunakan metode perhitungan dengan menggunakan Sobel. Pengujian hipotesis mediasi ini dapat dilakukan dengan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dikenal dengan uji Sobel (Sobel test). Pada penelitian ini, uji Sobel dilakukan dengan *Preacher Tool* pada laman <https://quantpsy.org/sobel/sobel.htm> yang di padukan dengan hasil pengujian SPSS, dengan ketentuan bilamana nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka menandakan terjadinya pengaruh mediasi, berikut data olahan SPSS yang dibutuhkan untuk melakukan uji mediasi dengan Sobel test melalui *Preacher Tool*:

$a$  = Koefisien pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi

$b$  = Koefisien pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen dengan variabel independen

$S_a$  = Stadar error dari  $a$

$S_b$  = Standar error dari  $b$

	Memasukkan:	Statistik uji:	Std. Kesalahan:	$p$ -nilai:
A	<input type="text"/>	Tes sobel: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B	<input type="text"/>	Tes Aroian: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
$s_a$	<input type="text"/>	Tes orang baik: <input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
dengan $b$	<input type="text"/>	<input type="button" value="Reset all"/>	<input type="button" value="Menghitung"/>	

Gambar 1.4 *Preacher Tool*