

THE INFLUENCE OF PROFITABILITY, COMPANY SIZE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) AND DIVIDEND POLICY ON THE VALUE OF FOOD AND BEVERAGE COMPANIES LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE FOR THE PERIOD 2019 - 2022

PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019 - 2022

**Eldora Tris Louis¹, Beatrice Joyce Rimba², Avira³, Ronald Hasudungan Rajagukguk⁴,
Septony Benyamin Siahaan⁵**
Universitas Prima Indonesia^{1,2,3,4}
Universitas Methodist Indonesia⁵
eldoratrislouis990@gmail.com¹

ABSTRACT

This study aims to analyze and test the effect of profitability, company size, corporate social responsibility (CSR), and dividend policy on the firm value of companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2019-2022 period. The population studied includes all food and beverage companies listed on the IDX, totaling 26 companies. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in 9 companies as the sample. The data analysis method applied was multiple linear regression and classical assumption tests. The results of the study indicate that, profitability, company size, and corporate social responsibility partially have a positive and significant effect on firm value, while dividend policy does not show a significant effect. Simultaneously, all these variables have a positive and significant effect on firm value in the food and beverage sector listed on the IDX during the period. The coefficient of determination analysis shows that the combination of profitability, company size, corporate social responsibility, and dividend policy can explain 68.5% of the variation in firm value, while the remaining 31.5% is influenced by other factors.

Keywords: Profitability, Company Size, Corporate Social Responsibility, Dividend Policy, and Firm Value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, corporate social responsibility (CSR), dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2022. Populasi yang diteliti mencakup seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, dengan total 26 perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sehingga diperoleh 9 perusahaan sebagai sampel. Metode analisis data yang diterapkan adalah regresi linear berganda dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan corporate social responsibility memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan kebijakan dividen tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Secara simultan, semua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI selama periode tersebut. Hasil analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa kombinasi dari profitabilitas, ukuran perusahaan, corporate social responsibility, dan kebijakan dividen dapat menjelaskan 68,5% variasi nilai perusahaan, sementara sisanya 31,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Kebijakan Dividen, dan Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Populasi Indonesia yang besar menawarkan peluang pasar yang signifikan bagi perusahaan dalam

memasarkan produk konsumsi, khususnya makanan dan minuman.

Meningkatnya urbanisasi, perubahan gaya hidup, dan pertumbuhan ekonomi telah

menyebabkan persaingan yang semakin ketat di antara perusahaan-perusahaan makanan dan minuman yang beroperasi di negara ini.

Di pasar modal, harga saham sering kali dianggap sebagai refleksi nilai perusahaan, memberikan pandangan objektif kepada investor mengenai potensi investasi. Kinerja perusahaan dalam pengelolaan modal untuk mencapai profitabilitas juga mencerminkan nilai perusahaan. Profitabilitas menjadi salah satu indikator utama kinerja yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya.

Ukuran perusahaan mencakup berbagai faktor yang mencerminkan skala operasi dan kompleksitas organisasi. Metrik yang umum digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan meliputi pendapatan tahunan, jumlah karyawan, total aset, nilai pasar, pangsa pasar, nilai ekuitas, kapasitas produksi, investasi infrastruktur, kedalaman pasar, dan kemampuan riset dan pengembangan.

CSR dan nilai-nilai bisnis terkait erat. Reputasi perusahaan, citra merek, serta kebahagiaan dan loyalitas pelanggan semuanya dapat ditingkatkan dengan inisiatif CSR yang efektif. CSR juga dapat menurunkan masalah hukum, menarik investor yang peduli dengan keberlanjutan, dan meningkatkan daya tarik perusahaan sebagai tempat kerja.

Sementara bisnis memprioritaskan pertumbuhan berkelanjutan untuk memastikan kelangsungan hidup mereka dan memberi penghargaan kepada pemegang saham, investor sering berusaha meningkatkan kesejahteraan mereka dengan mengantisipasi pengembalian dari dividen dan keuntungan modal. Untuk memenuhi ekspektasi dividen pemegang saham tanpa menghambat

ekspansi perusahaan, kebijakan dividen sangat penting. Investor yang ragu untuk mengambil risiko biasanya memilih dividen daripada capital gain karena mereka percaya bahwa dividen yang diterima hari ini bernilai lebih dari capital gain yang akan diperoleh nanti.

Tinjauan Pustaka

Teori Pengaruh Variabel Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Murhadi (2017:37), laba bersih merupakan bagian akhir dalam laporan laba rugi yang mencerminkan kinerja perusahaan dalam memberikan hasil bagi pemegang saham. Laba bersih ini akan dimanfaatkan perusahaan untuk pengembangan usaha yang biasa disebut saldo laba (*retained earnings*) dan pembayaran dividen baik bagi pemegang saham preferen dan pemegang saham biasa. Apabila laba bersih disisihkan untuk pengembangan usaha, maka hal ini akan berdampak pada kinerja perusahaan di masa mendatang.

Menurut Suhatmi (2024:39), bagi investor ROE merupakan ukuran yang tepat untuk mengukur kinerja karena *return* dibandingkan dengan besaran dana sendiri yang diinvestasikan. Karena itu fokus bagi investor adalah meningkatkan ROE.

Menurut Deviesa (2019:254), walaupun bukan satu-satunya ukuran keberhasilan perusahaan, upaya memaksimalkan laba sangat dibutuhkan bagi keberlangsungan perusahaan. Laba juga menjadi ukuran dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Informasi laba juga sering kali digunakan manajer untuk mengukur kinerja setiap segmen. Analisis profitabilitas merupakan analisis dalam mengukur kemampuan perusahaan mencetak laba.

H₁: Profitabilitas berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.

Teori Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Riyanto (2015:299), suatu perusahaan yang besar dimana saham nya tersebar sangat luas, setiap perluasan modal saham hanya akan mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kemungkinan hilangnya atau tergesernya kontrol dari pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya perusahaan yang kecil dimana saham nya hanya tersebar di lingkungan kecil, penambahan jumlah saham akan mempunyai pengaruh yang besar terhadap kemungkinan hilangnya kontrol pihak dominan terhadap perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Hakim (2024:184), bagi perusahaan besar tentu memiliki kemudahan dalam mengakses pasar dibandingkan dengan perusahaan kecil atau perusahaan yang sedang merintis, dimana perusahaan baru atau yang sedang merintis belum memiliki kepercayaan yang tinggi di masyarakat dan investor. Hal tersebut dikarenakan pada perusahaan besar telah memiliki catatan historis mengenai profitabilitas dan stabilitas laba, sehingga investor lebih mudah memprediksi laba perusahaan dan pertumbuhan di masa yang akan datang.

Menurut penelitian Yanti dan Darmayanti (2019), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan gambaran perusahaan untuk menunjukkan keberhasilan sebuah perusahaan dalam mengelola kegiatan operasi. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan cenderung lebih banyak menarik

investor, hal ini dikarenakan investor lebih mudah mengakses kepasar modal.

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.

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

Menurut Darmawan (2024:231), CSR dalam budaya organisasi menciptakan landasan kuat untuk pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, menunjukkan komitmen nyata terhadap peran sebagai anggota yang bertanggung jawab dalam komunitas global. Sebagai bagian dari etika bisnis dan tanggung jawab sosial, integritas nilai-nilai CSR dalam budaya perusahaan menjadi pondasi kokoh untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan.

Menurut penelitian Khofifah dkk (2022), menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan perusahaan yang bertanggung jawab atas dampak negatif yang ditimbulkan selama perusahaan itu beroperasi akan membuat investor percaya akan masa depan perusahaan tersebut. Kemauan baik, komitmen dan kepedulian usaha menyisihkan dana untuk aktivitas CSR secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi dunia bisnis sendiri diantaranya dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut penelitian Hidayat (2021), menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan akan berusaha

menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapatkan respon yang baik pula. Dalam teorinya menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Salah satu informasi tersebut adalah aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

H₃: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.

Teori Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Nidar (2023:257), semakin besar target laba ditahan, semakin kecil kemungkinan perusahaan menerbitkan saham baru. Karena biaya modal sendiri ditentukan oleh besar kecilnya laba ditahan dan besar kecilnya laba ditentukan oleh DPR maka kebijakan dividen mempengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Wardiyah (2017:142), kebijakan dividen merupakan kebijakan tentang berapa banyak bagian keuntungan yang dibagikan sebagai dividen. Keputusan untuk menentukan berapa banyak dividen yang harus dibagikan kepada pemegang saham, khususnya pada perusahaan yang *go public* akan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan yang tercermin dari harga saham.

Menurut Musthafa (2017:141), kebijakan dividen adalah keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau akan ditahan dalam bentuk laba ditahan guna pembiayaan investasi di masa yang

akan datang. Besarnya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham ditentukan dengan persentase yang disebut DPR. DPR merupakan perbandingan antara dividen yang dibayarkan dengan laba bersih. Semakin tinggi DPR, akan menguntungkan bagi investor selaku pemegang saham, sebaliknya akan memperlemah internal finansial perusahaan.

H₄: Kebijakan Dividen berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2019-2022.

METODOLOGI PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar Efek Indonesia periode 2019-2022 yang berjumlah 26 perusahaan.

Adapun teknik pengambilan sampel yang dapat dipergunakan dalam penelitian ini adalah *sampling purposive*. Total data sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 36 sampel yang diambil dari jumlah sampel 9 dikalikan dengan 4 periode penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh melalui studi dokumentasi yaitu mengumpulkan data dari Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 sampai dengan 2022.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Data sekunder penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022 dengan website Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Analisis Statistik Deskriptif

Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	36	,037	,420	,11624	,075885
LnTA	36	20,927	32,826	28,53656	3,061943
CSR	36	,214	,718	,49193	,124387
DPR	36	,002	8,012	,76479	1,342707
PBV	36	,271	29,661	4,42687	5,923451
Valid N (listwise)	36				

Hasil deskriptif statistik berikut terbukti dari data pada Tabel di atas:

1. Variabel profitabilitas (X_1) memiliki nilai rata-rata 0,11624, standar deviasi 0,075885, nilai minimum 0,037 dari Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada tahun 2020, dan nilai maksimum 0,420 dari Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2019.
2. Variabel ukuran perusahaan (X_2) memiliki nilai rata-rata 28,53656 dan standar deviasi 3,061943. Nilai terendah adalah 20.927 dari Delta DJakarta Tbk pada tahun 2020, dan nilai tertinggi adalah 32.826 dari Indofood Sukses Makmur Tbk pada tahun 2022.
3. Variabel *Corporate Social Responsibility* (X_3) memiliki nilai rata-rata 0,49193, standar deviasi 0,124387, nilai minimum 0,214 dari Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk pada tahun 2019, dan nilai maksimum 0,718 dari Garudafood Putra Putri Jaya Tbk pada tahun 2022.
4. Variabel kebijakan dividen (X_4) memiliki nilai rata-rata 0,76479, standar deviasi 0,1342707, nilai minimum 0,002 dari Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2020, dan

nilai maksimum 8,012 dari PT Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2022.

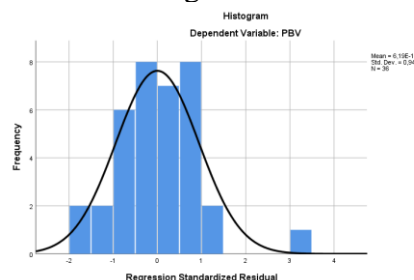
5. Variabel nilai perusahaan (Y) memiliki nilai minimum 0,271 dari perusahaan PT Nippon Indosari Corpindo Tbk pada tahun 2022, nilai maksimum 29,661 dari perusahaan Multi Bintang Indonesia Tbk pada tahun 2019, nilai mean 4,42687 dan nilai standard deviation variabel ini adalah 5,923451.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

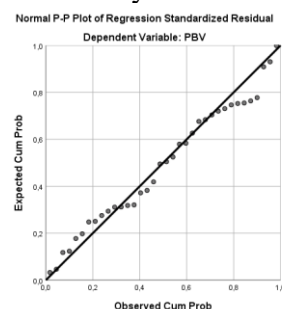
1. Analisis Grafik

a. Grafik Histogram



Terbukti dari gambar di atas bahwa gambar garis berbentuk seperti lonceng dan tidak berbelok ke kiri atau kanan. Ini menunjukkan bahwa data didistribusikan secara normal dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Grafik Probability Plot



Data (titik) tersebar di sepanjang garis diagonal dan mengikuti arahnya pada gambar di atas. Distribusi normal data dapat dijelaskan dengan ini.

2. Uji dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,12860306
Most Extreme Differences	Absolute	,125
	Positive	,125
	Negative	-,068
Test Statistic		,125
Asymp. Sig. (2-tailed)		,167 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Nilai 0,167 (Asymp. Sig. 2-tailed) diperoleh berdasarkan temuan keluaran yang ditunjukkan pada tabel di atas. Data dianggap didistribusikan secara teratur karena tingkat signifikansi lebih tinggi dari 5% (0,05).

Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-23,419	6,883		-3,402	,002		
	ROA	69,500	7,846	,890	8,859	,000	,891	1,123
	LnTA	,490	,198	,253	2,475	,019	,859	1,164
	CSR	12,253	4,641	,257	2,640	,013	,948	1,055
	DPR	-,324	,428	-,073	-,757	,455	,956	1,046

a. Dependent Variable: PBV

Terbukti dari temuan penelitian pada Tabel di atas bahwa:

1. Nilai VIF variabel profitabilitas adalah 1,123 dan nilai toleransinya adalah 0,891. Menurut hasil uji multikolinearitas, tidak ada tanda-tanda multikolinearitas karena nilai toleransi lebih tinggi dari 0,10 (0,891 > 0,10) dan nilai VIF kurang dari 10 (1,123 < 10).
2. Nilai toleransi dan nilai VIF variabel ukuran perusahaan masing-masing adalah 0,859 dan 1,164. Menurut hasil uji multikolinearitas, tidak ada tanda-tanda multikolinearitas karena nilai toleransi lebih tinggi dari 0,10 (0,859 > 0,10) dan nilai VIF kurang dari 10 (1,164 < 10).
3. Nilai VIF untuk variabel *Corporate Social Responsibility* adalah 1,055, dan nilai toleransinya adalah 0,948. Menurut hasil uji multikolinearitas, tidak ada tanda-tanda multikolinearitas karena nilai

toleransi lebih tinggi dari 0,10 (0,948 > 0,10) dan nilai VIF kurang dari 10 (1,055 < 10).

4. Nilai VIF untuk variabel Kebijakan Dividen adalah 1,046, dan nilai toleransinya adalah 0,956. Menurut hasil uji multikolinearitas, tidak ada tanda-tanda multikolinearitas karena nilai toleransi lebih tinggi dari 0,10 (0,956 > 0,10) dan nilai VIF kurang dari 10 (1,046 < 10).

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

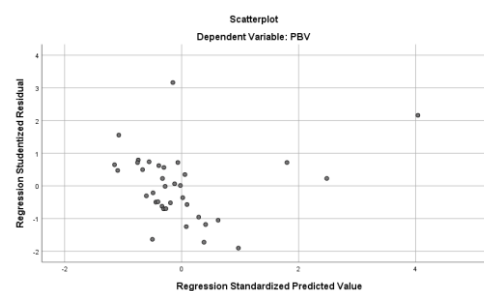
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000 ^a	1,000	1,000	,000000	1,735

a. Predictors: (Constant), Unstandardized Residual, DPR, CSR, ROA, LnTA

b. Dependent Variable: PBV

Hasil uji autokorelasi pada tabel di atas menunjukkan bahwa hasil uji autokorelasi menggunakan uji *DW* berada pada nilai $du < d < 4 - du$, yaitu $1,7245 < 1,735 < 2,2755$, artinya tidak ada autokorelasi positif atau negatif karena telah memenuhi persyaratan uji *DW*.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

1. Analisis Grafik *Scatter Plot*

Terbukti dari grafik yang menyertainya bahwa titik-titik tersebar secara acak di atas dan di bawah 0 pada sumbu Y.

2. Uji menggunakan statistik yaitu dengan metode Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,069	4,212		,729	,472
	ROA	5,962	4,801	,228	1,242	,224
	LnTA	-,050	,121	-,077	-,409	,685
	CSR	,323	2,840	,020	,114	,910
	DPR	-,158	,262	-,107	-,604	,550

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil penelitian pada Tabel di atas dapat dilihat bahwa :

1. Nilai signifikansi untuk variabel profitabilitas adalah 0,224. Temuan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05 ($0,224 > 0,05$).
2. Nilai signifikansi untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah 0,685. Dapat disimpulkan dari hasil uji heteroskedastisitas bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05 ($0,685 > 0,05$).
3. Nilai signifikansi untuk variabel *Corporate Social Responsibility* adalah 0,910. Dapat disimpulkan dari hasil uji heteroskedastisitas bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05 ($0,910 > 0,05$).
4. Nilai signifikansi Variabel Kebijakan Dividen adalah 0,550. Dapat disimpulkan dari hasil uji heteroskedastisitas bahwa tidak ada heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih tinggi dari 0,05 ($0,550 > 0,05$).

Hasil Analisis Data Analisa Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-23,419	6,883		-3,402	,002
	ROA	69,500	7,846	,890	8,859	,000
	LnTA	,490	,198	,253	2,475	,019
	CSR	12,253	4,641	,267	2,640	,013
	DPR	-,324	,428	-,073	-,757	,455

a. Dependent Variable: PBV

$$PBV = -23,419 + 69,500 ROA + 0,490 LnTA + 12,253 CSR - 0,324 DPR$$

Data berikut berasal dari persamaan model regresi linier hipotesis studi:

1. PBV usaha makanan dan minuman yang tercatat di BEI dari tahun 2019 hingga 2022 adalah -23.419 jika faktor profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *Corporate Social Responsibility* dianggap sebagai konstanta atau nol.
2. 69.500 adalah nilai Koefisien ROA (b_1). Ini menunjukkan bahwa PBV akan naik sebesar 69.500 untuk setiap kenaikan ROA satu kali.
3. Koefisien Logaritma Natural Total Aset (b_2) memiliki nilai 0,490. Hal ini mengindikasikan bahwa PBV akan naik sebesar 0,490 untuk setiap kenaikan Logaritma Natural Total Aset satu kali.
4. Koefisien *Corporate Social Responsibility* (b_3) memiliki nilai 12,253. Hal ini mengindikasikan bahwa PBV akan naik sebesar 12.253 untuk setiap peningkatan satu kali dalam *Corporate Social Responsibility*.
5. Rasio Pembayaran Dividen (b_4) memiliki nilai 0,324. Hal ini mengindikasikan bahwa PBV akan naik sebesar 0,324 untuk setiap kenaikan satu kali dalam DPR.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 ^a	,721	,685	3,324326

a. Predictors: (Constant), DPR, CSR, ROA, LnTA

b. Dependent Variable: PBV

Nilai R^2 yang disesuaikan sebesar 0,685 pada Tabel di atas menunjukkan hasil analisis regresi. Artinya, variansi nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan 68,5% variasi ukuran perusahaan, kebijakan dividen, profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility*. Sementara faktor lain mempengaruhi sisanya 31,5%.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	885,469	4	221,367	20,031	,000 ^b
	Residual	342,585	31	11,051		
	Total	1228,055	35			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), DPR, CSR, ROA, LnTA

Seperti yang dapat diamati dari Tabel di atas, hasil penggunaan rumus $df1 = K - 1$ dan $df2 = N - K$ menghasilkan F_{hitung} sebesar 20,031 dan F_{tabel} sebesar 2,68. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($20,031 > 2,68$) dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) menunjukkan bahwa posisi titik uji signifikansi berada di area penolakan H_0 , atau bahwa H_1 diterima, menunjukkan bahwa nilai perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI selama periode 2019–2022 dipengaruhi secara signifikan oleh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan kebijakan dividen semuanya pada saat yang sama.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji-t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-23,419	6,883		-3,402	,002
	ROA	69,500	7,846	,890	8,859	,000
	LnTA	,490	,198	,253	2,475	,019
	CSR	12,253	4,641	,257	2,640	,013
	DPR	-,324	,428	-,073	-,757	,455

a. Dependent Variable: PBV

Berikut ini adalah temuan pengujian statistik parsial:

1. Variabel profitabilitas memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai t_{tabel} , dapat digunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan bahwa perhitungan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,859 > 2,03951$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa variabel profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022.

- Variabel ukuran perusahaan mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,019 < 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai t_{tabel} dapat menggunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,475 > 2,03951$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2022.
- Variabel *corporate social responsibility* mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,013 < 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai t_{tabel} dapat menggunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,640 > 2,03951$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel *corporate social responsibility* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2022.
- Variabel kebijakan dividen mempunyai nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,455 > 0,05$) dan untuk mendapatkan nilai t_{tabel} dapat menggunakan rumus $df = N - K$, sehingga dapat disimpulkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,757 < 2,03951$) maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang berarti bahwa variabel kebijakan dividen secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2022.

Pembahasan Hasil Penelitian Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Temuan studi menunjukkan bahwa, untuk perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 dan 2022, profitabilitas memiliki dampak yang menguntungkan dan cukup besar pada valuasi perusahaan.

Temuan penelitian ini mendukung teori Setiawan dan Kusri (2010:74), yang berpendapat bahwa ROE yang tinggi menunjukkan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan pengembalian yang besar bagi pemiliknya. Keinginan pembeli untuk saham meningkat dengan kapasitas perusahaan untuk menghasilkan uang bagi pemegang saham. Harga saham naik sebanding dengan ROE yang diinginkan pembeli

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yanti dan Darmayanti (2019) yang menyatakan bahwa profitabilitas secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan, hal ini menandakan bahwa ketika profitabilitas meningkat di sektor makanan dan minuman di BEI, hal itu menandakan bahwa nilai perusahaan juga akan meningkat, dan karena investor melihat peningkatan kinerja keuangan perusahaan.

Kesulitan dalam penelitian ini diatasi oleh temuan dan hipotesis. Dimana profitabilitas selalu diikuti dengan kenaikan atau penurunan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial

berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan di perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022.

Temuan penelitian ini mendukung teori tersebut. Menurut Riyanto (2015:299), setiap peningkatan modal saham untuk perusahaan besar dengan saham yang didistribusikan secara luas hanya akan sedikit berdampak pada kemungkinan pergeseran kendali dari pihak dominan ke perusahaan yang bersangkutan. Sebaliknya, untuk bisnis kecil dengan jumlah saham terbatas, kemungkinan kehilangan kendali pihak dominan atas bisnis akan dipengaruhi secara signifikan oleh peningkatan jumlah saham.

Temuan penelitian ini konsisten dengan penelitian Khofifah, Meiriasari, dan Pebriani (2022), yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berdampak pada nilainya. Ukuran perusahaan yang tinggi juga berkontribusi pada nilainya yang lebih tinggi. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa bisnis besar biasanya memiliki keadaan yang lebih stabil. Harga saham perusahaan mengalami kenaikan di pasar modal karena kondisi tersebut. Investor memegang bisnis besar dengan standar tinggi. Harga saham pasar modal dapat naik sebagai akibat dari meningkatnya permintaan saham perusahaan. Kenaikan tersebut menunjukkan bahwa bisnis tersebut dinilai lebih tinggi.

Kesulitan dalam penelitian ini diatasi oleh temuan dan hipotesis. Dimana ukuran perusahaan selalu diikuti dengan kenaikan atau penurunan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Temuan studi menunjukkan bahwa, untuk perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI antara tahun 2019 dan 2022, *Corporate Social Responsibility* secara signifikan dan positif mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini searah dengan teori Darmawan (2024:231), *Corporate Social Responsibility* dalam budaya organisasi menciptakan landasan kuat untuk pengambilan keputusan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, menunjukkan komitmen nyata terhadap peran sebagai anggota yang bertanggung jawab dalam komunitas global. Sebagai bagian dari etika bisnis dan tanggung jawab sosial, integritas nilai-nilai CSR dalam budaya perusahaan menjadi pondasi kokoh untuk mencapai tujuan bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayat (2021) yang menyebutkan bahwa CSR secara parsial mempengaruhi nilai perusahaan. Pengungkapan CSR merupakan sinyal yang baik bagi investor dan pemangku kepentingan, perusahaan yang aktif dalam melakukan pengungkapan CSR akan menarik minat investor sehingga permintaan saham akan meningkat dan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan.

Hasil penelitian dan teori ini menjawab apa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini. Dimana CSR selalu diikuti oleh peningkatan atau penurunan nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman terdaftar di BEI pada periode 2019-2022.

Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Temuan studi menunjukkan bahwa kebijakan dividen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2022.

Hasil penelitian ini tidak searah dengan teori Sartono (2010:281), menunjukkan bahwa lebih banyak pembayaran dividen mungkin akan menghasilkan harga saham yang lebih tinggi. Akibatnya, menaikkan harga saham meningkatkan nilai perusahaan.

Temuan penelitian ini searah dengan penelitian Miftahurrohmah (2014), yang tidak menemukan hubungan antara kebijakan dividen dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan tidak terpengaruh oleh perubahan pembayaran dividen.

Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan

Hasil simultan (uji statistik F) yang telah dikelola, menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{table}$ ($20,031 > 2,68$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) yang membuktikan bahwa variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* dan kebijakan dividen secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dalam perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2019-2022

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, tanggung jawab sosial perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI periode 2019-2022. Berikut kesimpulan yang diambil dari penelitian ini berdasarkan temuan penelitian:

1. Profitabilitas secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022.
2. Ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan di perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022.
3. Corporate Social Responsibility secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang tercatat di BEI pada periode 2019-2022
4. Kebijakan dividen secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2022.
5. Profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR dan kebijakan dividen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2022.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis dikemukakan, saran-saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut :

1. Di masa depan, akademisi harus lebih fokus pada variabel yang sedang diselidiki dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana profitabilitas, ukuran perusahaan, CSR, dan kebijakan dividen memengaruhi nilai perusahaan.
2. Untuk memasukkan variabel independen tambahan yang berdampak pada nilai perusahaan

bagi peneliti berikut.

3. Disarankan agar Universitas Prima Indonesia mengimplementasikan temuan penelitian ini untuk penelitian di masa depan.
4. Penelitian berfungsi sebagai masukan bagi investor, menarik kreditur dan investor untuk melakukan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan. 2024. *Perencanaan Bisnis*. Cetakan Pertama, Jakarta Timur : PT Bumi Aksara.
- Deviesa, Devie. 2019. *Akuntansi Manajemen – Strategis dan Praktis*. Ed.1, Yogyakarta : CV. Andi Offset.
- Dewi, Valentina Sinta & Ekadjaja, Agustin. 2020. *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur*. Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara. Vol. 2, No.1, Januari 2020.
- Hakim, Muhammad Fazrul. 2024. *Manajemen Keuangan Teori dan Penerapannya*. Cetakan I. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Harmono. 2015. *Manajemen Keuangan : Berbasis Balanced Scorecard*. Ed.1, Cetakan 4. Jakarta : Bumi Aksara.
- Hidayat, Dhwan Fasya Nur. 2021. *Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, good corporate governance, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan*. Jurnal Universitas Muhammadiyah Magelang. 28 Juli 2021.
- Khofifah, Dinda Nur. 2022. *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan*

- Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)*. Jurnal Bisnis, Manajemen dan Ekonomi. 01 Januari 2022.
- Murhadi, Werner. 2017. *Analisis Laporan Keuangan, Proyeksi dan Valuasi Saham*. Cetakan Kedua. Jakarta : Salemba Empat.
- Musthafa. 2017. *Manajemen Keuangan*. Edisi I. Yogyakarta : ANDI.
- Narimawati, Umi & dkk. 2020. *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis*. Edisi.I. Yogyakarta : ANDI (Anggota IKAPI).
- Nidar, Dr. Sulaeman Rahman. 2023. *Manajemen Keuangan Perusahaan Modern*. Edisi Kedua. Bandung : Reka Cipta.
- Riyanto, Bambang. 2015. *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Cetakan ke-14, Yogyakarta : Anggota IKAPI.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Edisi Baru. Bandung : Alfabeta.
- Suhatmi, Erna Chotidjah. 2024. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Wardiyah, Mia Lasmi. 2017. *Manajemen Pasar Uang & Pasar Modal*. Cetakan ke-1, Bandung : CV Pustaka Setia.
- Yanti, I Gusti Ayu Diah Novita & Darmayanti, Ni PutuAyu. 2019. *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan Dan Minuman*. E-Jurnal Manajemen. Vol.8 , No.4, 2019.
- www.idx.co.id