

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), Pertumbuhan Penjualan, dan Intensitas Modal terhadap Nilai Perusahaan

Alya Zhafira¹, Christina Dwi Astuti²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti^{1,2}

023002108010@std.trisakti.ac.id¹, cdwi_astuti@trisakti.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to explore the connection between corporate social responsibility (TJSL) disclosure, sales growth, and capital intensity in relation to firm value, incorporating profitability and leverage as control variables. The research takes a quantitative approach, analyzing secondary data and focusing on companies in the consumer non-cyclical sector listed on the Indonesia Stock Exchange from 2018 to 2022. Through purposive sampling, 198 observational samples were gathered between 2018 and 2022. The data analysis, conducted using the SPSS version 29.0 program, involved multiple linear regression analysis. The findings highlight a significant positive impact of capital intensity on firm value. However, corporate social responsibility disclosure and sales growth show no noticeable effect on firm value based on the results of this study.

Keywords: Firm Value, Corporate Social Responsibility Disclosure, Sales Growth, Capital Intensity, Profitability, and Leverage

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), pertumbuhan penjualan, dan intensitas modal terhadap nilai perusahaan, dengan memasukkan profitabilitas, dan leverage sebagai variabel kontrol. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data sekunder dan berfokus pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2018-2022. Melalui purposive sampling, dikumpulkan 198 sampel observasi antara tahun 2018 hingga 2022. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29.0, menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan terdapat dampak positif dari intensitas modal terhadap nilai perusahaan. Namun pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL) dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan berdasarkan hasil penelitian ini.

Kata kunci : Nilai Perusahaan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, Pertumbuhan Penjualan, Intensitas Modal, Profitabilitas, dan Leverage

PENDAHULUAN

Pada dunia bisnis, persaingan memaksa organisasi untuk menghadapi situasi yang kompleks. Mengingat keadaan ini, perusahaan harus menjamin kelangsungan hidupnya dengan mencari sumber daya keuangan yang berupa modal, merumuskan strategi dan konsep inovatif untuk masa depan, dan menumbuhkan persepsi konsumen yang positif terhadap perusahaan. Modal adalah cara yang paling efisien untuk

mempertahankan suatu perusahaan. Sumber pendanaan potensial dapat diperoleh dari pemangku kepentingan eksternal yang cenderung berinvestasi dalam perusahaan. Dalam menumbuhkan minat investor tentunya perusahaan harus terus menumbuhkan nilai perusahaan menjadi lebih optimal. Dengan mengoptimalkan nilai perusahaan juga akan mempengaruhi tolak ukur kualitas perusahaan di mata investor. Suatu perusahaan yang berkualitas harus mempunyai kemampuan dalam mengelola aspek finansial dan *non-finansialnya* guna meningkatkan nilai perusahaan Munawaroh dalam (Murnita & Putra, 2018). Hal itu akan memastikan kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang.

Mengoptimalkan nilai perusahaan secara tidak langsung akan mengoptimalkan persepsi positif dari para investor tentang prestasi perusahaan. Hal itu sering kali dihubungkan dengan kenaikan harga saham. Sebagaimana harga saham suatu perusahaan naik, nilai perusahaan secara keseluruhan juga cenderung naik (Septinurika et al., 2020). Tujuan dari peningkatan nilai perusahaan ialah guna membangun kepercayaan pasar terhadap performa dan masa depan perusahaan.

Harga pasar saham perusahaan merupakan komponen yang bisa dipakai guna menetapkan nilai perusahaan. Evaluasi komprehensif investor terhadap setiap ekuitas tercermin dari harga pasar saham perusahaan. Harga saham berfungsi sebagai barometer kinerja manajemen suatu perusahaan, yang mencerminkan pendapat konsensus seluruh pelaku pasar. Dengan asumsi bahwa harga saham termasuk pengganti yang baik untuk nilai perusahaan, meningkatkan nilainya sama dengan meningkatkan harga pasar saham. Jika dikaji mengenai fluktuasi nilai perusahaan dalam kaitannya dengan penilaian saham di pasar modal, fenomena ini menjadi bahan perbincangan yang menarik. Karena setiap bisnis punya satu tujuan utama, yaitu memaksimalkan nilai bagi pemegang sahamnya.

Pada konteks bisnis kontemporer, diharapkan bagi perusahaan untuk memprioritaskan tanggung jawab sosial dan lingkungan di samping memprioritaskan profitabilitas finansial. Pengungkapan TJSJ sangat penting karena memperlihatkan dedikasi perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya agar memberikan manfaat positif bagi masyarakat serta lingkungan setempat (Afifah et al., 2021). Tanggung jawab perusahaan berupa program TJSJ dibentuk sebagai respons pada dampak sosial serta lingkungan akibat yang ditimbulkan oleh perusahaan. Tindakan pengungkapan TJSJ yang dilakukan oleh dunia usaha memperlihatkan kepedulian mereka terhadap lingkungan eksternal. Melalui penerapan praktik TJSJ, dunia usaha dapat meningkatkan penerimaan masyarakat dan memastikan keberlanjutan operasi mereka. Perusahaan juga memperlihatkan dedikasinya terhadap manajemen bisnis jangka panjang secara tidak langsung. Hal ini memberikan indikasi positif kepada investor bahwasanya organisasi akan mempertahankan keberlanjutannya dan nilai perusahaannya akan meningkat (Cristofel & Kurniawati, 2021).

Mengenai pertumbuhan penjualan suatu perusahaan, investor juga memberikan penekanan yang besar ketika mengambil keputusan untuk berinvestasi. Pertumbuhan penjualan termasuk gambaran pasar terhadap minat konsumen terhadap sebuah produk di suatu perusahaan dengan industri sejenis (Wahyudi, 2020). Hal itu membuat persaingan di pasar yang semakin ketat dan perusahaan harus membuat strategi agar produknya dapat bersaing di pasar. Pertumbuhan penjualan yang tinggi artinya perusahaan itu berpeluang untuk lebih besar mendapatkan laba ataupun keuntungan dan bisa menjalankan operasionalnya secara berkelanjutan (Apriliana et al., 2023).

Adapun untuk memastikan penjualan yang berkelanjutan perusahaan perlu memastikan pertumbuhan penjualan produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah. Solusi dalam menghadapi bentuk kebutuhan pasar yang bisa berubah diantaranya dengan pengembangan produk baru, ekspansi pasar, strategi pemasaran yang efektif dan pengelolaan modal yang efisien. Manajemen perusahaan memperhitungkan dampak positif dari pertumbuhan penjualan yang stabil atau kuat terhadap profitabilitas ketika mengevaluasi nilai perusahaan (Fajriah et al., 2022).

Menurut Brigham dan Houston dalam (Margaretha et al., 2021) intensitas modal mengacu pada sejauh mana perusahaan bergantung pada investasi modal dalam bentuk aset tetap untuk operasionalnya dan seberapa efektif perusahaan memakai aset untuk operasional perusahaan. Manajemen modal yang efisien menjadi penting untuk menjaga profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan. Saat mengukur keuntungan suatu perusahaan, tingkat profitabilitasnya berfungsi sebagai indikator. Nilai profitabilitas suatu perusahaan termasuk indikator kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan dari total modal kerjanya, termasuk modal yang ditanamkan oleh investor dan modal milik perusahaan, terutama dalam aktivitas operasional serta menghasilkan penjualan. Meningkatnya keuntungan penjualan perusahaan mendorong meningkatnya minat investor terhadap perusahaan (Aniatun et al., 2022). Hal ini secara tidak langsung akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Namun perlu diingat bahwasanya sebelum mengukur tingkat profitabilitas pada perusahaan tentunya juga tetap harus mempertimbangkan *leverage* yang termasuk salah satu faktor penting dalam mempengaruhi profitabilitas itu sendiri. Hal ini dikarenakan *leverage* juga bisa digunakan perusahaan guna menaikkan keuntungan (Putra & Badjra, 2015). Kepercayaan investor terhadap saham suatu perusahaan dipengaruhi oleh *leverage*, yang menandakan sejauh mana perusahaan bergantung pada kreditor untuk membiayai asetnya (Murnita & Putra, 2018).

Penelitian ini merupakan penelitian gabungan yang dilakukan oleh Cristofel & Kurniawati (2021), Khoeriyah (2020), dan Ismiati et al., (2021) dengan perbedaannya pada sampel yang dipakai serta tahun pengambilan data yakni pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang tercatat di BEI tahun 2018-2022. Berdasarkan fenomena

yang sudah dijelskan sebelumnya, penelitian ini akan mengangkat judul “**Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL), Pertumbuhan Penjualan, dan Intensitas Modal Terhadap Nilai.**”

METODE PENELITIAN

Sampel dan Pengumpulan Data

Penelitian ini bersifat kuantitatif guna untuk mengetahui pengaruh pengungkapan TJSL, pertumbuhan penjualan, dan intensitas modal terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel kontrol. Sampelnya yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang tercatat di BEI tahun 2018 – 2022, dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan teknik analisis data regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Sampel penelitian dipilih dengan memakai metode *purposive sampling* yang memperhatikan pertimbangan sebagai berikut:

1. Merupakan perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang tercatat di BEI tahun 2018-2022.
2. Perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang mempunyai laporan keuangan serta laporan tahunan lengkap periode 2018-2022.
3. Perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang mengungkapkan CSR pada periode 2018-2022.
4. Perusahaan sektor *consumer non-cyclical* yang tidak mengalami kerugian periode 2018-2022.
5. Memiliki data yang lengkap mengenai variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian.

Program analisis statistika SPSS digunakan oleh peneliti untuk mengolah dan menguji data yang ada. Data yang akan diambil bersumber dari website BEI ataupun masing-masing website perusahaan. Untuk melakukan analisis data digunakan teknik analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Variabel dan Definisi Operasional

Variabel Dependen

Nilai perusahaan menjadi variabel dependen dalam penelitian ini. PBV ialah rasio yang mengindikasikan seberapa besar investor memahami nilai perusahaan berdasarkan informasi yang ada dilaporan keuangan perusahaan. PBV dihitung dengan membagi harga pasar saham dengan nilai buku per saham (Pasaribu et al., 2019). PBV menggunakan skala pengukuran rasio dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$PBV = \frac{\text{Harga pasar per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Variabel Independen

Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL)

TJSL adalah praktik bisnis yang lebih dari sekedar optimalisasi keuntungan finansial bagi perusahaan hingga kemajuan sosio-ekonomi yang komprehensif, berkelanjutan, dan terlembaga di wilayah tersebut. *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI), yang disusun memakai indikator standar *Global Reporting Initiative* (GRI) standards tahun 2016, dipakai untuk menilai pengungkapan TJSL. Evaluasi indikator pengungkapan TJSL memakai skala satu poin; perusahaan menerima skor satu poin jika mengungkapkan satu item; sebaliknya, jika item itu tidak diungkapkan, item itu akan mendapat skor nol (Murnita & Putra, 2018). Penelitian ini memakai 77 indikator pengungkapan khusus untuk dijadikan indikator pengungkapan TJSL, meliputi kinerja ekonomi, lingkungan, serta sosial menurut GRI standards tahun 2016. Untuk mengukur TJSL bisa dipakai rumus sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRDI : Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan

$\sum x_i$: Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

n : Jumlah keseluruhan item

Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan metrik yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi kenaikan atau penurunan penjualan dari tahun ke tahun. Pertumbuhan penjualan berfungsi sebagai indikator pencapaian historis perusahaan dan bisa dipakai untuk meramalkan keberhasilan perusahaan di masa depan (Arianti, 2022). Ketika penjualan suatu perusahaan meningkat, maka akan berdampak pada keuntungan perusahaan yang juga meningkat. Sebagai indikasi keberhasilan investasi pada periode sebelumnya, pertumbuhan penjualan juga bisa berfungsi sebagai prediktor kinerja masa depan ditandai dengan kenaikan harga saham untuk menarik investor dan meningkatkan keuntungan angka pertumbuhan penjualan perusahaan (Khoeriyah, 2020). Mengacu pada penelitian (Khoeriyah, 2020), pertumbuhan penjualan diukur menggunakan rumus:

$$Sales Growth = \frac{Net Sales (t) - Net Sales (t - 1)}{Net Sales (t - 1)}$$

Intensitas Modal

Intensitas modal adalah ukuran seberapa banyak perusahaan berinvestasi pada asetnya dalam persediaan dan aset tetap. Rasio ini mencerminkan sejauh mana perusahaan bergantung pada modal untuk mendukung operasionalnya dan mengelola

total aset yang dimilikinya (Aniatun et al., 2022). Merujuk pada penelitian (Margaretha et al., 2021) intensitas modal dihitung dengan rumus:

$$\text{Capital Intensity} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Penjualan}}$$

Variabel Kontrol

Profitabilitas

Profitabilitas yaitu perhitungan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Rasio profitabilitas menilai kapasitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan melalui pemanfaatan sumber dayanya, termasuk modal, aset, dan penjualan (Kartika Dewi & Abundanti, 2019). Untuk menentukan profitabilitas, bisa diterapkan rumus ROA yaitu :

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

Leverage

Leverage merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar aset perusahaan dibiayai oleh hutang. *Leverage* mengacu pada pemanfaatan utang secara strategis oleh suatu perusahaan untuk membiayai usaha operasionalnya, termasuk juga aktivitas investasi, dengan tujuan memberikan penilaian komprehensif kepada pemegang saham mengenai kondisi keuangan perusahaan. Rasio *leverage* mengukur sejauh mana aset suatu perusahaan didanai melalui hutang (Khoeriyah, 2020). Adapun salah satu cara mengukur *leverage* adalah dengan menghitung *Debt To Asset Ratio* yang dirumuskan:

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Model Regresi

Analisis regresi linier berganda dipakai guna menguji hipotesis. Dengan persamaan analisis yang dipakai adalah :

$$FiVa = \alpha + \beta_1 CSRDI + \beta_2 SG + \beta_3 (CaIn) + \beta_4 (ROA) + \beta_5 (DAR) + e$$

Keterangan :

FiVa	: Nilai Perusahaan
α	: Konstanta
β	: Koefisien Regresi
CSRDI	: Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan
SG	: Pertumbuhan penjualan
CaIn	: Intensitas modal
ROA	: Profitabilitas
DAR	: <i>Leverage</i>

e : Error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kriteria sampel yang digunakan adalah :

Tabel 1 Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	2018	2019	2020	2021	2022	Total
1.	Merupakan perusahaan sektor <i>consumer non-cyclical</i> yang tercatat di BEI tahun 2018-2022.	113	113	113	113	113	565
2.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclicals</i> yang tidak mengungkapkan CSR pada periode 2018-2022.	(3)	(4)	(2)	(2)	(2)	(13)
3.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclical</i> yang tidak mempunyai laporan keuangan serta laporan tahunan pada periode 2018-2022.	(37)	(25)	(16)	(3)	(2)	(83)
4.	Perusahaan sektor <i>consumer non-cyclical</i> yang mengalami kerugian pada periode 2018-2022.	(19)	(24)	(32)	(20)	(24)	(119)
5.	Memiliki data yang tidak lengkap mengenai variabel-variabel yang dipakai dalam penelitian.	(0)	(5)	(5)	(12)	(0)	(22)
Jumlah Observasi Data		54	55	58	76	85	328
Jumlah Data Outlier		(22)	(18)	(21)	(32)	(37)	(130)
Jumlah Observasi Data Setelah Outlier		32	37	37	44	48	198

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimal	Maksimal	Mean	Std Deviasi
CSRDI	198	0,09	0,48	0,2058	0,05292
SG	198	-1,05	49,76	0,4282	3,62471
CaIn	198	0,01	6,29	0,5382	0,72656
ROA	198	0,00	0,22	0,0603	0,05075
DAR	198	0,00	0,89	0,4265	0,20250
PBV	198	0,00	5,56	1,8850	1,26100

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap Pengungkapan TJSI menunjukkan nilai terendah 0,09. Hal ini mengartikan bahwa sebuah skor GRI (*Global Reporting Initiative*) yang tinggi untuk pengungkapan TJSI yang diungkapkan oleh perusahaan umumnya menunjukkan perusahaan memiliki komitmen dan kinerja yang lebih kuat dalam berbagai aspek keberlanjutan. Skor GRI yang lebih tinggi yaitu 0,48 menandakan item pengungkapan ekonomi, sosial, dan lingkungan diungkapkan dengan baik (lebih banyak item yang diungkapkan). Nilai rata-rata 0,2058 dan standar deviasi 0,05292. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data kurang bervariasi (data bersifat homogen) umumnya memiliki nilai yang *representative* dan dapat mewakili.

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap pertumbuhan penjualan menunjukkan nilai terendah -1,05. Hal ini mengartikan bahwa terjadi penurunan penjualan dibandingkan dengan periode sebelumnya dan nilai tertinggi 49,76. Hal ini mengartikan bahwa terjadi peningkatan penjualan dibandingkan dengan periode sebelumnya. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan menjual lebih banyak produknya dan memperluas kehadiran pasarnya. Nilai rata-rata 0,4282 dan standar deviasi sebesar 3,62471. Nilai mean lebih kecil dari nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data cukup bervariasi (data bersifat heterogen) umumnya memiliki nilai yang kurang *representative* dan dapat mewakili.

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap Intensitas Modal menunjukkan nilai terendah 0.01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa perusahaan belum sepenuhnya mampu secara efektif menggunakan aset tetap yang dimiliki untuk menghasilkan pendapatan dari penjualan. Nilai tertinggi sebesar 6,29, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan beroperasi dengan jumlah modal yang besar. Modal tersebut digunakan oleh perusahaan untuk menaikkan aset tetap, dan menghasilkan pendapatan dari penjualan yang cukup baik. Nilai rata-rata sebesar 0,5382 dan standar deviasi sebesar 0,72656. Nilai mean lebih kecil dari nilai standar deviasi, hal tersebut menunjukkan bahwa data cukup bervariasi (data bersifat heterogen) umumnya memiliki nilai yang kurang *representative* dan dapat mewakili.

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap pengungkapan Profitabilitas menunjukkan nilai terendah 0.00, hal ini mengartikan bahwa rendahnya laba bersih sehingga perputaran aktiva menjadi tidak lancar dan perusahaan kurang mampu menggunakan aset dengan baik untuk memperoleh keuntungan. Nilai tertinggi sebesar 0,22 artinya perusahaan mampu menggunakan asetnya dengan baik untuk memperoleh keuntungan. Nilai rata-rata sebesar 0,0603 dan standar deviasi 0,05075. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, hal tersebut menunjukkan bahwa data kurang bervariasi

(data bersifat homogen) umumnya memiliki nilai yang *representative* dan dapat mewakilkan.

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap pengungkapan *Leverage* menunjukkan nilai terendah 0.00, hal ini mengartikan bahwa *leverage* yang rendah dalam sebuah perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih sedikit bergantung pada utang untuk mendanai operasional perusahaan atau asetnya. Sebuah perusahaan memiliki *leverage* yang rendah, menandakan bahwa proporsi utangnya lebih kecil dibandingkan dengan total asetnya. dan nilai tertinggi sebesar 0,89, hal ini menunjukkan bahwa *leverage* yang tinggi pada suatu perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengandalkan utang untuk membiayai operasional perusahaan atau asetnya. Nilai rata-rata sebesar 0,465 dan standar deviasi sebesar 0,20250. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, hal tersebut menunjukkan bahwa data kurang bervariasi (data bersifat homogen) umumnya memiliki nilai yang *representative* dan dapat mewakilkan.

Hasil analisis statistik deskriptif terhadap pengungkapan Nilai menunjukkan nilai terendah 0.00, nilai tersebut menunjukkan bahwa saham tersebut dikatakan *undervalued* pada perusahaan sampel yang digunakan pada penelitian. Nilai tertinggi sebesar 5,56 hal ini menunjukkan bahwa saham perusahaan tersebut tersebut dikatakan *overvalued* pada perusahaan sampel yang digunakan pada penelitian. Nilai rata-rata sebesar 1,8850 dan standar deviasi sebesar 1,26100. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, hal tersebut menunjukkan bahwa data kurang bervariasi (data bersifat homogen) umumnya memiliki nilai yang *representative* dan dapat mewakilkan.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov Z	Sig.	Keputusan
0,590	0,877	Terdistribusi Normal

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memeriksa apakah variabel-variabel dalam model regresi berganda berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2021:196). Dari hasil pengujian pada tabel 3 dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena nilai asymp-sig sebesar 0.877 lebih besar dari 0,05 (alpha 5%).

Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keputusan
CSRDI	1,026	Tidak terjadi multikolinearitas
Pertumbuhan Penjualan	1,008	Tidak terjadi multikolinearitas

Intensitas Modal	1,072	Tidak terjadi multikolinearitas
Profitabilitas	1,251	Tidak terjadi multikolinearitas
Leverage	1,219	Tidak terjadi multikolinearitas

Uji ini dilakukan untuk menilai apakah terdapat perbedaan antara satu ataupun semua variabel independen. Untuk menentukan uji multikolinearitas dengan nilai *variance inflation factor* Jika nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas, dan jika nilai VIF > 10,00 maka terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2021:157). Berdasarkan hasil pengujian dengan alat analisis *varian inflation factor*, disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi karena ditemukan bahwa nilai VIF seluruh variabel penelitian pada tabel 4 kurang dari 10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keputusan
CSRDI	0,427	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pertumbuhan Penjualan	0,320	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Intensitas Modal	0,890	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Profitabilitas	0,763	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Leverage	0,226	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Riwayat residu dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi dibandingkan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan varians tersebut (Ghozali, 2021:178). Penelitian ini menggunakan Breusch Pagan untuk menguji heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan Breusch Pagan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model penelitian, karena seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai sig lebih besar dari 0,05 (5%).

Uji Autokorelasi

Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi

K	N	dU	DW stat	4-dU	Keputusan
5	198	1,8193	2,103	2,1807	Tidak terjadi autokorelasi

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara kesalahan periode t dan periode t-1 (sebelumnya) pada model regresi linier. Uji durbin Watson dapat digunakan untuk mendeteksi autokorelasi (Ghozali, 2021:162). Berdasarkan tabel 6 diperoleh nilai DWstat pada model sebesar 2,103. Nilai tersebut dibandingkan dengan

nilai dU dan 4-dU yang diperoleh dari tabel Durbin Watson dengan signifikansi 5% dengan ketentuan $K=5$ dan $N=198$ maka didapat hasil batas atas (dU) yakni 1,8193 dan dilakukan perhitungan (4-dU) yang diperoleh sebesar 3,8193. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi, karena menurut ketentuan $dU < DWstat < 4 - dU$. Pada hasil uji autokorelasi diperoleh nilai DW sebesar 2,103 yang terletak diantara dU dan (4-dU) atau $1,8193 < 2,103 < 2,1087$.

Uji Hipotesis

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis

Model	Prediksi Arah	B	Sig. (one tailed)	Kesimpulan
(Constant)		0,625	0,0185	
CSRDI	+	-3,256	0,002	H1 Ditolak
SG	+	0,006	0,353	H2 Ditolak
CaIn	+	0,209	0,0065	H3 Diterima
ROA	+	20,369	0,0005	
DAR	+	1,377	0,0005	
R-squared		0,584		
Adj R-squared		0,573		
F-statistik		53,962		
F Signifikansi		0,000		

Uji Koefisien Determinasi

Hasil yang ditunjukkan pada uji ini menunjukkan sejauh mana variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R yang kecil menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai kemampuan yang terbatas dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R yang mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel independen mempunyai banyak informasi yang dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen (Ghozali, 2021:147). Berdasarkan tabel 7 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0.573, artinya variabel pengungkapan TJSL, pertumbuhan penjualan, intensitas modal, profitabilitas dan *leverage* secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 57,3% sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam model penelitian ini.

Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk menguji pengaruh gabungan seluruh variabel independen dalam model terhadap variabel independen secara bersamaan (Ghozali, 2021:148). Berdasarkan tabel 7 nilai signifikansi sebesar 0,000. Dapat dilihat bahwa nilai

signifikansi dari Fstat sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini adalah fit model.

Uji T

Tujuan pengujian hipotesis adalah untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2021:148). Uji ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$). Dengan membandingkan antara p value dengan tingkat signifikansi 0,05 maka dapat ditentukan apakah H_0 ditolak jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau diterima jika nilai signifikansi $< 0,05$.

Pengujian regresi berganda dipakai guna menguji hipotesis, seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial, pertumbuhan penjualan, dan intensitas modal terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berdasarkan tabel 6 maka pengaruh pengungkapan TJSL, pertumbuhan penjualan, dan intensitas modal terhadap nilai perusahaan memiliki persamaan regresi sebagai berikut :

$$FiVa = 0,625 - 3,256 CSRDI + 0,006 SG + 0,209 CaIn + 20,369 ROA + 1,377 DAR$$

Keterangan :

FiVa : *Firm Value* (Nilai Perusahaan), CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (TJSL)*, SG : *Sales Growth* (Pertumbuhan Penjualan), CaIn : *Capital Intensity* (Intensitas Modal), ROA : *Return On Asset* (Profitabilitas), dan DAR : *Debt To Asset Ratio (Leverage)*.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (TJSL) Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian signifikansi dari variabel Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebesar $0,002 < 0,05$ dan koefisien variabel mempunyai nilai negatif dengan beta -3,256. Sehingga dengan nilai tersebut dapat membuktikan bahwa pengungkapan TJSL tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hipotesis 1 dalam penelitian ini ditolak. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab atas kesejahteraan pihak-pihak yang mengambil kebijakan strategisnya, namun juga para pemegang saham. Namun penelitian ini tidak selaras dengan teori pemangku kepentingan. Dengan adanya pelaksanaan kegiatan TJSL tentunya akan membutuhkan biaya pengeluaran yang dapat menyebabkan penurunan kinerja operasional (Afifah et al., 2021). Sehingga tidak ada jaminan bahwa seluruh stakeholder (investor) akan setuju atau mendukung kegiatan TJSL tersebut. Hal itu mengartikan bahwa dapat menimbulkan adanya respon negatif shareholder yang mengindikasikan bahwa program TJSL sebagai suatu pemborosan atas penggunaan sumber daya perusahaan. Pengungkapan TJSL tidak memengaruhi nilai

perusahaan, karena perusahaan tidak mampu mengkomunikasikan pengungkapan TJSI dengan baik kepada investor dan investor belum menganggapnya sebagai sesuatu yang patut untuk diperhatikan (Sabatini & Sudana, 2019).

Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian signifikansi dari variabel pertumbuhan penjualan sebesar $0,353 > 0,05$. Sehingga dengan nilai tersebut dapat membuktikan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak. Kondisi ini menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan tidak menjadi hal yang terlalu penting dilihat bagi investor dalam melakukan investasi, karena tinggi rendahnya penjualan suatu perusahaan tidak menjamin *return* yang diharapkan investor. Hasil ini tidak sesuai dengan teori sinyal karena sinyal yang diberikan oleh perusahaan tidak diterima dengan baik oleh para investor. Hal ini menunjukkan bahwa informasi pertumbuhan penjualan yang diberikan perusahaan kurang relevan untuk menarik investor agar berinvestasi pada perusahaan tersebut. Peningkatan penjualan berasal dari pendapatan perusahaan sebelum dikurangi biaya-biaya lain (Arianti, 2022). Penjualan suatu perusahaan meningkat, belum tentu mengindikasikan laba perusahaannya juga meningkat. Penurunan laba ini bisa berarti nilai perusahaan tidak meningkat. Hal ini dikarenakan semakin tinggi pertumbuhan penjualan maka beban perusahaan akan semakin meningkat, dan peningkatan penjualan belum tentu menyebabkan peningkatan laba perusahaan.

Pengaruh Intensitas Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian signifikansi dari variabel intensitas modal sebesar $0,0065 < 0,05$ dan koefisien variabel memiliki nilai positif dengan beta 0,209. Sehingga dengan nilai tersebut dapat membuktikan bahwa intensitas modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima. Hasil ini dapat dijelaskan oleh fakta bahwa intensitas modal yang efisien dapat meningkatkan produktivitas dan profitabilitas perusahaan (Alamsah & Adi, 2022). Profitabilitas yang tinggi akan mempengaruhi dan meningkatkan nilai perusahaan, maka minat investor dalam berinvestasi cenderung akan meningkat. Perusahaan yang mengelola modalnya dengan baik dapat menciptakan nilai tambah dengan mengoptimalkan penggunaan aset yang dimiliki. Semakin tinggi intensitas modal, semakin tinggi nilai perusahaan. Intensitas modal menentukan seberapa efektif manajemen menggunakan aset untuk menghasilkan keuntungan. Tingkat intensitas modal mempengaruhi nilai perusahaan. Rasio intensitas modal yang tinggi menunjukkan bahwa aset suatu perusahaan dimanfaatkan dengan sangat efektif dan efisien, dan investor dapat menilai kinerja perusahaan tersebut baik (Ismiati et al., 2023). Hal ini mendukung dengan teori sinyal karena perusahaan dapat

menyampaikan informasi dengan baik kepada investor mengenai intensitas modal nya dilihat dari efisiensi penggunaan asset diperusahaan. Semakin baik kinerja perusahaan maka semakin besar pula kepercayaan pemegang saham terhadap Perusahaan.

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa : Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, Pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dan Intensitas modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Implikasi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan investor ketika memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan *consumer non-cyclicals* salah satunya mengkaji seberapa efektif perusahaan menggunakan sumber daya modal nya untuk operasional bisnis. Investor dapat memperkirakan dampak intensitas modal terhadap nilai perusahaan. Selain itu hasil pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan pertimbangan dalam memberikan informasi kepada perusahaan, yang menjadi dasar pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan, mengingat hal tersebut merupakan tujuan perusahaan yang *go public*. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan keefektivitasan dalam pengelolaan sumber daya modal perusahaan agar meningkatkan kepercayaan investor dalam berinvestasi di perusahaan. Rasio intensitas modal yang tinggi menunjukkan bahwa aset suatu perusahaan dimanfaatkan dengan sangat efektif dan efisien, dan investor dapat menilai kinerja perusahaan tersebut baik.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Saran bagi peneliti selanjutnya adalah peneliti selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain yang berhubungan dengan nilai perusahaan, antara lain seperti penelitian Cristofel & Kurniawati (2021) untuk menambahkan *enterprise risk management*, Irmalasari et al., (2022) untuk menambahkan *good corporate governance*, dan Arianti (2022) untuk menambahkan struktur modal agar hasil analisis menjadi lebih baik berdasarkan penelitian terdahulu lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Afifah, N., Astuti, S. W. W., & Irawan, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(3), 346-364.

<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>

- Alamsah, J., & Adi, A. E. (2022). Pengaruh perencanaan pajak dan capital intensity terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(12), 5564–5571. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i12.2015>
- Aniatun, N., Perwitasari, D., & Pramitasari, T. D. (2022). Pengaruh Capital Intensity Dan Thin Capitalization Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Tax Avoidance Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2020. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(1), 302–317.
- Anshary, M. et al. (2022). *CSR PERUSAHAAN “Teori dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab”* (Pertama). Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung.
- Apriliana, M., Wafirotin, K. Z., & Wijayanti, I. (2023). Pengaruh Debt To Asset Ratio Total Asset Turnover Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Profitabilitas Perusahaan Sektor Consumer Non Cyclical Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi*, 9, 39–48.
- Arianti, B. F. (2022). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Gorontalo Accounting Journal*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.32662/gaj.v5i1.1845>
- Cristofel, C., & Kurniawati, K. (2021). Pengaruh Enterprise Risk Management, Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 14(1), 1–12. <https://doi.org/10.30813/jab.v14i1.2468>
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 20–29. <https://doi.org/10.38043/jimb.v7i1.3501>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grace, A., & Nugroho, V. (2022). Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage dan Firm Size Terhadap Firm Value. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi*, IV(1), 100–109.
- Ismiati, A., Mulyani, S., & Afifi, Z. (2023). Pengaruh Current Ratio, Intensitas Modal, NET Profit Margin, Dan Debt To Equity Ratio Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Consumer Non-Cyclical Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Jurnal Economina*, 2(November), 3143–3153.
- Kartika Dewi, N. P. I., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8(5), 3028–3056.
- Khoeriyah, A. (2020). Pengaruh Size, Leverage, Sales Growth Dan IOS Terhadap Nilai Perusahaan. *Profita: Komunikasi Ilmiah Akuntansi Dan Perpajakan*, 13(1), 96–111. <http://dx.doi.org/10.22441/profita.2020.v13i1.005>

- Margaretha, A., Susanti, M., & Siagian, V. (2021). Pengaruh Deferred Tax, Capital Intensity dan Return On Asset terhadap Agresivitas Pajak. *Jurnal Akuntansi*, 13, 160–172. <https://doi.org/10.28932/jam.v13i1.3537>
- Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>
- Murnita & Putra. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23, 1–23.
- Pasaribu, U. R., Nuryartono, N., & Andati, T. (2019). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(3), 441–454. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.3.441>
- Putra, A. A. W. Y., & Badjra, I. B. (2015). Pengaruh Leverage , Pertumbuhan Penjualan Dan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(7), 2052–2067.
- Putri, M., & Noor, A. (2022). Pengaruh earning per share, profitabilitas, leverage, dan sales growth terhadap nilai perusahaan pada industri makanan dan minuman yang terdaftar dalam bursa efek Indonesia (BEI). *Kinerja*, 19(2), 286–294. <https://doi.org/10.30872/jkin.v19i2.11589>
- Rankin, M., Ferlauto, K., McGowan, S., & Stanton, P. (2018). *Contemporary Issue In Accounting* (second). John Wiley & Sons Australia.
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Septinurika, H., Tanjung, A. R., & Basri, Y. M. (2020). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi*, 9(1), 1–23.
- Wahyudi, S. M. (2020). Effect of Leverage, Profitability, Sales Growth Toward Company Values. *International Journal Of Management Studies and Social Science Research*, 2(4), 161–169.