

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Energi yang Terdaftar di BEI Tahun 2022-2024

Alvia Nuzul Laili, Hasan Mukhibad

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas Negeri Semarang
alvianuzul4@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.15294/ak.v2i1.326>
QRCCBN 62-6861-7991-465

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Penelitian difokuskan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2022 sampai 2024. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya nilai perusahaan sebagai indikator yang sering digunakan oleh investor dalam pengambilan keputusan. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan data yang dikumpulkan dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan kontribusi terutama dalam konteks sektor energi yang masih jarang dikaji secara khusus, serta memberikan gambaran kepada perusahaan dan investor mengenai pentingnya pengelolaan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility (CSR)*, *leverage*, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, isu mengenai nilai perusahaan menjadi perhatian penting dalam dunia bisnis, terutama dalam kaitannya dengan daya tarik investasi dan keberlanjutan perusahaan dalam jangka panjang. Nilai perusahaan seringkali dijadikan indikator utama oleh investor untuk menilai prospek dan potensi masa depan suatu entitas usaha. Oleh karena itu, berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan menjadi topik yang sangat menarik untuk diteliti, baik dari sisi internal maupun eksternal.

Faktor internal seperti profitabilitas, struktur modal (*leverage*) dan ukuran perusahaan menjadi pertimbangan penting dalam menilai kinerja keuangan dan posisi strategis perusahaan di pasar. Profitabilitas menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, yang mencerminkan efisiensi operasional dan kesehatan finansial. *Leverage* menggambarkan sejauh mana perusahaan memanfaatkan sumber pendanaan dari hutang, yang dapat meningkatkan risiko namun juga potensi keuntungan. Sedangkan ukuran perusahaan mencerminkan skala usaha, yang seringkali diasosiasikan dengan kemampuan daya saing, stabilitas operasional dan akses terhadap sumber daya.

Selain faktor internal tersebut, *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga menjadi perhatian yang semakin meningkat. CSR mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas bisnisnya. Perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR tidak hanya berupaya memenuhi tanggung jawab sosialnya, tetapi juga membangun citra positif di mata publik dan investor. Dalam beberapa literatur, CSR bahkan dianggap sebagai alat strategis untuk menciptakan nilai jangka panjang dan membedakan perusahaan dari para pesaingnya. Namun demikian, sejauh mana CSR mempengaruhi nilai perusahaan masih menjadi perdebatan, karena hasil penelitian sebelumnya menunjukkan temuan yang bervariasi.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh keempat variabel tersebut terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian menemukan bahwa CSR memiliki pengaruh positif signifikan, sementara yang lain menunjukkan bahwa CSR tidak memberikan dampak berarti. Hal yang sama juga ditemukan pada variabel ukuran perusahaan dan *leverage*, yang pengaruhnya terhadap nilai perusahaan seringkali dipengaruhi oleh sektor industri dan kondisi pasar. Oleh karena itu, diperlukan kajian lebih lanjut dengan ruang lingkup yang lebih spesifik dan terkini. Salah satu penelitian terdahulu yang relevan dilakukan oleh Rahimahn Bawai dan Hermala Kusumadewi (2021) yang menguji pengaruh *corporate governance*, karakteristik perusahaan, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa *corporate governance* dan karakteristik perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan. Hasil ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas CSR dalam membentuk nilai perusahaan. Padahal dalam teori legitimasi, CSR seharusnya menjadi salah satu instrumen penting dalam membangun hubungan baik dengan pemangku kepentingan dan memperkuat citra perusahaan di mata publik dan investor.

Berbeda halnya dengan temuan dari Jae Wook Yoo, Bu Fan, dan Yu Jin Chang (2024) yang melakukan penelitian pada perusahaan-perusahaan di Tiongkok. Mereka meneliti interaksi antara CSR, transformasi digital dan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan. Hasilnya menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki efek sinergis yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan. Artinya, ketika CSR dikombinasikan dengan sistem pengendalian internal yang baik serta didukung oleh proses digitalisasi yang efisien, maka dampaknya terhadap nilai perusahaan akan lebih kuat. Selanjutnya terkait dengan variabel ukuran perusahaan, Fransiskus E. Daromes dkk. (2022) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan, namun tidak berpengaruh secara langsung terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, Raldin dan Alif Hamzi (2024) melakukan penelitian pada perusahaan farmasi

di Indonesia dan menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara profitabilitas terbukti berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan ini memperlihatkan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menjadi topik yang memerlukan eksplorasi lanjutan, terutama dalam konteks sektor dan periode yang berbeda.

Dalam konteks ini, perusahaan sektor energi menjadi menarik untuk diteliti karena karakteristik industrinya yang sangat berkaitan dengan isu lingkungan dan keberlanjutan. Perusahaan energi juga memiliki peran vital dalam pembangunan ekonomi nasional, namun disisi lain sering mendapat sorotan publik terkait dampak lingkungan yang ditimbulkan. Dengan kata lain, sektor energi menjadi titik temu antara kepentingan ekonomi dan sosial, yang menjadikan isu CSR dan kinerja keuangan sangat relevan untuk dikaji dalam konteks nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Fokus penelitian diarahkan pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur akademik dan menjadi acuan bagi pelaku usaha dalam meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan faktor-faktor internal dan eksternal yang relevan.

METODE

Penelitian ini didasarkan pada dua teori utama, yaitu teori keagenan dan teori signaling. Kedua teori ini menjadi landasan dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen seperti CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan. Teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual antara pihak pemilik (prinsipal) dan pihak pengelola (agen), yang sering kali menimbulkan konflik kepentingan akibat adanya perbedaan tujuan dan informasi yang tidak seimbang. Dalam konteks ini, manajer sebagai agen memiliki kecenderungan untuk

memprioritaskan kepentingan pribadi, sehingga dapat mengabaikan tujuan utama perusahaan yang diinginkan oleh pemilik modal. Oleh karena itu, diperlukan mekanisme pengawasan dan pengungkapan informasi yang transparan untuk meminimalisir konflik tersebut. Salah satu bentuk pengungkapan informasi yang relevan dan dapat memperkecil asimetri informasi adalah laporan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), laporan kinerja keuangan, serta informasi mengenai struktur pendanaan atau *leverage*.

Sementara itu, teori signaling berperan penting dalam menjelaskan bagaimana perusahaan dapat memberikan sinyal kepada investor atau pasar terkait kondisi dan prospek perusahaan. Teori ini menyatakan bahwa manajemen perusahaan memiliki informasi yang lebih baik mengenai kondisi internal perusahaan dibandingkan dengan investor eksternal. Oleh karena itu, perusahaan perlu menyampaikan sinyal yang akurat melalui laporan keuangan, laporan CSR, dan pengungkapan informasi penting lainnya untuk meyakinkan investor. Dalam konteks ini, variabel CSR, profitabilitas, ukuran perusahaan dan *leverage* dapat berfungsi sebagai sinyal yang mencerminkan kualitas dan prospek perusahaan di masa depan. Ketika perusahaan memberikan sinyal yang positif melalui CSR yang aktif, tingkat profitabilitas yang tinggi, ukuran perusahaan yang besar, serta struktur modal yang efisien, maka investor akan menilai perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik dan layak untuk dijadikan tempat berinvestasi. Dengan demikian, teori keagenan dan teori signaling secara bersama-sama memberikan dasar konseptual yang kuat untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian ini.

Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan, hipotesis dalam penelitian ini dibentuk untuk menguji dugaan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap nilai perusahaan. CSR diyakini dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik. Menurut Kotler dan Lee (2005), pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan strategi yang efektif untuk membangun citra positif

perusahaan dimata pemangku kepentingan, khususnya investor. Selain itu, CSR juga menjadi bentuk kontribusi perusahaan dalam menciptakan keberlanjutan sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan daya tarik perusahaan di mata pasar.

H1: *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan juga diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar umumnya dianggap lebih stabil, mapan dan mampu bertahan dalam kondisi ekonomi yang fluktuatif. Ukuran perusahaan mencerminkan kapasitas produksi, kekuatan modal, serta daya saing di pasar. Investor cenderung lebih percaya kepada perusahaan besar karena dianggap memiliki peluang yang lebih besar untuk menghasilkan keuntungan dan memberikan dividen. Oleh karena itu, semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin besar pula nilai perusahaan yang tercermin dalam harga saham atau nilai pasar perusahaan.

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas, yang dalam penelitian ini diukur menggunakan *Return on Assets (ROA)*, menjadi indikator utama dalam menilai kinerja keuangan perusahaan. ROA menunjukkan sejauh mana efisiensi perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba. Profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya untuk menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham. Dalam teori signaling, profitabilitas yang tinggi merupakan sinyal kuat bagi investor bahwa perusahaan berada dalam kondisi yang sehat dan menjanjikan. Dengan demikian, diharapkan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H3: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

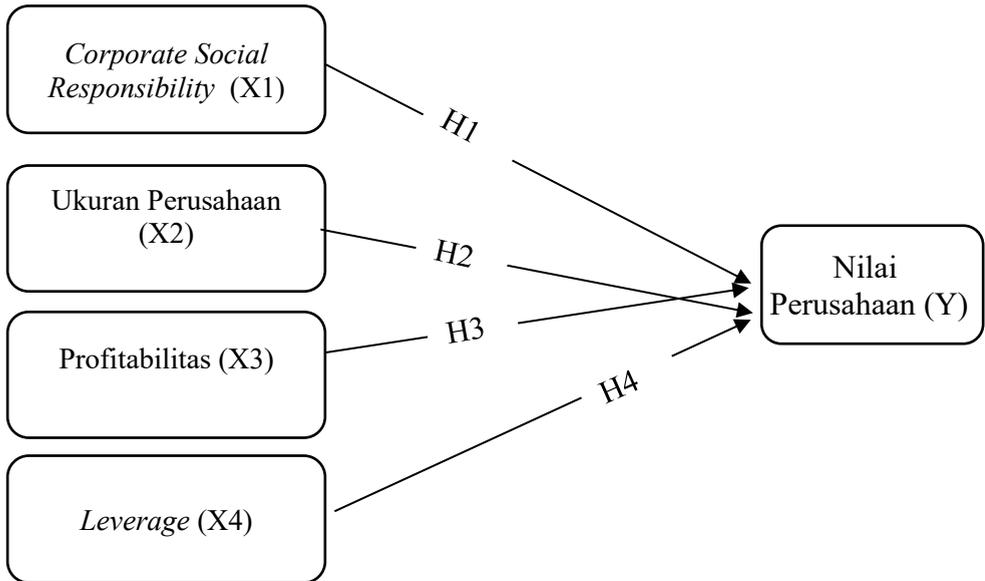
Leverage atau rasio utang terhadap aset menunjukkan sejauh mana perusahaan menggunakan dana pinjaman dalam membiayai aktivitas operasionalnya. Struktur modal yang terdiri dari kombinasi antara ekuitas dan utang memiliki peran

penting dalam menentukan nilai perusahaan. *Leverage* yang tinggi dapat memberikan keuntungan berupa penghematan pajak (*tax shield*), namun juga mengandung risiko keuangan yang lebih besar. Dalam beberapa kondisi, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi akan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi dan operasional untuk menjaga kemampuan membayar utang. Oleh karena itu, pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan dapat bersifat positif ataupun negatif, tergantung pada seberapa efektif perusahaan dalam mengelola risiko tersebut.

H4 : *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan uraian teori dan pengembangan hipotesis tersebut, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan secara sistematis hubungan antar variabel yang dikaji. Penelitian ini memposisikan CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel independen yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan dalam konteks ini diukur menggunakan rasio Tobin's Q, yang mencerminkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan berdasarkan kombinasi antara nilai pasar saham dan total aset. Kerangka berpikir ini menggambarkan bahwa keempat variabel independen tersebut dapat memberikan sinyal yang berpengaruh terhadap persepsi investor dan keputusan mereka dalam menilai kinerja dan prospek perusahaan.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini secara visual dapat digambarkan melalui skema Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Gambar tersebut menunjukkan bahwa keempat variabel independen diasumsikan memiliki pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan. Kerangka berpikir ini selanjutnya akan diuji secara empiris dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengolahan data dari laporan keuangan perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2022–2024.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *hypothesis testing*, yang bertujuan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Pendekatan ini dipilih karena semua variabel dalam penelitian dapat dikonversikan ke dalam bentuk angka dan dianalisis secara statistik. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data sekunder yang bersifat numerik, diperoleh dari laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan yang tersedia secara publik.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor energi yang terdaftar secara aktif di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2022 hingga 2024.

Sektor energi dipilih karena memiliki karakteristik yang unik dan strategis, terutama dalam hal struktur pembiayaan, isu lingkungan dan eksposur terhadap praktik tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dari total populasi sebanyak 86 perusahaan, dilakukan pemilihan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel adalah: (1) perusahaan terdaftar secara konsisten di sektor energi BEI selama periode 2022–2024; (2) perusahaan menyajikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan yang lengkap dan dapat diakses publik; (3) laporan keberlanjutan mengikuti pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI); (4) perusahaan mencantumkan penggunaan sistem manajemen lingkungan seperti: ISO 14001; serta (5) perusahaan memiliki data yang lengkap untuk seluruh variabel penelitian, yaitu nilai perusahaan (PBV), CSR, ukuran perusahaan (total aset), profitabilitas (ROA) dan *leverage* (DER).

Berdasarkan penerapan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 23 perusahaan pada tahun 2022, 25 perusahaan pada tahun 2023, dan 25 perusahaan pada tahun 2024, sehingga total unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 73 data observasi. Rincian kriteria sampel disajikan pada Tabel 1.:

Tabel 1. Kriteria Operasional Pemilihan Sampel

No	Kriteria Sampel	202 2	202 3	202 4
	Populasi.	86	86	86
1	Perusahaan sektor energi yang tidak menyajikan annual report dan laporan keuangan dari tahun 2022-2024.	(18)	(18)	(23)
2	Perusahaan yang tidak menyajikan <i>sustainability report</i> (laporan keberlanjutan) dari tahun 2022-2024 menggunakan pedoman <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) dan mencantumkan indeks <i>GRI standard</i> .	(64)	(62)	(62)

3.	Perusahaan sektor energi yang tidak menggunakan sistem manajemen lingkungan atau menampilkan sertifikat ISO 14001 dari tahun 2022-2024.	(60)	(59)	(61)
Jumlah perusahaan yang menjadi sampel penelitian		23	25	25
Unit Analisis		73		

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu dengan mengakses laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta *website* resmi masing-masing perusahaan.

Tabel 2 Definisi Operasional dan Variabel

Variabel	Konsep	Alat Ukur	Skala
Profitabilitas (X₁)	Kesanggupan perusahaan dalam menghasilkan laba dari modal yang digunakan.	ROA = $\frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$	Rasio
Ukuran Perusahaan (X₂)	Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total aset.	<i>Firm Size</i> = $\text{Ln}(\text{Total Aset})$	Rasio

Leverage (X ₃)	Tingkat ketergantungan perusahaan terhadap sumber daya eksternal.	$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$	Rasio
Corporate Social Responsibility (CSR) (X ₄)	Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sekitar.	$CSR\ Index = \frac{\text{Jumlah Item yang Ditu}}{\text{Total Item yang Disy}}$	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Persepsi investor terhadap kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga saham.	$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$	Rasio

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan pendekatan statistik inferensial. Pendekatan ini digunakan karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen, yaitu nilai perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif kausal, dimana penelitian ini berupaya menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel melalui model statistik. Penelitian ini juga bersifat eksplanatori, karena tidak hanya bertujuan menjelaskan hubungan antar variabel, tetapi juga menguji teori yang telah ada dalam konteks yang lebih spesifik, yaitu perusahaan sektor energi di Indonesia.

Proses analisis data diawali dengan penyusunan data mentah ke dalam tabel kerja, dilanjutkan dengan pengkodean, pengelompokan dan penyesuaian format variabel agar sesuai dengan kebutuhan input perangkat lunak statistik. Langkah awal dalam analisis data adalah analisis statistik deskriptif

yang digunakan untuk memperoleh gambaran umum tentang karakteristik data yang digunakan, seperti: nilai maksimum, minimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Statistik deskriptif juga membantu peneliti memahami variasi dan sebaran data sebelum dilakukan uji lebih lanjut.

Setelah dilakukan analisis deskriptif, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data memenuhi prasyarat yang dibutuhkan dalam analisis regresi linier berganda. Tiga asumsi klasik utama yang diuji adalah normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan uji *Kolmogorov-Smirnov* atau *Shapiro-Wilk*, untuk melihat apakah residual tersebar secara normal. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), di mana nilai *tolerance* di atas 0.10 dan VIF di bawah 10 menunjukkan tidak adanya multikolinearitas. Sementara itu, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode *Glejser*, yaitu dengan meregresi nilai residual absolut terhadap variabel independen. Jika nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Setelah semua asumsi klasik terpenuhi, dilakukan analisis regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara parsial maupun simultan. Model regresi dalam penelitian ini dirumuskan sebagai $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \varepsilon$, di mana Y adalah nilai perusahaan yang diukur menggunakan rasio *Price to Book Value* (PBV), X1 adalah CSR, X2 adalah ukuran perusahaan, X3 adalah profitabilitas, dan X4 adalah *leverage*. α merupakan konstanta, β adalah koefisien regresi masing-masing variabel, dan ε adalah *error* atau gangguan dalam model.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji ini menunjukkan apakah suatu variabel independen secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan ketika variabel lain dianggap konstan. Jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0.05, maka variabel tersebut dianggap

berpengaruh secara signifikan. Selanjutnya dilakukan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Uji ini penting untuk memastikan bahwa seluruh variabel independen yang digunakan dalam model memiliki kontribusi secara bersama-sama.

Koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh model regresi yang dibentuk. Semakin tinggi nilai *Adjusted R Square*, maka semakin baik model dalam menjelaskan hubungan antar variabel. Nilai ini juga memperhitungkan jumlah variabel dalam model sehingga memberikan ukuran yang lebih tepat dibandingkan *R Square* biasa, terutama ketika model melibatkan lebih dari satu variabel independen.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS versi 27. Penggunaan perangkat lunak ini memudahkan peneliti dalam mengelola data, melakukan uji asumsi, mengestimasi model regresi, serta menyajikan output yang rinci dan mudah dianalisis. Dengan proses analisis yang sistematis ini, hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan secara objektif bagaimana pengaruh CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* terhadap nilai perusahaan di sektor energi.

PEMBAHASAN

Populasi dalam penelitian ini yaitu pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode tahun 2022-2024, yang berjumlah 86 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu perusahaan sektor energi yang secara konsisten menerbitkan laporan tahunan, laporan keberlanjutan serta menyajikan data yang berkaitan dengan variabel penelitian secara lengkap. Berdasarkan kriteria pengambilan sampel yang telah ditentukan, sampel penelitian yang diperoleh setelah digabungkan selama tiga tahun periode pengamatan menghasilkan total sebanyak 73 unit analisis.

STATISTIK DESKRIPTIF

Analisis statistik deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan secara lebih detail mengenai nilai rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, serta standar deviasi pada semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan variabel dependen Nilai Perusahaan (Y) dan empat variabel independen yakni *Corporate Social Responsibility* (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Profitabilitas (X3) dan *Leverage* (X4).

Pada Tabel 3 di bawah ini, digambarkan rata-rata (*mean*), nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi pada masing-masing variabel. Bilangan tersebut mendeskripsikan informasi terkait statistik deskriptif variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan dan variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage*. Dalam Tabel 3 juga memperlihatkan jumlah unit analisis dalam penelitian yakni berjumlah 73 data. Angka tersebut merupakan data penelitian total selama rentang waktu tiga tahun, dimulai dari tahun 2022 sampai dengan 2024. Berikut interpretasi hasil uji statistik deskriptif untuk masing-masing variabel penelitian:

Tabel 3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	7	.0389	.9350	.4924	.2588617
Ukuran Perusahaan (SIZE)	3	6	6	391	3
Profitabilitas	7	25.79	32.15	28.91	1.662508
	3	8	1	105	
<i>Leverage</i>	7	.001	.797	.2446	.2021464
	3			002	1
Nilai Perusahaan	7	.076	2.105	.6607	.512728
	3			7	
Valid N (<i>listwise</i>)	7	.592	8.762	3.459	2.141718
	3			81	
	3				

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 27, 2025

Analisis Statistik Deskriptif Nilai Perusahaan (Y)

Nilai Perusahaan dalam penelitian ini menggunakan proksi rasio *Price to Book Value* (PBV). Hasil analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan dalam Tabel 3 menghasilkan nilai minimum dari variabel Nilai Perusahaan sebesar 0.592 yang dimiliki oleh perusahaan PT *Golden Energy Mines Tbk* (GEMS) pada tahun 2022 dan nilai maksimum sebesar 8.762 yang dimiliki oleh perusahaan PT Buana Lintas Lautan Tbk (BULL) pada tahun 2022. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Nilai Perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 3.460. Nilai standar deviasi dari variabel Nilai Perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 2.142. Nilai rata-rata (*mean*) dalam penelitian ini (3.460) lebih besar daripada nilai standar deviasi (2.142), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data pada variabel Nilai Perusahaan tidak terlalu lebar atau dapat disimpulkan bahwa data dalam variabel ini memiliki variasi data yang tidak terlalu tinggi.

Analisis Statistik Deskriptif *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X1)

Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) berdasarkan standar GRI. Hasil analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 3 menunjukkan nilai minimum pengungkapan CSR sebesar 0.039 yang dimiliki oleh perusahaan PT United Peca Tbk (UNIQ) pada tahun 2023, dan nilai maksimum sebesar 0.935 yang dimiliki oleh beberapa perusahaan seperti PT Indika Energy Tbk (INDY) dan PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) pada tahun 2024. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel CSR adalah sebesar 0.492, yang mengindikasikan bahwa rata-rata perusahaan sampel telah mengungkapkan sekitar 49.2% dari total item CSR yang disyaratkan. Nilai standar deviasi dari variabel CSR dalam penelitian ini adalah sebesar 0.259. Karena nilai rata-rata (0.492) lebih besar dari nilai standar deviasi (0.259), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data pengungkapan CSR antar perusahaan tidak memiliki variasi yang terlalu tinggi.

Analisis Statistik Deskriptif Ukuran Perusahaan (SIZE) (X2)

Variabel Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan Logaritma Natural dari total aset. Hasil analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 3 menunjukkan nilai minimum dari variabel Ukuran Perusahaan sebesar 25.798 yang dimiliki oleh perusahaan PT Harum Energy Tbk (HRUM) pada tahun 2023, dan nilai maksimum sebesar 32.151 yang dimiliki oleh PT Elnusa Tbk (ELSA) pada tahun 2022. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Ukuran Perusahaan adalah sebesar 28.911. Nilai standar deviasi dari variabel Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini adalah sebesar 1.663. Karena nilai rata-rata (28.911) lebih besar dari nilai standar deviasinya (1.663), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data ukuran perusahaan di antara sampel penelitian cenderung tidak memiliki variasi yang terlalu tinggi.

Analisis Statistik Deskriptif Profitabilitas (X3)

Variabel Profitabilitas dalam penelitian ini diukur menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA). Hasil analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 3 menunjukkan nilai minimum dari variabel Profitabilitas sebesar 0.001 yang dimiliki oleh perusahaan PT *Wintermar Offshore Marine* Tbk (WINS) pada tahun 2022, dan nilai maksimum sebesar 0.797 yang dimiliki oleh PT *Golden Energy Mines* Tbk (GEMS) pada tahun 2024. Nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Profitabilitas adalah sebesar 0.245. Nilai standar deviasi dari variabel Profitabilitas dalam penelitian ini adalah sebesar 0.202. Karena nilai rata-rata (0.245) lebih besar dari nilai standar deviasinya (0.202), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data profitabilitas pada perusahaan sampel tidak memiliki variasi yang terlalu tinggi.

Analisis Statistik Deskriptif Leverage (X4)

Variabel *Leverage* dalam penelitian ini diukur dengan proksi *Debt to Equity Ratio* (DER). Hasil analisis statistik deskriptif yang ditunjukkan pada Tabel 3 menunjukkan nilai minimum dari variabel *Leverage* sebesar 0.076 yang dimiliki oleh perusahaan PT Darma Henwa Tbk (DEWA) pada tahun 2023, dan nilai maksimum sebesar 2.105 yang dimiliki oleh PT ABM Investama Tbk (ABMM) pada tahun 2024. Nilai rata-rata

(*mean*) pada variabel *Leverage* adalah sebesar 0.661. Nilai standar deviasi dari variabel *Leverage* dalam penelitian ini adalah sebesar 0.513. Karena nilai rata-rata (0.661) lebih besar dari nilai standar deviasinya (0.513), maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data *leverage* pada perusahaan sampel tidak memiliki variasi yang terlalu tinggi.

UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Independen	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.923	.489		8.016	.000
Corporate Social Responsibility (CSR)	1.732	.106	.565	16.310	.000
Ukuran Perusahaan (SIZE)	.034	.017	.072	2.073	.042
Profitabilitas	-.245	.136	-.062	-1.804	.076
<i>Leverage</i>	.398	.018	.769	22.255	.000

Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.11, maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.923 + 1.732 (X1) + 0.034 (X2) - 0.245 (X3) + 0.398 (X4) + e$$

Interpretasi dari masing-masing koefisien dalam persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3.923 menunjukkan bahwa jika nilai dari semua variabel independen (CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage*) diasumsikan sama dengan nol, maka Nilai Perusahaan akan berada

pada level 3.923.

2. Nilai koefisien regresi untuk variabel CSR adalah sebesar 1.732. Nilai positif ini menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki hubungan yang searah dengan Nilai Perusahaan. Dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, setiap kenaikan satu satuan pada indeks pengungkapan CSR akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 1.732.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel Ukuran Perusahaan adalah sebesar 0.034. Nilai positif ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki hubungan yang searah dengan Nilai Perusahaan. Dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, setiap kenaikan satu satuan pada Ukuran Perusahaan (logaritma natural dari total aset) akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0.034.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel Profitabilitas adalah sebesar -0.245. Nilai negatif ini menunjukkan bahwa variabel Profitabilitas memiliki hubungan yang berlawanan arah dengan Nilai Perusahaan. Dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, setiap kenaikan satu satuan pada rasio Profitabilitas (ROA) akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0.245.

Nilai koefisien regresi untuk variabel *Leverage* adalah sebesar 0.398. Nilai positif ini menunjukkan bahwa variabel *Leverage* memiliki hubungan yang searah dengan Nilai Perusahaan. Dengan asumsi variabel independen lainnya konstan, setiap kenaikan satu satuan pada rasio *Leverage* (DER) akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0.398.

UJI HIPOTESIS

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya dapat diterima atau ditolak berdasarkan bukti empiris dari data sampel. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan melalui dua tahap, yaitu Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) untuk menguji pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen, dan Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik t) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap

variabel dependen.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) hasil perhitungan dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0.05$).

- a. Jika nilai Sig. < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai Sig. > 0.05 , maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil uji t dapat dilihat kembali pada Tabel 5 hasil analisis regresi berikut:

Tabel 5 Hasil Uji t

Variabel Independen	Koefisien Regresi	Sig.
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	1.732	.000
Ukuran Perusahaan (SIZE)	.034	.042
Profitabilitas	-.245	.076
<i>Leverage</i>	.398	.000

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 27, 2025

Berikut adalah interpretasi hasil uji t untuk setiap hipotesis:

1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan (H1) Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel CSR adalah 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ($0.000 < 0.05$). Dengan demikian, H1 diterima. Hal ini berarti bahwa secara parsial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (H2) Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi untuk

variabel Ukuran Perusahaan adalah 0.042, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ($0.042 < 0.05$). Dengan demikian, H2 diterima. Hal ini berarti bahwa secara parsial, Ukuran Perusahaan (*SIZE*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

3. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (H3) Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel Profitabilitas adalah 0.076, yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05 ($0.076 > 0.05$). Dengan demikian, H3 ditolak. Hal ini berarti bahwa secara parsial, Profitabilitas (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan (H4) Hasil uji menunjukkan nilai signifikansi untuk variabel *Leverage* adalah 0.000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ($0.000 < 0.05$). Dengan demikian, H4 diterima. Hal ini berarti bahwa secara parsial, *Leverage* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0.05$).

- a. Jika nilai Sig. < 0.05 , maka H0 ditolak dan Ha diterima, artinya seluruh variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai Sig. > 0.05 , maka H0 diterima dan Ha ditolak, artinya seluruh variabel independen secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Sum Squares	of df	Mean Square	F	Sig .
1 <i>Regression</i>	15.051	4	3.763	8.4 47	.00 0
<i>Residual</i>	30.292	6 8	.445		
Total	45.343	7 2			

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil uji pada Tabel 4.13, diketahui tingkat signifikansi (Sig.) < 0.001. Karena nilai signifikansi 0.001 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0.05 ($0.001 < 0.05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Nilai Perusahaan.

Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R Square)

Model	R	R Square	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	.332	.293	.66743

Sumber: Data sekunder yang diolah dengan IBM SPSS 27, 2025

Berdasarkan Tabel 4.14, nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.293. Hal ini berarti bahwa 29.3% variasi dari variabel dependen (Nilai Perusahaan) dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel independen (CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage*). Sementara itu, sisa 70.7% ($100\% - 29.3\%$) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model

penelitian ini.

Tabel 8 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Koefisien	Signifikansi	Keterangan
CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	1.732	0.000	Hipotesis Diterima
Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan	0.034	0.042	Hipotesis Diterima
Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	-0.245	0.076	Hipotesis Ditolak
<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	0.398	0.000	Hipotesis Diterima

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

Berdasarkan hasil analisis regresi, diketahui bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5% (0,05) dan koefisien sebesar 1,732. Artinya, semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang ditunjukkan melalui indikator *Price to Book Value* (PBV).

Hasil ini memperkuat teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha memperoleh legitimasi dari masyarakat dengan cara menunjukkan kepedulian sosial dan lingkungannya melalui aktivitas CSR. Dengan mengungkapkan informasi sosial secara terbuka, perusahaan diharapkan mampu memperoleh kepercayaan dari *stakeholder* yang pada akhirnya akan meningkatkan persepsi investor terhadap keberlanjutan usaha perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan pendapat Jitaree (2015) yang menyatakan bahwa pelaksanaan CSR dapat meningkatkan kepercayaan *stakeholder* dan memberikan citra positif bagi perusahaan. Selain itu, temuan ini mendukung hasil penelitian Wibowo dan Putra (2021) yang mengungkapkan bahwa CSR merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan.

CSR juga menjadi indikator penting dalam sektor energi yang erat kaitannya dengan isu lingkungan, karena perusahaan di sektor ini cenderung menghadapi tekanan publik dan regulasi lebih ketat. Oleh karena itu, pengungkapan CSR menjadi salah satu sarana penting dalam menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diproksikan melalui logaritma natural total aset perusahaan. Berdasarkan hasil analisis regresi, diketahui bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,042 dan koefisien sebesar 0,034. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan.

Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya memiliki aset dan sumber daya yang lebih besar, serta jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, perusahaan besar biasanya memiliki reputasi dan kredibilitas yang lebih tinggi sehingga lebih menarik bagi investor. Hal ini sesuai dengan teori sinyal (*signaling theory*), di mana ukuran perusahaan dijadikan sebagai sinyal positif bagi investor bahwa

perusahaan memiliki kemampuan untuk tumbuh dan bertahan dalam jangka panjang.

Hasil ini diperkuat oleh Pratama & Wiksuana (2016) yang menyatakan bahwa perusahaan dengan aset yang besar akan lebih mampu menjangkau publik dan memenuhi tanggung jawab sosialnya. Dengan demikian, perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk mendapatkan perhatian lebih dari investor dan masyarakat, yang berimplikasi pada peningkatan nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return on Assets* (ROA). Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa variabel profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,076 ($> 0,05$) dan koefisien negatif sebesar -0,245. Artinya, profitabilitas perusahaan tidak secara langsung mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian ini.

Hasil ini bertentangan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi akan lebih dipercaya oleh investor karena mampu menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi. Namun, dalam konteks sektor energi, faktor eksternal seperti harga energi global, kebijakan pemerintah, dan isu lingkungan memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk nilai perusahaan, sehingga dampak profitabilitas menjadi relatif kecil.

Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Anggraini (2022), yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak selalu mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan karena adanya faktor eksternal yang lebih dominan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam sektor tertentu, terutama sektor yang berisiko tinggi dan terpengaruh oleh kondisi makroekonomi, investor cenderung memperhatikan aspek non-keuangan seperti keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Leverage yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER) menunjukkan hasil yang signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan

koefisien positif sebesar 0,398. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Hasil ini selaras dengan teori *trade-off* yang menyatakan bahwa perusahaan dapat memaksimalkan nilai dengan menyeimbangkan manfaat pajak dari penggunaan utang dan biaya kebangkrutan. *Leverage* juga dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi manajerial karena adanya kewajiban untuk memenuhi pembayaran bunga dan pokok pinjaman.

Penelitian ini mendukung hasil dari Permatasari dan Widhiastuty (2020) yang menyimpulkan bahwa penggunaan *leverage* yang optimal dapat meningkatkan nilai perusahaan, asalkan manajemen mampu mengelola risiko keuangan yang ditimbulkan. Dengan *leverage* yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan memperkuat struktur modalnya, sehingga menjadi lebih menarik bagi investor.

Namun demikian, perusahaan harus tetap berhati-hati dalam menggunakan *leverage* agar tidak berlebihan, karena tingkat utang yang terlalu tinggi dapat meningkatkan risiko kebangkrutan dan menurunkan kepercayaan investor.

Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa variabel CSR, ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai signifikansi uji F adalah 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan bahwa keempat variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan.

Meskipun secara simultan berpengaruh signifikan, hasil nilai Adjusted R Square sebesar 0,293 menunjukkan bahwa hanya 29,3% dari variasi nilai perusahaan yang dapat dijelaskan oleh keempat variabel dalam penelitian ini. Artinya, masih terdapat sekitar 70,7% variasi nilai perusahaan yang dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Variabel lain tersebut dapat mencakup faktor eksternal seperti: fluktuasi harga energi, kebijakan pemerintah dan stabilitas ekonomi makro, serta faktor internal lain seperti:

kualitas manajemen, inovasi dan strategi perusahaan. Oleh karena itu, dalam menganalisis nilai perusahaan, penting untuk mempertimbangkan berbagai dimensi baik keuangan maupun non-keuangan.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa nilai perusahaan pada sektor energi dipengaruhi oleh beberapa faktor internal yang bersifat finansial maupun non-finansial. *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak menunjukkan pengaruh yang berarti. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi keberlanjutan, skala perusahaan dan struktur pendanaan merupakan aspek penting yang diperhatikan oleh investor dalam menilai perusahaan energi. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori keagenan dan signaling dengan membuktikan bahwa pengungkapan non-keuangan seperti CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, khususnya di sektor yang rentan terhadap isu lingkungan. Temuan ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam merancang kebijakan keberlanjutan dan keuangan jangka panjang yang tidak hanya berorientasi pada laba, tetapi juga memperhatikan transparansi, reputasi dan efisiensi struktur modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). Dasar-dasar manajemen keuangan. Salemba Empat.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harmono. (2009). Manajemen keuangan berbasis balanced scorecard pendekatan teori, kasus, dan riset bisnis. Bumi Aksara.
- Hery. (2017). Analisis laporan keuangan. Grasindo.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm:

- Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Jitaree, W. (2015). Corporate social responsibility disclosure and financial performance: Evidence from Thailand. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 163–169.
- Kasmir. (2015). Analisis laporan keuangan. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). Corporate social responsibility: Doing the most good for your company and your cause. Wiley.
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (1963). Corporate income taxes and the cost of capital: A correction. *The American Economic Review*, 53(3), 433–443.
- Rahimah, B., & Kusumadewi, H. (2021). Pengaruh corporate governance dan karakteristik perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel intervening. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 18(2), 89–104.
- Rahayu, M., & Sudarsono. (2015). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 25–32.
- Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Wibowo, E., & Putra, M. (2021). Pengaruh CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan energi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 55–66.
- Yanti, E. R., & Haryanto, H. (2020). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 142–150.
- Yuliana, R., & Hapsari, N. (2022). Corporate social responsibility dan nilai perusahaan: Studi pada sektor energi. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(1), 17–29.