Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6 (1) 2026, Page: 4578-4588

Pengaruh Return On Asset (ROA) Dan Corporate Social Responsibillity (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Periode 2020 - 2024

Marcelino Firdaus[1], Sutarni[2]
[1,2] Universitas Amikom Yogyakarta
Corresponding Author: sutarni@amikom.ac.id

Published: January , 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *Return on Asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024. ROA digunakan sebagai indikator kinerja keuangan yang mencerminkan efisiensi perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba, sementara CSR diukur berdasarkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan sesuai dengan standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Price to Book Value (PBV) yang mencerminkan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kausal dan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh 31 perusahaan sebagai sampel dengan total observasi sebanyak 155 data tahunan. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan CSR berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, ROA dan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini memberikan implikasi penting bagi sektor perbankan untuk memperkuat efisiensi operasional dan transparansi tanggung jawab sosial guna meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan publik.

Keywords: *Return on Asset, Corporate Social Responsibility, Nilai Perusahaan, Perbank*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Industri perbankan di Indonesia memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui berbagai fungsi vital, seperti penyaluran kredit, pengelolaan simpanan, dan menyediakan layanan keuangan bagi masyarakat. Perbankan berfungsi sebagai jantung perekonomian yang menjaga aliran dana antara berbagai sektor bisnis, pemerintah, dan individu. Bank Indonesia, sebagai otoritas moneter, juga berperan dalam menjaga stabilitas sistem keuangan dengan menetapkan kebijakan suku bunga, mengatur inflasi, dan memantau likuiditas perbankan (Wijayanti & Hariyanto, 2020). Dalam konteks ini, perbankan bukan hanya membantu mendorong investasi dan konsumsi, tetapi juga memfasilitasi transaksi ekonomi sehari-hari yang mendukung pertumbuhan PDB Indonesia.

Pascapandemi COVID-19, sektor perbankan di Indonesia mengalami tantangan signifikan, termasuk peningkatan kredit macet (*Non-Performing Loa*n/NPL) dan penurunan permintaan kredit dari sektor riil. Meski demikian, industri perbankan telah menunjukkan kemampuan untuk pulih dengan memanfaatkan digitalisasi sebagai strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah. Bank-bank besar di Indonesia seperti Bank Mandiri dan Bank BRI, misalnya, telah memperluas layanan perbankan digital mereka untuk mengatasi keterbatasan mobilitas fisik dan meningkatkan efisiensi operasional (Sudarsono, 2020). Selain itu, regulasi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang lebih ketat terkait manajemen risiko dan

tata kelola perusahaan turut membantu sektor perbankan beradaptasi dalam menghadapi situasi ekonomi yang dinamis.

Nilai perusahaan (*corporate value*) merupakan indikator penting yang mencerminkan persepsi pasar terhadap keseluruhan nilai bisnis perusahaan, termasuk aset fisik, kinerja keuangan, serta prospek pertumbuhan di masa depan. Nilai perusahaan sering diukur melalui kapitalisasi pasar, yaitu total harga saham perusahaan di pasar bursa, atau melalui rasio lain seperti *Price to Book Value* (PBV) atau *Price to Earnings Ratio* (PER). Bagi pemegang saham dan investor, nilai perusahaan mencerminkan keuntungan potensial yang bisa diperoleh melalui apresiasi harga saham dan dividen. Perusahaan dengan nilai tinggi dipandang sebagai entitas yang lebih stabil, memiliki prospek pertumbuhan yang baik, dan mampu menghasilkan laba yang signifikan bagi investornya (Ang, 2020). Oleh karena itu, peningkatan nilai perusahaan sangat penting karena berkontribusi langsung terhadap kekayaan para pemegang saham.

Dalam konteks perbankan, nilai perusahaan sangat erat kaitannya dengan kepercayaan publik terhadap kemampuan bank dalam mengelola risiko keuangan dan mematuhi regulasi yang ketat. Perbankan yang mampu menjaga tingkat profitabilitas yang baik dan memiliki manajemen risiko yang andal akan memperoleh nilai yang lebih tinggi di mata investor dan masyarakat. Selain itu, peran tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga berpengaruh terhadap persepsi nilai perusahaan. Bank yang secara aktif menjalankan program CSR akan dipandang lebih bertanggung jawab secara sosial dan etis, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan publik serta menarik lebih banyak investasi jangka panjang (Freeman & Reed, 2021).

Return on asset (ROA) merupakan salah satu indikator kinerja keuangan yang penting untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. ROA dihitung dengan membagi laba bersih perusahaan dengan total aset, menunjukkan seberapa efektif manajemen dalam mengelola sumber daya untuk menciptakan keuntungan. Semakin tinggi rasio ROA, semakin efisien perusahaan dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan investor terhadap potensi keuntungan jangka panjang perusahaan (Gitman & Zutter, 2015). Dalam konteks perbankan, ROA sangat relevan karena bank pada umumnya memiliki aset dalam bentuk pinjaman dan investasi yang besar, dan kinerja keuangan mereka sangat tergantung pada seberapa baik mereka memanfaatkan aset ini untuk menghasilkan pendapatan bunga atau laba dari investasi (Brigham & Ehrhardt, 2017).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep di mana perusahaan tidak hanya fokus pada pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. CSR mencakup berbagai inisiatif, seperti program untuk menjaga lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta berkontribusi terhadap pembangunan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam konteks perbankan, CSR bukan hanya sebuah tuntutan dari masyarakat modern yang semakin peduli terhadap isu-isu keberlanjutan, tetapi juga merupakan upaya strategis untuk membangun reputasi perusahaan dan memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, termasuk nasabah, pemerintah, dan komunitas lokal (Freeman & Reed, 2021). Dengan menjalankan program CSR yang efektif, bank dapat meningkatkan citra positif di mata publik dan memposisikan diri sebagai institusi yang bertanggung jawab, yang tidak hanya mengejar keuntungan semata tetapi juga peduli pada dampak sosial dari aktivitas bisnisnya.

Berdasarkan data yang didapatkan dari laporan keuangan perusahaan perbankan didapatkan bahwa perusahaan perbankan memiliki ROA yang naik turun pada tahun 2020-2024. Contohnya: Bank BNI pada tahun 2021 memiliki ROA sebesar 4,2%, kemudian turun menjadi 3.8% pada tahun 2022, dan naik menjadi 4% pada tahun 2023. Selain itu, alasan menggunakan perusahaan perbankan sebagai sampel adalah karena tidak semua perusahaan perbankan melaporkan CSR-nya di laporan keuangan. Terkait dengan nilai perusahaan, beberapa perusahaan perbankan juga mengalami naik dan turun pada tahun 2021-2023. Contohnya: Bank BNI pada tahun 2021 memiliki nilai perusahaan sebesar 3.19%, kemudian naik menjadi 3,79% pada tahun 2022, dan kemudian menurun pada tahun 2023 menjadi 3,87%. Pada Bank Danamon juga mengalami hal yang sama. Pada tahun 2020 memiliki nilai perusahaan sebesar 2,43%, kemudian naik menjadi 2,94% pada tahun 2021, dan turun menjadi 2,49% pada tahun 2023.

Penurunan ROA dan nilai perusahaan mengindikasikan adanya ketidakstabilan dalam kinerja keuangan yang mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal atau kebijakan internal yang berkaitan dengan CSR dan manajemen perusahaan. Masalah utama yang perlu dianalisis adalah sejauh mana CSR yang dilakukan oleh perusahaan perbankan mempengaruhi peningkatan atau penurunan kinerja keuangan dan nilai perusahaan.

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa ROA perbankan mengalami penurunan dari 2,77% pada Maret 2023 menjadi 2,62% pada Maret 2024. Penurunan ini disebabkan oleh meningkatnya

biaya dana yang tidak diimbangi dengan peningkatan suku bunga kredit, serta pertumbuhan laba yang lebih lambat dibandingkan dengan pertumbuhan aset (Bisnis.com, kontan.co.id, Antara News). Lebih lanjut, pada Mei 2024, ROA bank umum turun menjadi 2,56%. Penurunan ini menunjukkan tantangan yang dihadapi sektor perbankan dalam menjaga profitabilitas di tengah dinamika ekonomi dan perubahan suku bunga (Bisnis.com)

Selain itu, terkait dengan CSR, berdasarkan laporan tahunan perusahaan perbankan didapatkan bahwa tidak semua perusahaan melakukan kegiatan CSR di beberapa bidang yang berkaitan denga pemberdayaan masyarakat. CSR yang tidak dilaporkan atau tidak dilaksanakan secara konsisten dapat mempengaruhi persepsi investor dan publik terhadap komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk menilai apakah adanya peran Komisaris Independen dalam mengawasi dan mendorong kebijakan CSR yang lebih transparan dan berdampak positif dapat meningkatkan hubungan antara ROA, CSR, dan nilai perusahaan.

Pada Desember 2024, Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK) menggeledah kantor Bank Indonesia (BI) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) terkait dugaan penyalahgunaan dana CSR. Dana CSR yang seharusnya disalurkan untuk kegiatan sosial diduga digunakan untuk kepentingan pribadi melalui yayasan yang tidak sesuai peruntukannya (Tempo.co, Bisnis.com). Gubernur BI, Perry Warjiyo, membantah adanya penyelewengan dan menegaskan bahwa penyaluran dana CSR telah sesuai dengan tata kelola dan ketentuan yang berlaku.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Return on Assets* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen (Sugiyono, 2019). Objek dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan (*annual report*) serta laporan keberlanjutan (*sustainability report*) yang dipublikasikan secara resmi oleh masing-masing perusahaan.

Populasi adalah jumlah keseluruhan obyek atau individu yang karakteristiknya hendak diduga. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili populasi. Jumlah lebih sedikit dari pada jumlah populasi (Djarwanto, 2008). Populasi yang dipilih adalah perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2020 hingga 2024 sebanyak 31 perusahaan.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang sudah dikumpulkan dan diolah pihak lain, dan biasanya sudah dalam bentuk publikasi (Supranto, 2018). Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi yang dimaksud adalah mengambil data sekunder dari laporan keuangan yang diambil dari sumber lain maupun situs Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik analisis statistik dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda, dengan bantuan alat statistik SPSS Versi 26. Analisis regresi berganda dapat menjelaskan pengaruh antara variabel terikat dengan beberapa variabel bebas.

HASIL

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama kurun waktu 2020 hingga 2024. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Dari total 43 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2020 hingga 2024, terdapat 31 perusahaan yang memenuhi seluruh kriteria pemilihan sampel. Dengan menggunakan periode pengamatan selama lima tahun, jumlah total observasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 155 observasi.

Ghozali (2018) menjelaskan bahwa statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau merangkum karakteristik data melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Hasil dari analisis statistik deskriptif tersebut disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimun	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
ROA	155	1,54	4,20	2,87	0,91
CSR	155	2,53	12,66	7,94	3,22
Nilai Perusahaan	155	1,19	4,11	2,85	0,89

Pada variabel **ROA**, nilai minimum yang tercatat adalah 1,54 dan maksimum sebesar 4,20. Rata-rata ROA berada pada angka 2,87 dengan standar deviasi sebesar 0,93. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan perusahaan perbankan yang ditinjau dalam penelitian ini cukup bervariasi namun masih dalam kisaran yang relatif moderat.

Untuk variabel **CSR**, nilai minimum sebesar 2,53 dan maksimum mencapai 12,66, dengan rata-rata 7,94. Standar deviasi sebesar 3,22 menunjukkan adanya variasi yang cukup besar dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial antar perusahaan. Ini mencerminkan bahwa tidak semua perusahaan perbankan memberikan perhatian yang sama dalam menerapkan program CSR.

Variabel **Nilai Perusahaan** menunjukkan nilai minimum 1,19 dan maksimum 4,11, dengan rata-rata sebesar 2,85 dan standar deviasi 0,92. Angka ini menggambarkan bahwa nilai perusahaan dalam sektor perbankan relatif bervariasi, namun masih dalam kisaran yang terkendali.

UJI NORMALITAS

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen maupun independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati norma. Dalam penelitian ini digunakan cara analisis plot grafik histogram dan uji *kolmogorov-smirnov* (uji K-S). Hasil uji normalitas dengan uji *kolmogorov-smirnov* dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		155
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.75891290
Most Extreme Differences	Absolute	.149
	Positive	.149
	Negative	-.107
Test Statistic		.149
Asymp. Sig. (2-tailed)		.132[c]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan Tabel 4.2 diperoleh nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,132. Dikarenakan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari tingkat signifikan α = 5% atau (0,132 > 0,05), maka H_0 diterima; yang berarti data terdistribusi secara normal. Dengan demikian Uji Normalitas ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

UJI MULTIKOLINEARITAS

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian adanya multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan besarnya tolerance value dan besarnya VIF (Ghozali, 2018). Jika nilai tolerance value > 0,10 atau < 1 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.3
Uji Multikolinearitas

Variabel	Nilai *Tolerance*	Nilai VIF	Keterangan
ROA	0,726	1,378	Tidak Multikolinearitas
CSR	0,726	1,378	Tidak Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4.3, nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) semua variabel adalah kurang dari < 10. Sedangkan untuk nilai *Tolerance* semua variabel > 0,10 atau < 1 Jadi berdasarkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung multikolinearitas, sehingga pengujian selanjutnya dapat dilanjutkan karena telah memenuhi syarat pengujian asumsi klasik yaitu tidak terjadi multikolinearitas.

UJI HETEROSKEDASTISITAS

DASAR PENGAMBILAN KEPUTUSAN PADA UJI HETEROSKEDASTISITAS MENGGUNAKAN PEDOMAN SEBAGAI BERIKUT:

a. H0 diterima jika nilai *p-value* pada kolom *Significance* > *level of significant* (a=0,05), sebaliknya Ha ditolak.
b. H0 ditolak jika nilai *p-value* pada kolom *Significance* < *level of significant* (a=0,05), sebaliknya Ha diterima (Ghozali, 2018).

Tabel 4.4
Uji Heteroskedastisitas

Variabel	**Signifikansi**	**Keterangan**
ROA	0,218	Non Heteroskedastisitas
CSR	0,304	Non Heteroskedastisitas

Tabel 4.4 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas untuk variabel penelitian. Nilai signifikansi variabel ROA sebesar 0,218 dan CSR sebesar 0,304, keduanya lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa model regresi yang digunakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga varians residual antar pengamatan relatif homogen. Dengan demikian, model regresi dapat dianggap layak dan memenuhi salah satu asumsi klasik yang diperlukan dalam analisis regresi linier berganda.

UJI AUTOKORELASI

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Ghozali, 2018). Jika nilai Durbin Watson (DW) terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.

Tabel 4.5
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.532[a]	.483	.473	.76389	1.555
a. Predictors: (Constant), CSR, ROA					
b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan					

Berdasarkan Tabel 4.5, nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,555. Dengan jumlah sampel (N) sebanyak 155 dan dua variabel independen (k = 2), nilai batas atas Durbin-Watson (dU) sebesar 1,35, sedangkan nilai (4 – dU) sebesar 2,65. Dengan demikian, interval bebas autokorelasi adalah 1,35 < DW < 2,65. Karena nilai DW penelitian ini berada di antara rentang tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi. Artinya, variabel independen dalam penelitian ini dapat digunakan untuk menjelaskan variabel dependen tanpa adanya masalah korelasi residual antarperiode.

Analisis Regresi Berganda

MODEL REGRESI LINIER BERGANDA UNTUK MENGETAHUI PENGARUH VARIABEL BEBAS YANG TERDIRI DARI *RETURN ON ASSET* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BERPENGARUH SIGNIFIKAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. HASIL PERHITUNGAN REGRESI BERGANDA DENGAN PROGRAM SPSS DISAJIKAN PADA TABEL 4.6 BERIKUT:

Tabel 4.6
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.842	.370		2.278	.024
	ROA	.582	.079	.591	7.332	.000
	CSR	.240	.023	.140	3.736	.015
a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan						

Dari Tabel 4.6 menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil analisis adalah:

Y=a+b1X1+b2x2+e

Y = 0,842+ 0,582ROA + 0,240CSR

Dari persamaan regresi di atas diperoleh bahwa terdapat hubungan yang positif antara X_1 dan X_2 dengan Y. Dengan demikian dari persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 0,842 menyatakan bahwa besarnya Y adalah 0,842 dengan asumsi bahwa ROA dan CSR bernilai konstan.
b. Koefisien regresi ROA sebesar 0,582 menyatakan bahwa jika ROA mengalami kenaikan 1 (satu) satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,582. Sebaliknya, jika ROA mengalami penurunan 1 (satu) satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,582.
c. Koefisien regresi CSR sebesar 0,240 menyatakan bahwa jika CSR mengalami kenaikan 1 (satu) satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,240. Sebaliknya, jika CSR mengalami penurunan 1 (satu) satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,240.

Uji t

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hasil uji t-test dapat ditunjukkan pada Tabel berikut. Hasil perhitungan regresi berganda dengan program SPSS disajikan pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Uji t

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.842	.370		2.278	.024
	ROA	.582	.079	.591	7.332	.000
	CSR	.240	.023	.140	3.736	.015
a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan						

Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel 4.7, diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari ROA sebesar 0,000. Dikarenakan nilai p-value lebih kecil dari tingkat signifikan α = 5% atau (<0,05), maka hipotesis pada penelitian ini, **diterima,** yaitu *Return on Asset* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 – 2024.

diperoleh nilai p-value hasil uji-t dari CSR sebesar 0,015. Dikarenakan nilai p-value lebih kecil dari tingkat signifikan α = 5% atau (< 0,05), maka hipotesis pada penelitian ini, **diterima,** yaitu *Corporate Social*

Responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 – 2024.

nilai t-hitung ROA (7,332) lebih besar daripada t-tabel (1,976) dengan tingkat signifikansi 5%, serta nilai *p-value* sebesar <0,05. Hal ini berarti hipotesis pertama **diterima**, yaitu ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020–2024.

Nilai t-hitung CSR (3,736) juga lebih besar dari t-tabel (1,976) dengan p-value sebesar 0,015 < 0,05. Dengan demikian, hipotesis kedua juga **diterima**, yaitu CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan perbankan pada periode 2020–2024.

Uji F

Uji signifikansi simultan menunjukkan pengujian pengaruh variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Pengujian ini menggunakan uji F yaitu dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (α =5%).

Tabel 4.8
Uji F

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.932	2	17.466	29.932	.000[b]
	Residual	88.696	152	.584		
	Total	123.628	154			
a. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan						
b. Predictors: (Constant), CSR, ROA						

Tabel 4.8 menyajikan hasil uji F untuk menguji pengaruh simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai F-hitung sebesar 29,932 jauh lebih besar dibandingkan dengan F-tabel sebesar 3,056, serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama *Return on Asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2020–2024. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dapat dikatakan layak (*fit*) untuk menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen (Ghozali, 2018).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil koefisien korelasi dan koefisien determinasi ditunjukkan pada tabel Berikut:

Tabel 4.9
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.532[a]	.483	.473	.76389	1.555
a. Predictors: (Constant), CSR, ROA					
b. Dependent Variable: Nilai_Perusahaan					

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,483 menunjukkan bahwa besarnya peran atau kontribusi variabel ROA dan CSR terhadap Nilai Perusahaan sebesar 48,3% sedangkan sisanya 41,7%% dijelaskan oleh variabel lain di luar kedua variabel tersebut.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Return On Asset* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Return on Asset (ROA) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020–2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi ROA yang dicapai perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor. ROA sendiri merepresentasikan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan keuntungan. Dalam konteks industri perbankan, efisiensi ini menjadi indikator

penting dalam menilai kinerja manajerial dan daya saing perusahaan di pasar modal.Dari sudut pandang *Stakeholder Theory*, hasil ini dapat dijelaskan melalui tanggung jawab perusahaan untuk memenuhi harapan para pemangku kepentingan, terutama investor dan pemegang saham. Teori ini menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang memiliki kepentingan atas keberlangsungan perusahaan. Oleh karena itu, pencapaian ROA yang tinggi mencerminkan kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai yang bermanfaat bagi semua *stakeholder* . Investor, sebagai salah satu *stakeholder* utama, akan menilai tinggi perusahaan yang mampu mengelola asetnya secara efektif untuk menciptakan profit yang berkelanjutan.Temuan ini selaras dengan beberapa penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Rahayu dan Santoso (2020), Sari dan Wibowo (2019), serta Hidayat dan Dewi (2023), yang semuanya menunjukkan bahwa ROA berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya di sektor perbankan dan energi. Kesamaan hasil ini memperkuat argumen bahwa profitabilitas yang diukur melalui ROA merupakan faktor utama dalam menentukan persepsi nilai perusahaan di mata investor. Selain itu, penelitian oleh Nguyen dan Tran (2021) juga mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa ROA yang tinggi mampu meningkatkan nilai bank-bank di Vietnam karena investor lebih percaya pada institusi yang efisien dan menguntungkan.

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020–2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin aktif perusahaan dalam menjalankan program CSR, semakin besar pula nilai perusahaan di mata investor dan pemangku kepentingan lainnya. Hal ini memperkuat pandangan bahwa pelaksanaan CSR bukan hanya bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga strategi bisnis yang berdampak langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dalam perspektif *Stakeholder Theory*, hasil ini dapat dijelaskan melalui pentingnya perusahaan memenuhi ekspektasi dan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, tidak terbatas hanya pada pemegang saham, tetapi juga konsumen, masyarakat, pemerintah, dan karyawan. Teori ini berargumen bahwa perusahaan yang memperhatikan kepentingan berbagai pihak akan memperoleh legitimasi sosial yang pada akhirnya meningkatkan keberlangsungan dan nilai perusahaan itu sendiri. Dengan kata lain, CSR menjadi sarana perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan para *stakeholder* -nya. Penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. Kharisma Nandasari (2020), Rosiana *et al.* (2013), Kusumadilaga (2010), dan Handriyani (2013) menunjukkan hasil serupa bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan-temuan tersebut memperkuat bukti bahwa CSR bukan sekadar biaya sosial, melainkan investasi strategis yang menghasilkan peningkatan nilai perusahaan baik dalam jangka pendek maupun panjang. Reputasi perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap isu sosial dan lingkungan juga menjadi nilai tambah yang dilirik oleh investor.

Pengaruh ROA dan CSR secara Simultan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa ROA dan CSR berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan Perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2020 – 2024. Pengaruh *Return on Asset* (ROA) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara simultan terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan melalui pendekatan teori *stakeholder* . Menurut teori ini, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham, tetapi juga kepada seluruh pihak yang berkepentingan (*stakeholder* s), seperti karyawan, masyarakat, konsumen, dan pemerintah (Freeman, 1984). ROA sebagai indikator kinerja keuangan perusahaan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari aset yang dimiliki. Kinerja keuangan yang baik melalui ROA akan meningkatkan kepercayaan dan kepuasan para *stakeholder* s, terutama investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Di sisi lain, CSR memainkan peran penting dalam membangun citra dan reputasi perusahaan di mata *stakeholder* s. Kegiatan tanggung jawab sosial menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan sosial dan lingkungan fisik. Perusahaan yang memperhatikan kesejahteraan *stakeholder* s akan mendapatkan dukungan yang lebih besar dari masyarakat dan lembaga-lembaga terkait, yang pada gilirannya berdampak positif terhadap keberlanjutan bisnis. Dengan kata lain, CSR membantu memperkuat hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* s, sehingga mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.Ketika ROA dan CSR berjalan secara simultan, dampaknya terhadap nilai perusahaan akan lebih signifikan. Kinerja keuangan yang baik tidak hanya meningkatkan profitabilitas perusahaan, tetapi juga memberikan sumber daya yang cukup untuk perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Ardiansyah dan Putri (2021) menemukan bahwa perusahaan yang kuat secara finansial mampu

memaksimalkan pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan adanya hubungan sinergis antara kinerja keuangan yang kuat dan komitmen terhadap CSR dalam menciptakan nilai perusahaan yang lebih besar.

KESIMPULAN

Return on Asset berpengaruh positif dan siginifikan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari total aset yang dimiliki, semakin besar pula kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

CSR berpengaruh positif dan siginifikan terhadap nilai perusahaan perbankan

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024. Artinya, semakin baik perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, semakin meningkat reputasi dan citra positif yang mendorong nilai perusahaan di mata investor.

Return on Asset dan CSR berpengaruh siginifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020 – 2024. Kondisi ini menegaskan bahwa kinerja keuangan dan komitmen sosial perusahaan saling melengkapi dalam menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya tarik investasi.

DAFTAR PUSTAKA

Alonso, A., Garcia, R., & Santos, J. (2023). The Role of Independent Directors in Enhancing Corporate Performance. Journal of Business Ethics, 162(1), 177–195.

Ang, J. (2020). Corporate Finance: A Focused Approach. Cengage Learning.

Anggraini, Y., & Wardhani, R. (2020). Pengaruh Mekanisme Corporate Governance terhadap Kinerja Keuangan dan Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, 17(2), 210–224.

Ardiansyah, D., & Putri, S. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 10(2), 123–135.

Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2017). Financial Management: Theory & Practice. Cengage Learning.

Damodaran, A. (2016). Damodaran on Valuation: Security Analysis for Investment and Corporate Finance. John Wiley & Sons.

Edmans, A. (2020). *Stakeholder* Capitalism: A Global Economy That Works for Progress, People and Planet. Cambridge University Press.

Effendi, M. A. (2016). The Role of Independent Commissioners in Good Corporate Governance in Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 18(1), 22–33.

Fitriani, R., & Mustika, I. (2021). Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan: Peran Moderasi Dewan Komisaris Independen. Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah, 10(2), 145–160.

Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A *Stakeholder* Approach. Pitman Publishing.

Freeman, R. E., & Reed, D. L. (2021). Strategic Management: A *Stakeholder* Approach. Cambridge University Press.

Ghodzali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS (Edisi V). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2015). Principles of Managerial Finance (14th ed.). Pearson.

Gordon, L. A., Gunny, K. A., & Huang, L. (2022). Return on Assets and Corporate Governance: An Empirical Study. Journal of Corporate Finance, 68, 101863.

Gunaedi, A. (2020). Corporate Governance and Firm Value: The Role of Independent Commissioners in Moderating Corporate Social Responsibility. Jurnal Akuntansi, 12(2), 145–158.

Herlina, A., & Pratama, R. (2022). Analisis Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Variabel Profitabilitas sebagai Moderasi. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 15(3), 210–225.

Kim, J., & Lee, S. (2018). The Moderating Effect of Independent Directors on Corporate Social Responsibility and Firm Value: Evidence from Asian Markets. Journal of Business Ethics, 148(1), 203–215.

Mardikansto, T. (2014). Corporate Social Responsibility: Teori dan Praktik di Indonesia. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.

Nasution, H., & Andriyani, Y. (2022). Peran Digitalisasi dalam Transformasi Perbankan di Indonesia. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, 15(2), 134–145.

Nugraheni, P., & Khasanah, I. (2022). Analisis Moderasi Komisaris Independen terhadap Hubungan CSR dan Nilai Perusahaan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 25(1), 33–49.
O'Sullivan, N., & Wong, A. (2021). The Moderating Role of Independent Directors on the Relationship Between Financial Performance and Market Value. International Review of Financial Analysis, 77, 101837.
Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value: How to Reinvent Capitalism—and Unleash a Wave of Innovation and Growth. Harvard Business Review, 97(1), 64–77.
Pradipta, A., & Suhardjanto, D. (2021). Independensi Komisaris, Struktur Kepemilikan dan Nilai Perusahaan. Jurnal Keuangan dan Perbankan, 25(1), 50–65.
Pratama, Y. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Perbankan Indonesia. Jurnal Keuangan & Perbankan, 25(3), 45–58.
Puspita, A. (2021). Perkembangan Sektor Perbankan Indonesia Setelah Pandemi COVID-19. Jurnal Kebijakan Ekonomi, 11(1), 75–89.
Sari, P., & Budi, A. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan dan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, 8(3), 87–98.

Sari, P. A., & Ratnadi, N. M. D. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. E-Jurnal Manajemen Unud, 9(5), 1767–1791.
Sweeney, E., & Cummings, L. (2020). Corporate Social Responsibility and the Role of Corporate Governance: A Study of Independent Directors. Corporate Governance: An International Review, 28(2), 154–168.
Wardhani, R., & Tjandrakirana, C. (2021). Efektivitas Dewan Komisaris dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan. Jurnal Akuntansi Multiparadigma, 12(3), 567–580.
Wibisono, Y. (2013). Analisis Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan melalui ROA sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Manajemen Keuangan, 9(1), 45–57.
Yoon, H., Lee, S. H., & Kim, Y. (2021). Corporate Social Responsibility and Firm Value: The Role of Independent Directors. Sustainability, 13(10), 5462.
Wijayanti, A., & Hariyanto, D. (2020). Manajemen Perbankan: Teori dan Praktik dalam Sistem Keuangan Indonesia. Yogyakarta: Deepublish.
Sudarsono, H. (2020). Bank dan Lembaga Keuangan Syariah: Deskripsi dan Ilustrasi. Yogyakarta: Ekonisia.
Kasmir. (2021). Manajemen Perbankan (Edisi revisi). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2025). Statistik Perbankan Indonesia – Desember 2024. Diakses dari https://ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/statistik-perbankan-indonesia/Pages/Statistik-Perbankan-Indonesia---Desember-2024.aspx
Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). RDKB November 2024: Sektor Jasa Keuangan yang Resilient untuk Mendukung Pertumbuhan Ekonomi. Diakses dari https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/RDKB-November-2024.aspx
Kompas.com. (2024, 20 Desember). KPK Geledah Kantor OJK Terkait Kasus Dana CSR BI. Diakses dari https://nasional.kompas.com/read/2024/12/20/17135281/kpk-geledah-kantor-ojk-terkait-kasus-dana-csr-bi
Detik.com. (2024, 20 Desember). KPK Geledah Kantor OJK Terkait Kasus Korupsi CSR Bank Indonesia. Diakses dari https://news.detik.com/berita/d-7696243/kpk-geledah-kantor-ojk-terkait-kasus-korupsi-csr-bank-indonesia
CNBC Indonesia. (2024, 4 Oktober). ANZ dan Keluarga Gunawan Mau Jual Saham PaninBank (PNBN). Diakses dari https://www.cnbcindonesia.com/market/20241004080106-17-576886/anz-dan-keluarga-gunawan-mau-jual-saham-paninbank--pnbn-
Reuters. (2024, 3 Oktober). ANZ, Gunawan family consider selling control of Indonesia's Panin Bank, sources say. Diakses dari https://www.reuters.com/markets/deals/anz-gunawan-family-consider-selling-control-indonesias-panin-bank-sources-say-2024-10-03/
Bisnis.com. (2024, 7 Oktober). Bank Panin (PNBN) Buka Suara soal ANZ dan Keluarga Gunawan Jual Saham Pengendali. Diakses dari https://finansial.bisnis.com/read/20241007/90/1805534/bank-panin-pnbn-buka-suara-soal-anz-dan-keluarga-gunawan-jual-saham-pengendali
Dewi, G. A. A. O., & Ramantha, I. W. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 26(1), 529–556. https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i01.p20

Oktaviani, N. A., & Isbanah, Y. (2020). Pengaruh Return on Asset (ROA), Debt to Equity Ratio (DER), dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 8(1), 100–110.

Putri, S. D., & Hidayat, R. R. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, 9(4), 1–18.

Sari, D. N., & Widanaputra, A. A. G. P. (2021). Pengaruh Return on Assets, Corporate Social Responsibility dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, 31(1), 302–317. https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i01.p22