

PENGARUH PROFITABILITAS, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Farizka Eka Safitri Ghozali

farizkaeka09@gmail.com

Fidiana

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research examined the effect of profitability, Corporate Social Responsibility, and firm size on firm value. Return On Assets (ROA) measured profitability, Corporate Social Responsibility was measured by giving a score to each disclosure item with dichotomy, and Logarithm Natural from Total Asset measured firm size. While the firm value was measured by Price to Book Value (PBV). The research was quantitative. Moreover, the population was various industries listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The data collection technique used purposive sampling which the sample was based on the criteria given. In line with that, there were 9 companies as the sample. The data were taken for 4 years of observation (2019-2021). In total, there were 36 data samples. Furthermore, the data were secondary, in the form of companies' annual and sustainability reports. The data analysis technique used multiple linear regression with SPSS 26. The result concluded that both profitability and Corporate Social Responsibility had a positive effect on firm value. However, firm size did not affect firm value.

Keywords: profitability, corporate social responsibility, firm size, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Perhitungan profitabilitas diukur dengan *Return on Assets (ROA)*, *Corporate Social Responsibility* diukur dengan memberikan skor pada setiap item pengungkapan dengan skala dikotomi, ukuran perusahaan diukur menggunakan Logaritma Natural dari total aset. Sedangkan nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value (PBV)*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Proses pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Berdasarkan metode *purposive sampling*, sampel yang dapat digunakan adalah sebanyak 9 perusahaan yang bergerak di sektor aneka industri. Data penelitian ini diambil dengan menggunakan periode 4 tahun, yaitu tahun 2019-2021, sehingga dapat diperoleh 36 data yang dapat diolah. Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu laporan keuangan, *annual report* dan *sustainability report*. Teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : profitabilitas, *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Perkembangan pada dunia usaha di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang semakin pesat, yang ditandai dengan beragamnya perusahaan-perusahaan baru yang berkembang di Indonesia. Kondisi perekonomian pada era ini telah menciptakan persaingan yang ketat diberbagai sektor. Adanya persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan-perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuan yang diinginkan perusahaan dapat tetap tercapai.

Tujuan perusahaan sebagai entitas bisnis adalah untuk mendapatkan keuntungan dan memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat mempengaruhi persepsi investor

karena mencerminkan kinerja perusahaan dan tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, Salah satu faktor yang sering kali dipertimbangkan oleh investor dan merupakan rasio utama adalah rasio profitabilitas (Analisa, 2011). Rasio profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam satu periode dari pendapatan terkait dengan penjualan, total aktiva, dan modal yang bekerja didalamnya. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang baik, para investor dan kreditor dapat melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari penjualan dan akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat.

Kondisi finansial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan dapat terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sehingga perusahaan harus bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para pemangku kepentingan. Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Oleh karena itu, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang perusahaan. dampak dari limbah produksi yang dihasilkan.

Selain faktor profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, seperti ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah indikator dalam menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya skala dari suatu perusahaan atau organisasi tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Sebuah perusahaan yang memiliki total aktiva dengan jumlah besar maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut akan banyak mendapatkan perhatian yang besar dari para investor, kreditor, maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini antara lain, Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan; Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan; Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan maka penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris, pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan, pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan, pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Manfaat penelitian secara kontribusi praktis berdasarkan hasil penelitian yaitu diharapkan dapat memberikan informasi, yang berkaitan dengan masalah profitabilitas, *corporate social responsibility*, dan ukuran perusahaan. secara teoritis bermanfaat sebagai acuan atau referensi bagi para peneliti selanjutnya. kontribusi kebijakan penelitian berupa informasi yang bermanfaat untuk pertimbangan bagi pihak manajemen bahwa kinerja perusahaan yang baik dapat meningkatkan nilai perusahaan serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi dan meningkatkan kinerja dimasa yang akan datang.

TINJAUAN TEORITIS

Stakeholder Theory

Stakeholder adalah semua pihak dalam masyarakat, baik pihak internal maupun eksternal yang memiliki kepentingan dalam suatu perusahaan atau organisasi yang saling berhubungan dan terikat. Teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus dapat memberikan manfaat bagi seluruh *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, dan pihak lain). Dengan demikian, kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat dipengaruhi dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan.

Perusahaan harus mampu menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*, agar dukungan yang diberikan dapat tetap berjalan dan membuat bisnis dapat beroperasi dalam jangka Panjang dan bisa memaksimalkan keuntungan. Dalam menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder* perusahaan harus menyeimbangkan peran dan hubungan antara *stakeholder*, maka perusahaan memiliki tanggung jawab social atau yang biasa dikenal dengan *corporate social responsibility* (csr) kepada para *stakeholder*.

Signalling Theory

Sinyal atau isyarat adalah tindakan yang diambil manajemen perusahaan untuk memberikan petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Investor dapat melihat dan menilai prospek masa depan suatu perusahaan melalui sinyal yang diberikan perusahaan.

Teori sinyal membahas mengenai bagaimana manajemen memberikan informasi terkait laporan keuangan perusahaan kepada pihak eksternal dengan tujuan untuk memberikan petunjuk bagi investor sebelum memutuskan keputusan. Sinyal yang diberikan pihak manajemen bisa berupa sinyal positif atau sinyal negatif yang dapat tertulis dalam laporan keuangan yang akan diterbitkan perusahaan. Sinyal positif yang diberikan perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik, sebaliknya apabila sinyal yang diberikan oleh perusahaan adalah sinyal negatif mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kinerja kurang baik atau mengalami penurunan.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio keuangan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan. Perusahaan yang memiliki kinerja yang baik akan dapat menghasilkan keuntungan atau laba yang besar. Salah satu tujuan utama yang ingin diperoleh perusahaan adalah untuk memperoleh laba, maka sangat wajar jika profitabilitas menjadi perhatian utama dalam menganalisis baik atau buruknya nilai perusahaan. Dengan nilai profitabilitas yang tinggi dapat menggambarkan nilai perusahaan yang baik. Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa efektif perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaan sehingga dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan dimasa yang akan datang. Investor dapat melihat seberapa efisien dalam menggunakan aset untuk menjalankan kegiatan perusahaan agar mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah tanggung jawab atau upaya mengenai tindakan social diluar kepentingan perusahaan yang dilakukan perusahaan. Tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan merupakan aktivitas tanggung jawab terhadap dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan, yang meliputi tanggung jawab terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial menurut Septiana (2014:13) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab mereka terhadap sosial atau lingkungan sekitar perusahaan itu berada. Tanggung jawab sosial merupakan konsep yang berpengaruh bagi masyarakat dan perusahaan untuk saling mendapatkan keuntungan satu sama lain. Melaksanakan praktik yang mempunyai tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial akan mampu meningkatkan nilai perusahaan yang akan berdampak terhadap kinerja perusahaan serta menjamin kesuksesan perusahaan dimasa yang akan datang.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Machfoedz dan Masud (1994) adalah suatu ukuran atau skala yang membagi besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan beberapa perhitungan atau

faktor. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah modal yang digunakan perusahaan, total asset yang dimiliki perusahaan, dan total penjualan yang diperoleh perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat dan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan akan membuat semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana baik yang bersifat internal maupun eksternal yang dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan maksimal yang digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini, karena nilai perusahaan biasanya identik dengan harga saham. Harga saham yang mengalami peningkatan akan dianggap perusahaan mengalami kenaikan pula. Tujuan utama suatu perusahaan menjadikan nilai perusahaan terus meningkat yang bisa dilakukan dengan memaksimalkan laba atau keuntungan. Dengan maksimalnya laba perusahaan akan dengan mudah memakmurkan dan mensejahterakan semua pihak yang ada pada perusahaan seperti, pemilik dan para pemegang saham perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan mempunyai hubungan yang sangat erat dengan harga saham.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan dalam satu periode untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan. Profitabilitas digunakan sebagai indikator dalam menilai kondisi dan keuangan dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat diukur oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang baik, para investor dan kreditur dapat melihat sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba dari penjualan dan akan menciptakan respon yang positif kepada pemegang saham dan membuat harga saham perusahaan meningkat. Oleh karena itu, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan seperti hasil dari penelitian pada penelitian sebelumnya Fardelia dan Titik (2021), Worontikan dan Amanah (2022).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.

Corporate social responsibility merupakan suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai rasa tanggung jawab. Tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan merupakan aktivitas tanggung jawab terhadap dampak negatif yang dihasilkan dari kegiatan operasional perusahaan, yang meliputi tanggung jawab terhadap social, ekonomi, dan lingkungan. Csr mempunyai banyak manfaat bagi perusahaan diantaranya adalah bisa memberikan nama baik bagi perusahaan dimasyarakat dan lingkungan sekitarnya, menjaga hubungan baik dengan pemegang kuasa dan masyarakat agar dapat mengatasi masalah yang ditimbulkan perusahaan, dan mampu meningkatkan nilai perusahaan yang akan berdampak terhadap kinerja perusahaan serta menjamin kesuksesan perusahaan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan seperti hasil dari penelitian Puspitasari (2018) dan Saputra (2017). Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H₂: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah skala ukuran yang digunakan untuk membagi besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan beberapa perhitungan. Ukuran perusahaan

menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah modal yang perusahaan gunakan, total asset yang dimiliki perusahaan, dan total penjualan yang diperoleh perusahaan. Ukuran perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat dan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan akan membuat semakin mudah pula perusahaan untuk mendapatkan tambahan dana baik yang bersifat internal maupun eksternal yang dapat digunakan untuk memperoleh keuntungan maksimal yang digunakan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan seperti hasil dari penelitian Dewi, Makhdalena dan Fenny (2018). Berdasarkan penjelasan tersebut maka hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Kasmir (2008:149) penelitian kuantitatif adalah suatu proses untuk menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat yang digunakan untuk menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang berisi laporan keuangan perusahaan sektor aneka industri yang didapatkan dari Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018 sampai 2021. Data sekunder adalah berbagai macam informasi yang sudah ada sebelumnya didalam arsip yang dipublikasikan dan sengaja dikumpulkan peneliti untuk melengkapi kebutuhan data penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik dokumenter yaitu Teknik pengumpulan data lewat peninggalan tertulis misalnya melalui arsip, buku, teori, pendapat, dll. Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari Bursa Efek Indonesia dan melalui web www.idx.co.id.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik purposive sampling. *Purposive sampling* adalah menggunakan data yang sudah ada dan akan ditentukan peneliti dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah: 1) Perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 4 tahun berturut-turut selama tahun 2018-2021; 2) Perusahaan sektor aneka industri yang telah mempublikasikan laporan keuangan per 31 Desember selama tahun 2018-2021 secara berturut-turut; 3) Perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) selama tahun 2018-2021 secara berturut-turut

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, dalam penelitian ini diproksikan dengan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah pandangan yang diberikan oleh investor mengenai tingkat keberhasilan pada suatu perusahaan yang sering dihubungkan dengan harga saham. Perhitungan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Price Book Value* (PBV). Menurut Husnan (2013) nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham per Lembar}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}}$$

Variabel independent

Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini adalah profitabilitas, Corporate Social Responsibility, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas adalah rasio keuangan

untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan keuntungan. Dalam penelitian ini, profitabilitas diukur menggunakan rasio *Return Of Asset* (ROA). Menurut Tandelilin (2010) *return of asset* dihitung menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}}$$

Corporate Social Responsibility adalah Tanggung jawab yang dilakukan oleh perusahaan terhadap dampak negatif yang dihasilkan. Penelitian ini dihitung menggunakan indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan *Content Analyze* berdasarkan instrument *Global Reporting Initiative* (GRI). Menurut Sayekti dan Wondabio (2007) CSR dapat diukur menggunakan rumus:

$$CSRDI = \frac{\text{Jumlah skor Pengungkapan CSR}}{\text{Jumlah Item Perusahaan}}$$

Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala ukuran yang digunakan untuk membagi besar kecilnya suatu perusahaan berdasarkan beberapa perhitungan. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur dengan *Logaritma natural* (Ln) total aset. Menurut (Putu Ayu dan Gerianta, 2018) ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan rumus:

$$\text{Size} = \text{Ln Total Aset}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Analisa statistic deskriptif merupakan analisis memberikan gambaran atau suatu data secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata, standar deviasi, nilai maksimum dan minimum.

Uji Asumsi Klasik

Pertama, yaitu Uji Normalitas. Dalam statistik, uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal atau tidak. uji normalitas juga dapat dilihat menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut, bila nilai signifikansi > 0.05 maka berdistribusi normal. Bila nilai signifikansi $< 0,05$ maka berdistribusi tidak normal.

Kedua, yaitu Uji Multikolinearitas. Menurut Ghozali (2018) uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinieritas didalam model regresi dapat dilihat dari, jika nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) < 10 dan *Nilai Tolereance* (TOL) $\geq 0,10$ maka model ini dapat dikatakan terbebas dari gejala multikolinearitas dan dapat diartikan bahwa model regresi tersebut baik. Sedangkan, jika nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) > 10 dan *Nilai Tolereance* (TOL) $\leq 0,10$ maka model ini terjadi multikolinearitas dan dapat diartikan bahwa model regresi tersebut tidak baik.

Ketiga, yaitu Uji Autokorelasi. Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya. model regresi yang baik yaitu apabila persamaan tidak memiliki masalah autokorelasi atau tidak terjadi korelasi diantara keduanya. Cara mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan analisis *Durbin Watson* (DW) dengan ketentuan, 1) apabila angka DW yang terletak dibawah -2 menandakan autokorelasi positif; 2) Angka DW diantara -2 sampai $+2$ menandakan tidak ada auto korelasi; 3) Angka DW yang terletak diatas 2 menandakan autokorelasi negative.

Keempat, yaitu Uji Heteroskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Dalam mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat pola dalam grafik dengan dasar analisis sebagai berikut: 1) Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu dan teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan adanya heteroskedastisitas; 2) Jika tidak membentuk pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear berganda

Model persamaan regresi pada penelitian ini dirumuskan:

$$PBV : \alpha + \beta_1ROA + \beta_2CSR + \beta_3SIZE + \varepsilon$$

Uji Hipotesis.

Pertama, yaitu Uji Koefisien Determinasi. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi antara nol sampai ($0 < R^2 < 1$). Nilai yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independent mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2018: 97).

Kedua, yaitu Uji Kelayakan Model (Uji F). Uji Kelayakan model dalam uji F digunakan untuk menguji H_0 bahwa data empiris sudah sesuai dengan model regresi, apabila tidak ada perbedaan antara model regresi dengan data maka dapat dikatakan bahwa model regresi cocok atau *fit* (Hidayat, 2017). Ketentuan dalam pengambilan keputusan uji kelayakan model (uji f) adalah Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka model regresi dinyatakan layak untuk digunakan dalam penelitian. Selain itu, Apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka model regresi dinyatakan tidak layak untuk digunakan dalam penelitian.

Ketiga, yaitu Uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Cara untuk mengetahui pengaruh tersebut yaitu dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 0,05$ (5%). Menurut Priyatno (2012) dasar pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi uji t ≤ 0.05 , artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan Apabila nilai signifikansi uji t > 0.05 , artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistic deskriptif pada penelitian ini menggambarkan deskripsi atau gambaran umum yang dapat dilihat dari nilai rata-rata, simpangan baku, nilai minimum dan maksimum. Hasil analisis statistik deskriptif pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

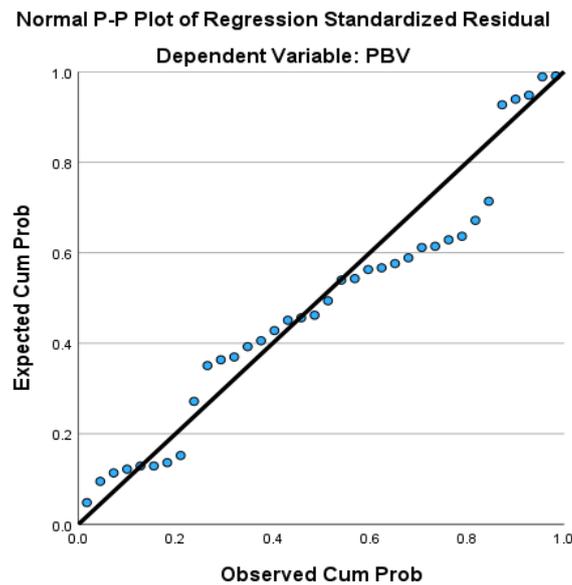
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ROA	36	.001	.226	.05814	.054375
CSRI	36	.20	.50	.3564	.07279
SIZE	36	26.57	30.35	28.4944	1.15338
PBV	36	.02	5.90	1.5250	1.58924
Valid N (listwise)	36				

Sumber: data sekunder, diolah 2023

Berdasarkan tabel analisis statistik deskriptif di atas, jumlah data observasi penelitian ini yang dilambangkan dengan N adalah sebanyak 36 data. Nilai minimum dan maximum menunjukkan rentang data sedangkan nilai mean dan std. deviation menunjukkan fluktuasi data

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas dapat diuji dengan 2 metode yaitu uji grafik Normal Probability Plot dan uji Kolmogorov-Smirnov Berdasarkan hasil uji grafik normal p-plot menunjukkan bahwa pola menyebar disekitar sumbu diagonal dan mengikuti arah diagonal yang menunjukkan model regresi layak untuk digunakan. Berikut gambar grafik normal p - p plot:



Gambar 1
Grafik Normal P - P Plot
Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		36
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16140128
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.078
	Negative	-.113
Test Statistic		.113
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui nilai asymp. sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal. Sehingga dapat disimpulkan dari dua uji yang sudah dilaksanakan yaitu uji grafik maupun uji Kolmogorov-smirnov model regresi berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antara variabel terikat dan variabel bebas. Ada atau tidaknya uji multikolinearitas dapat diuji dengan nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Berikut hasil uji multikolinearitas:

Tabel 3
Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF	Keterangan
ROA	.941	1.063	Tidak terdapat Multikolinearitas
CSRI	.875	1.142	Tidak terdapat Multikolinearitas
SIZE	.926	1.080	Tidak terdapat Multikolinearitas

Sumber: Data Sekunder, diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10 yang berarti keseluruhan model regresi terbebas dari multikolinearitas dan data dapat dipercaya.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah model regresi mempunyai korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t sebelumnya. Ada atau tidaknya autokorelasi dapat diuji dengan analisis *Durbin Watson* (DW). Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi

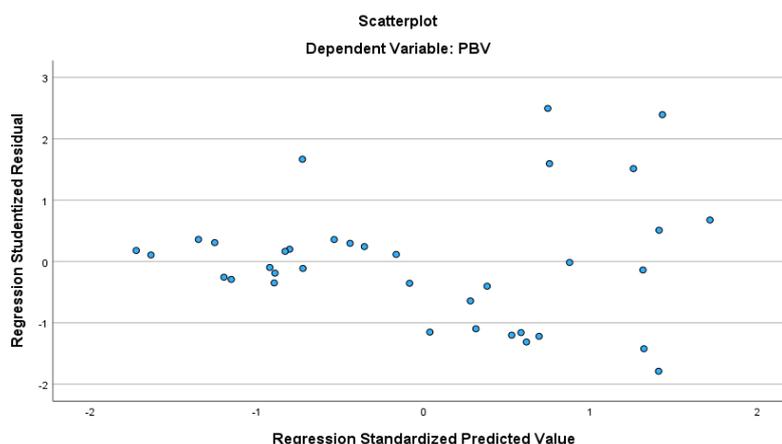
R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	Keterangan
.629 ^a	.395	.339	1.29237	.729	Tidak terjadi autokorelasi

Sumber: Data Sekunder, diolah 2023

Berdasarkan hasil uji autokorelasi pada tabel diatas diperoleh nilai *Durbin-Watson* sebesar .729 yang berada diantara -2 sampai + 2, Sehingga disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu ke yang lain. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat diuji dengan grafik scatterplot. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:



Gambar 2
Grafik Heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2023

Berdasarkan pada gambar diatas menunjukkan bahwa varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tidak membentuk pola tertentu, yang menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar di bagian atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari suatu variabel dan digunakan untuk mengukur hubungan variabel terikat dengan variabel bebas. Berikut hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	12.256	6.056		2.024	,051
	ROA	12.189	4.142	.417	2.943	,006
	CSRI	6.852	3.208	.314	2.136	,040
	SIZE	-.487	.197	-.354	-2.475	,019
	R ²	0.395				
	F					0.000

Sumber: data sekunder, diolah 2023

Berdasarkan uji analisis regresi linear berganda pada tabel diatas menunjukkan persamaan regresi linear yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$PBV = 12.256 + 12.189 \text{ ROA} + 6.852 \text{ CSRI} - 0.487 \text{ SIZE} + e$$

Besar nilai konstanta adalah 12.256 artinya jika variabel yang terdiri dari Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan Ukuran Perusahaan adalah 0, maka variabel nilai perusahaan nilainya sebesar 12,256.

Koefisien regresi profitabilitas (ROA) memiliki nilai sebesar 12,189 nilai ini bersifat positif yang menunjukkan terdapat hubungan searah antara variabel profitabilitas dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan apabila nilai profitabilitas (ROA) meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat pula.

Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* (CSRI) memiliki nilai sebesar 6,852 nilai ini bersifat positif yang menunjukkan terdapat hubungan searah antara variabel *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan apabila nilai *Corporate Social Responsibility* meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat pula.

Koefisien regresi ukuran perusahaan (SIZE) memiliki nilai sebesar -0,487 nilai ini bersifat negative yang menunjukkan terdapat hubungan tidak searah antara variabel ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan apabila nilai ukuran perusahaan meningkat maka akan bertolak belakang dengan peningkatan nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa baik atau tidaknya model regresi yang digunakan untuk menguji seberapa besar variabel independent terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh ROA, CSRI, dan SIZE terhadap nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai R square-nya.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square memiliki nilai sebesar 0,395 atau 39,5%. Hasil ini menggambarkan bahwa variabel independent yang dijelaskan oleh variabel profitabilitas (ROA), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan ukuran perusahaan (SIZE) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 39,5%. Sisanya sebesar 60,5% dipengaruhi variabel lain diluar variabel pada penelitian.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent mempengaruhi variabel dependen. Uji F dapat dilihat melalui tingkat signifikansi, apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka model regresi dinyatakan layak untuk digunakan. Selain itu, apabila $>0,05$ maka model regresi dinyatakan layak untuk digunakan. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak untuk digunakan.

Uji T

Uji T adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Uji t dapat dilihat melalui tingkat signifikansi, apabila nilai signifikansi uji t $<0,05$ artinya variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen, sedangkan apabila $>0,05$ artinya variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan uji T dapat diketahui bahwa tingkat profitabilitas (ROA) menghasilkan nilai t sebesar 2.943 dengan tingkat signifikan 0,006 yang menunjukkan bahwa tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSRI) menghasilkan nilai t sebesar 2.136 dengan tingkat signifikan 0,040 yang menunjukkan bahwa tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima. Variabel ukuran perusahaan (SIZE) menghasilkan nilai t sebesar -2.475 dengan tingkat signifikan 0,019 yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki hubungan negative tidak searah dengan nilai perusahaan. Maka dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak.

Pembahasan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis uji t pada variabel profitabilitas menghasilkan nilai t sebesar 2.943 dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ yang berarti nilai signifikansi 0,006 lebih kecil dari pada 0,05 dengan nilai koefisien regresi 12.189 yang menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki hubungan positif searah dengan nilai perusahaan. Dengan demikian disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga H_1 diterima.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori sinyal, yang berarti semakin tinggi profitabilitas memberikan sinyal positif bahwa akan semakin tinggi pula kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan memaksimalkan laba. Sinyal yang diberikan perusahaan dapat memicu adanya permintaan saham, sehingga volume perdagangan saham dipasar modal akan berubah. Semakin banyak permintaan saham dari investor, merupakan indikasi bahwa perusahaan akan mempunyai nilai perusahaan yang tinggi pula. Besar atau kecilnya profitabilitas memang berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sebab sebelum melakukan investasi para investor akan terlebih dahulu melihat kemampuan perusahaan dalam meningkatkan laba dan melihat bagaimana kemampuan laba tersebut dalam mengembalikan ekuitas pemegang saham. Apabila perusahaan memiliki profitabilitas yang tinggi maka para investor dapat menyimpulkan bahwa perusahaan mampu untuk membagikan dividen dengan baik.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fardelia dan Tituk (2021), yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Palupi dan Hendiarto (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis uji t pada variabel *Corporate Social Responsibility* menghasilkan nilai t sebesar 2.136 dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$ yang berarti nilai signifikansi 0,040 lebih kecil dari pada 0,05 dengan nilai koefisien regresi 6.852 yang menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* memiliki hubungan positif searah dengan nilai perusahaan. Dengan demikian disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga H_2 diterima.

Hal tersebut menunjukkan bahwa hasil penelitian tersebut sesuai dengan teori *stakeholder*, yang berarti bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat dipengaruhi dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan. Perusahaan harus mampu menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*, agar dukungan yang diberikan dapat tetap berjalan dan membuat bisnis dapat beroperasi dalam jangka Panjang dan bisa memaksimalkan keuntungan yang dapat berakibat terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Perusahaan yang bergerak dalam sector aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-1021 telah melakukan *Corporate Social Responsibility* dengan baik yang dibuktikan dengan beberapa perusahaan yang telah memperoleh penghargaan atau sertifikasi. Pengungkapan CSR yang baik dapat meningkatkan image perusahaan dimata investor dan masyarakat. image yang baik akan memberikan kepercayaan terhadap perusahaan dan menyebabkan peningkatan laba perusahaan. Semakin banyak pengungkapan informasi akan membuat investor tertarik berinvestasi yang nantinya akan berdampak terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Silvia (2013), yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfina (2017) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil dari analisis uji t pada variabel ukuran perusahaan menghasilkan nilai t sebesar -2.475 dengan nilai signifikansi $0,019 < 0,05$ yang berarti nilai signifikansi 0,019 lebih kecil dari pada 0,05 dengan nilai koefisien regresi -0,487 yang menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan memiliki hubungan negative tidak searah dengan nilai perusahaan. Dengan demikian disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga H_3 ditolak.

Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang dilihat dari total asset perusahaan yang besar akan dianggap sebagai sinyal negative bagi para investor atau calon investor. Ukuran perusahaan yang terlalu besar dianggap bisa menyebabkan kurangnya efisiensi dalam pengawasan kegiatan operasional dan strategi oleh manajemen perusahaan, sehingga dapat mengurangi nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian data yang telah diperoleh menunjukkan nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 2849,44% yang tergolong tinggi dengan hasil pengujian hipotesis yaitu pengungkapan besar atau kecilnya ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan belum mampu meningkatkan nilai perusahaan dan juga besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi pengungkapan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan sebelum memutuskan untuk menanamkan modalnya kepada suatu perusahaan, investor tidak melihat berdasarkan jumlah asset yang dimiliki perusahaan, melainkan cenderung melihat kepada kinerja keuangan yang tercantum pada laporan keuangan yang diterbitkan perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadek dan Ida (2015) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

Rizqia dan Mohamad (2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2018-2021. Penetapan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Jumlah data yang diolah dalam penelitian berjumlah 36 data.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan terdapat tiga kesimpulan antara lain: 1) Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya hipotesis pertama yang dirumuskan dalam penelitian ini diterima, karena perusahaan; 2) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya hipotesis kedua yang dirumuskan dalam penelitian ini dapat diterima. Tingkat pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) yang tinggi dapat menciptakan hubungan baik dengan para *stakeholder* yang membuat para *stakeholder* akan memberikan dukungan yang baik terhadap perusahaan dan berdampak kepada kinerja perusahaan yang akan mampu meningkatkan nilai perusahaan; 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan artinya hipotesis ketiga yang dirumuskan dalam penelitian ini ditolak.

Keterbatasan

Beberapa keterbatasan dari hasil penelitian ini dan perlu dijadikan bahan pertimbangan guna mengembangkan penelitian selanjutnya. Keterbatasan penelitian ini diantaranya yaitu: 1) Penelitian ini dipengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan hanya terdiri dari beberapa variabel independen yaitu profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan masih banyak variabel lainnya; 2) ruang lingkup pada penelitian ini sangat terbatas, penelitian ini hanya menggunakan obyek penelitian pada perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan sampel sebanyak 9 perusahaan selama 4 tahun yaitu pada tahun 2018-2021; 3) Pada penelitian ini variabel independen menggunakan pengukuran ROA, CSRI, dan size (Ln). Variabel dependen menggunakan PBV. Sedangkan masih ada metode pengukuran lainnya yang bisa digunakan, tetapi peneliti belum mampu menjelaskan dengan menggunakan metode pengukuran yang lainnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan dari kesimpulan yang diperoleh, maka terdapat beberapa saran yang bermafaanfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap hasil penelitian ini. Saran yang bisa disampaikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan tersebut dalam penelitian ini sebagai berikut: 1) Bagi pihak perusahaan dapat memberikan informasi kepada pihak internal perusahaan (manajemen) untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan; 2) Bagi investor sebaiknya memperhatikan variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dalam penelitian ini yaitu profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, dan ukuran perusahaan. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi investor sebelum pengambilan keputusan investasi; 3) Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya lebih memperluas objek penelitian, memilih sektor yang lain ataupun meneliti semua sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga peneliti selanjutnya bisa mengetahui lebih banyak lagi, menambah atau mengganti jumlah variabel

independen, dan jumlah tahun yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan serta tidak hanya berfokus pada variabel yang sudah ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisa, Y. 2011. Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Diponegoro Semarang. Semarang.
- Dewi, Makhdalena dan T. Fenny. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Riau*, 5(1).
- Fardelia, D., dan Tituk. 2021. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Pengungkapan Csr Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2015-2019). *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1).
- Fidiana. 2015. Dampak Kinerja Keuangan Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 4(3)
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Husnan, S. 2006. *Manajemen Keuangan: Teori dan Penerapan Buku 1, Edisi 4*. BPFE. Yogyakarta
- Hidayat, N. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Penghindaran Pajak. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Kasmir. 2008. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Machfoedz dan Masud. 1994. *Financial Ratio Analysis and The Prediction of earnings Changes In Indonesia*. Kelola. 7. III.
- Palupi R. dan S. Hendiarto. 2018. Kebijakan Hutang, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan Properti & Real Estate. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(2)
- Puspitasari, Y. H. 2018. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 7(8).
- Saputra, W. S. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis* 10(1): 19-29.
- Sayekti, Y. dan S. Wondabio. 2007. Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient. *Simposium Nasional Akuntansi X* 26.
- Septiana, F. 2014. Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 3(7).
- Tandelilin, E. 2010. *Portofolio dan Investasi Teori dan aplikasi. Edisi kedua*. KANISIUS. Yogyakarta.
- Worontikan, E. dan L. Amanah. 2022. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 11(7).