

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Erizka Denovia Worontikan

erizkadw@gmail.com

Lailatul Amanah

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR), profitability, and firm size on firm value. The CSR was measured by Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI), profitability was measured by Return On Asset (ROA), and firm size was measured by Ln Total Asset. Meanwhile, the firm value was measured by Price to Book Value (PBV). The research was quantitative. Moreover, the population was Property and Real Estate companies which were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) 2016-2-2020. Furthermore, the data collection technique used purposive sampling with 12 samples and 60 observations data. Additionally, the data analysis technique used SPSS (Statistical Product and Service Solution) 26. The research result concluded that CSR did not affect firm value, as it had not contributed yet on firm value. On the other hand, profitability had a positive effect on firm value since companies' ability in getting profits affected firm value. In contrast, firm size did not affect firm value since how small or big the size of company did not affect firm value; when they could not manage their assets properly.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini *Corporate Social Responsibility* (CSR) diukur menggunakan metode *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI), profitabilitas diukur dengan *Return On Assets* (ROA), dan ukuran perusahaan diukur menggunakan Ln total aset, serta nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh 12 perusahaan sampel dengan total pengamatan sebanyak 60 data laporan keuangan perusahaan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang dihitung dengan aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena CSR belum mampu berkontribusi pada nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat berpengaruh pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena skala perusahaan besar atau kecil yang tidak mampu mengelola asetnya dengan baik, maka tidak dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.

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

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk yang terus mengalami peningkatan menyebabkan kebutuhan tempat tinggal, perkantoran, sarana hiburan, pusat perbelanjaan, dan kebutuhan akan *property and real estate* mengalami kenaikan juga yang menjadikan industri *property and real estate* menjadi ikut berkembang pesat. Perkembangan sektor *property and real estate* yang ada di kota besar menjadi sinyal untuk para investor yang kemudian meresponnya dengan membeli saham perusahaan *property and real estate* di pasar modal. Namun pada era *modern* seperti saat

ini menjadikan timbulnya persaingan antar perusahaan. Oleh sebab itu, pengelolaan perusahaan yang baik dapat diukur melalui kinerja perusahaan yang dapat dilihat dari laporan keuangan.

Laporan keuangan memberikan informasi tentang kinerja keuangan, posisi keuangan, arus kas perusahaan yang dapat digunakan pemakai laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomi dan juga sebagai bentuk pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang telah dipercayakan. Informasi mengenai kondisi keuangan yang dibutuhkan oleh stakeholder dapat diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan. Persaingan dalam dunia bisnis membuat perusahaan harus mempertahankan eksistensinya dengan melakukan upaya pengembangan yang baik agar penjualan dan kepuasan pelanggan meningkat, mengingat melalui sudut pandang ekonomi tujuan didirikan perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal serta dapat menaikkan nilai perusahaan dengan peningkatan kemakmuran pemegang saham ketika harga saham naik.

Nilai perusahaan berperan penting karena sebagai cerminan kinerja dan tingkat keberhasilan perusahaan yang dapat menjadi tolak ukur investor dalam berinvestasi dan menunjukkan kepercayaan masyarakat pada perusahaan tersebut. Nilai perusahaan dicerminkan oleh harga saham suatu perusahaan, sehingga nilai perusahaan yang meningkat menjadi daya tarik investor untuk melakukan kegiatan investasi pada perusahaan tersebut. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang membuat kesejahteraan pemilik saham juga akan meningkat. Namun, perusahaan dituntut untuk tidak hanya mementingkan kesejahteraan pemegang saham dan mendapatkan keuntungan saja, perusahaan juga harus melaksanakan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan yang diatur pada Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT).

Perusahaan dituntut mampu menjalankan kewajibannya dalam melestarikan lingkungan dan memberikan kontribusi terhadap masyarakat terkait dampak dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan. Cara yang dapat dilaksanakan oleh perusahaan yaitu dengan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Menurut Undang-Undang tentang Perseroan Terbatas pasal 1 ayat 3, *corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial dan perusahaan merupakan komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Bentuk-bentuk tanggung jawab dari masing-masing perusahaan sangat beragam, seperti melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar, perbaikan terhadap lingkungan, pemberian beasiswa kepada anak-anak di lingkungan sekitar perusahaan atau anak dari karyawan perusahaan tersebut, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, upaya peningkatan kualitas tenaga kerja, hingga sumbangan untuk desa atau fasilitas masyarakat yang bersifat sosial. Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility* perusahaan dapat berperan dalam lingkungan sekitar dan bertindak sesuai harapan *stakeholder* sehingga berdampak pada nilai perusahaan dalam jangka waktu yang panjang.

Selain dari program *Corporate Social Responsibility* (CSR), nilai perusahaan juga dapat tercermin dari tingkat profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba pada periode tertentu dan pada tingkat penjualan, aset, serta modal saham tertentu. Jika perusahaan mampu meningkatkan labanya maka perusahaan akan dikategorikan sebagai perusahaan yang menguntungkan dimasa mendatang, sehingga membuat investor menjadi tertarik untuk membeli saham pada perusahaan tersebut. Karena dengan tingkat laba yang tinggi maka perusahaan dapat meningkatkan kesejahteraan dan mutu produk.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan indikator yang dapat menunjukkan suatu keadaan atau kondisi suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya suatu

perusahaan dengan menghitung seberapa besar total aset, jumlah karyawan yang melakukan aktivitas operasional perusahaan, dan juga total penjualan yang dicapai pada periode tertentu. Perusahaan besar memiliki kekuatan finansial yang lebih tinggi dalam menunjang perkembangan perusahaan sehingga lebih menarik minat investor untuk berinvestasi.

Banyak penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti, hasil penelitian Lestari (2015) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Yahdiyani (2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Saridewi, *et al.* (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini bertentangan dengan penelitian Isnaeni (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian Novari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pada penelitian Wahyuni (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, terjadi ketidak konsistenan tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang menyebabkan isu ini menarik untuk diteliti kembali. Dengan obyek yang digunakan pada penelitian ini adalah perusahaan sektor *property and real estate* yang terdaftar di BEI mulai dari tahun 2016 hingga tahun 2020.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan maka perlu dilakukan penelitian kembali dengan judul "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Property and Real Estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020".

TINJAUAN TEORITIS

Signalling Theory

Signalling Theory menjelaskan alasan perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan informasi - informasi laporan keuangan perusahaan kepada pihak eksternal. Menurut Brigham dan Houston (2011) *Signal* atau isyarat adalah suatu tindakan yang diambil perusahaan untuk memberikan petunjuk bagi investor mengenai bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Teori sinyal mendorong perusahaan memberikan informasi keuangan kepada pihak luar.

Teori sinyal dijadikan dasar pemikiran untuk menjelaskan perihal hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Sinyal juga dapat dijadikan sebagai bentuk promosi perusahaan, dimana perusahaan tersebut dapat menyatakan bahwa perusahaannya lebih baik daripada perusahaan lain dan lebih unggul dari perusahaan lain sehingga investor dapat melihat prospek perusahaan untuk jangka waktu yang panjang.

Stakeholder Theory

Menurut Hadi (2011), *Stakeholder* adalah semua pihak internal atau eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi atau dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dengan demikian *stakeholder* perusahaan bukan hanya *shareholder* saja, melainkan pihak eksternal maupun internal perusahaan seperti pemerintah, perusahaan pesaing, masyarakat sekitar, lembaga diluar perusahaan, para pekerja perusahaan, pelanggan, kreditor, politisi, pemasok, dan pihak lainnya.

Teori *Stakeholder* menunjukkan mengenai pentingnya informasi aktivitas perusahaan. Pengungkapan CSR menjadi sebuah strategi untuk menjaga hubungan perusahaan dengan para *stakeholder* baik dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan informasi mengenai aktivitas perusahaan seperti program CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan

diharapkan adanya dukungan dan kinerja *stakeholder* yang baik dapat menjadi daya tarik investor untuk berinvestasi dan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah aktivitas tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan dan masyarakat sebagai bentuk perhatian terhadap lingkungan dalam meningkatkan kesejahteraan dan memiliki dampak positif pada lingkungan sekitar. Tujuan dari *corporate social responsibility* diharapkan mampu meningkatkan laba perusahaan, meningkatkan kesejahteraan karyawan, dan masyarakat sekaligus meningkatkan kualitas lingkungan.

Manfaat pelaksanaan program *corporate social responsibility* bagi perusahaan yaitu dapat meningkatkan citra perusahaan, mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial, dapat menambah akses sumber daya bagi operasional perusahaan, dapat membuka peluang pasar yang lebih luas, dapat menjalin hubungan yang baik dengan pihak-pihak yang berkepentingan, meningkatkan produktivitas karyawan, serta menambah peluang dalam meraih penghargaan. CSR juga memberikan manfaat terhadap masyarakat dan karyawan, seperti terciptanya lapangan pekerjaan, menambah pengalaman kerja karyawan, dan kegiatan pelatihan untuk melatih *skill* karyawan dan masyarakat. Sedangkan manfaat CSR bagi pemerintah yaitu dapat membantu keterbatasan pembiayaan anggaran pemerintah dalam hal pembangunan atau penanggulangan kemiskinan, membantu pengembangan kapasitas masyarakat, dan adanya dukungan sarana dan prasarana dari perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Profitabilitas menurut Kasmir (2015) menggambarkan tingkat efektivitas kegiatan operasional yang dapat dicapai perusahaan. Sedangkan menurut Saputra (2018) profitabilitas merupakan salah satu pengukuran kinerja perusahaan yang dapat diukur dalam rasio untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan sebagainya. Profitabilitas perusahaan yang tinggi akan mencerminkan citra perusahaan yang baik. Semakin tinggi profitabilitas yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka akan mencerminkan tingkat efisiensi perusahaan yang tinggi juga, sehingga terlihat kinerja perusahaan yang baik pula.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar atau kecilnya perusahaan berdasarkan ketentuan seperti *log size*, total aktiva, nilai pasar, pendapatan, total penjualan, dan lain-lain. Terdapat banyak cara dalam mendefinisikan skala perusahaan, yaitu dengan menggunakan berbagai kriteria seperti jumlah karyawan, volume penjualan, dan nilai aset. Menurut Harahap (2011), ukuran perusahaan dapat diukur dengan perhitungan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aset perusahaan.

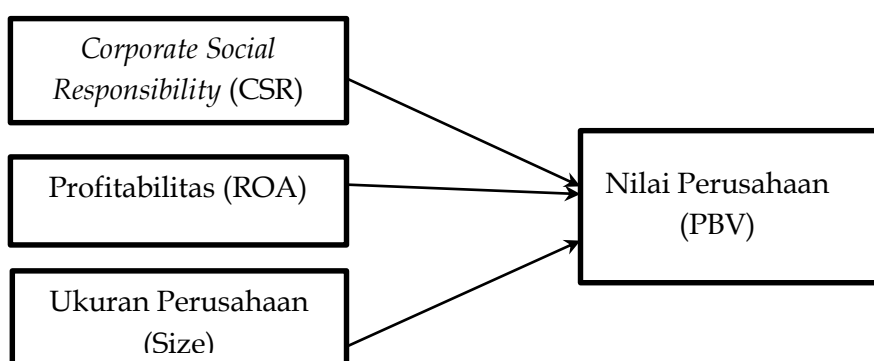
Ukuran perusahaan pada umumnya dibagi menjadi 3 kategori, yaitu *large* (besar), *medium* (sedang), dan *small* (kecil). Namun, klasifikasi ukuran perusahaan menurut Undang-Undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, dan menengah dibagi menjadi 4 (empat) kategori yaitu: 1) Usaha mikro, 2) Usaha Kecil, 3) Usaha menengah, 4) Usaha Besar. Ukuran perusahaan yang besar cenderung akan memiliki reputasi yang baik dan lebih mudah dalam memperoleh dana tambahan di pasar modal dibandingkan dengan perusahaan yang tingkatnya lebih kecil. Perusahaan besar mempunyai kemudahan akses dan lebih dipandang oleh investor dalam kegiatan berinvestasi.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang dicapai dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham. Nilai perusahaan menurut Hery (2017) adalah kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Sedangkan menurut Indrarini (2019) pengertian nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan manajer dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dipercayakan kepadanya yang sering dihubungkan dengan harga saham. Menurut Christiawan dan Tarigan (dalam Sari, 2015), terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain: nilai nominal, nilai pasar, nilai intrinsik, nilai buku, nilai likuiditas.

Rerangka Pemikiran

Rerangka pemikiran akan digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan merupakan suatu bentuk kepedulian dari perusahaan terhadap *stakeholder*. Dengan melakukan pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena kegiatan ini berpihak pada masyarakat dan lingkungan. Penerapan CSR dapat meningkatkan kepercayaan dari berbagai pihak terhadap perusahaan. Oleh karena itu perlu adanya keseimbangan kepentingan – kepentingan ekonomi, lingkungan, dan masyarakat dengan adanya kinerja keuangan dan penerapan CSR yang baik agar tercipta citra perusahaan yang baik dan dapat meningkatkan reputasi perusahaan di pasar modal. Atas citra baik perusahaan maka investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan hal ini dapat meningkatkan harga saham perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan Lestari (2016), Pasaribu (2017), dan Saputra (2018) menunjukkan adanya pengaruh positif *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Semakin baik pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan, maka *stakeholder* akan memberikan dukungan penuh terhadap kegiatan perusahaan dalam upaya peningkatan nilai perusahaan. Sehingga hipotesis yang dapat dibuat adalah:

H₁: *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba. Profitabilitas dinilai menjadi indikator dalam menilai kondisi keuangan

perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi dapat memberikan sinyal yang baik pada investor dan mampu memberikan tingkat return yang tinggi terhadap investor. Peningkatan laba akan berpengaruh terhadap harga saham dan juga dapat menambah nilai perusahaan dimata para investor.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020), Saridewi *et al.*, (2016), dan Puspitasari (2018) profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hal itu disebabkan karena profitabilitas yang tinggi menandakan bahwa total aktiva yang digunakan dalam operasi perusahaan mampu meningkatkan penjualan atau pendapatan perusahaan yang membuat investor tertarik untuk memiliki saham perusahaan tersebut, maka harga saham akan meningkat dan nilai perusahaan juga akan meningkat. Sehingga hipotesis yang dibuat adalah:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan klasifikasi besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diukur melalui berbagai cara seperti menggunakan total aktiva, log size, nilai pasar saham, tingkat penjualan, dan lain-lain. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan operasinya. Ukuran perusahaan umumnya dapat dibagi menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu: besar, menengah, dan kecil. Semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan maka akan semakin memudahkan dalam pengelolaan aset dan lebih mudah dalam mengendalikan perusahaan untuk melakukan upaya peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yahdiyani (2017), Agnewiranti dan Azib (2020), serta Novari dan Lestari (2016) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar dapat mencerminkan bahwa pertumbuhan perusahaan yang besar akan memperoleh kemudahan dalam mendapat ketertarikan dari investor untuk berinvestasi sehingga mampu meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dimana penelitian ini berupa perhitungan angka-angka yang nantinya akan dipergunakan dalam pengambilan keputusan dengan sumber data laporan tahunan perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder sebagai sumber data penelitian, karena data tersebut diperoleh dalam bentuk sudah tersedia melalui publikasi. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode pengamatan selama 5 (lima) tahun, yaitu pada tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 yang memiliki karakteristik sesuai dengan kriteria yang ditetapkan dalam penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh perusahaan (Sugiyono, 2014). Sampel yang baik adalah sampel yang bersifat representatif atau dapat menggambarkan karakteristik dari populasi. Metode pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*, yaitu metode dengan memilih sampel yang sesuai dengan kriteria yang digunakan dalam penelitian.

Teknik Pengambilan Data

Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sehingga jenis data yang digunakan adalah data dokumenter. Data tersebut dikumpulkan dengan mempelajari dokumen dan laporan tahunan yang telah ada. Data dokumenter digunakan sebagai dasar untuk menganalisis data yang kompleks melalui metode observasi dan melakukan analisis dokumen.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui perantara. Dalam penelitian ini sumber data yang digunakan yakni laporan tahunan selama tahun 2016 sampai dengan tahun 2020 secara berturut turut. Data diperoleh dari *website* pasar modal Bursa Efek Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara dokumentasi laporan keuangan masing-masing perusahaan.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat.

Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh adanya variabel independen atau variabel bebas. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang menggambarkan suatu kondisi yang dicapai oleh perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan yang dijadikan gambaran bagi masyarakat maupun investor yang biasanya berkaitan dengan saham. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV) atau rasio harga terhadap nilai buku yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan.

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

Variabel Independen

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah aktivitas tanggung jawab sosial terhadap pemangku kepentingan dan masyarakat sebagai bentuk perhatian terhadap lingkungan dalam meningkatkan kesejahteraan dan memiliki dampak positif pada lingkungan sekitar. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*).

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

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Profitabilitas merupakan salah satu pengukuran kinerja perusahaan yang dapat diukur dalam rasio untuk menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui semua kemampuan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan (Saputra, 2018).

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva (Hartono, 2015).

$$SIZE = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang dikumpulkan untuk membuat kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk melihat nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan standar deviasi dari masing-masing variabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terhadap variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal atau tidak karena data yang baik adalah data yang memiliki distribusi normal. Menurut Ghozali (dalam Pasaribu, 2017) untuk mengetahui apakah data tersebut telah berdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan uji statistik yaitu uji Kolmogorov Smirnov yang dapat dilihat berdasarkan nilai probabilitasnya, dengan kriteria pengujian jika hasil nilai signifikan $> 0,05$ maka data tersebut telah berdistribusi dengan normal. Sedangkan apabila hasil probabilitasnya menunjukkan nilai signifikan $< 0,05$ maka data residual terdistribusi secara tidak normal. Selain itu, dalam menguji normalitas residual dapat dilihat melalui analisis grafik dengan cara menganalisis grafik *Normal Probability (P-Plot of Regression Standardized Residual)* yang dapat dilihat pada penyebaran data (titik) yang berada pada sumbu diagonal dari grafik. Ketika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, hal tersebut mengindikasikan bahwa data telah terdistribusi secara normal. Artinya, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, dan sebaliknya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya sebuah korelasi antara variabel independen atau bebas (Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dilakukan dengan cara melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan Tolerance. Jika nilai VIF > 10 dan nilai tolerance $< 0,10$ maka antar variabel independen terjadi korelasi atau terdapat gejala multikolinearitas. Sedangkan apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ maka antar variabel independen tidak terjadi korelasi atau data tersebut bebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah didalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Apabila varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, apabila varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas yaitu dapat dilihat melalui pendekatan grafik plot antara nilai prediksi

variabel dependen dengan residualnya. Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang akan membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heteroskedastisitas. Tetapi apabila tidak terdapat pola tertentu, serta terdapat titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali 2018). Autokorelasi timbul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu dan berkaitan satu sama lainnya. Sehingga model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi dengan menggunakan pengukuran uji Durbin-Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Angka DW dibawah negatif (-) 2, yang artinya terdapat autokorelasi positif.
- Angka DW diantara negatif (-) 2 sampai dengan positif (+) 2, maka tidak terdapat autokorelasi.
- Angka DW diatas positif (+) 2, yang artinya terdapat autokorelasi negatif.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dengan menggunakan regresi linier berganda digunakan untuk pengujian antara suatu variabel dependen (terikat) terhadap beberapa variabel independen (bebas). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas (ROA), dan ukuran perusahaan (*Size*) terhadap nilai perusahaan (PBV). Penelitian ini menggunakan teknik pengukuran analisis regresi berganda karena penelitian ini memiliki variabel independen lebih dari satu, sehingga dapat menunjukkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Data diolah dengan bantuan berupa aplikasi SPSS, adapun persamaan yang digunakan dalam perhitungan ini adalah sebagai berikut :

$$PBV = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 ROA + \beta_3 SIZE + e$$

Keterangan :

PBV : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien Regresi Variabel

CSR : *Corporate Social Responsibility* (CSR)

ROA : Profitabilitas

SIZE : Ukuran Perusahaan

e : *Standar Error*

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018) koefisien determinasi adalah nilai antara nol dan satu, dimana nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen yang sangat terbatas dan apabila nilai R^2 yang mendekati satu, artinya variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen, atau koefisien determinasi (R^2) dapat mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Uji F

Uji F atau yang sering disebut *Goodness Of Fit* (uji kelayakan model) bertujuan untuk menguji data apakah model regresi dinyatakan layak untuk digunakan atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar 0,05 ($\alpha = 5\%$). Jika hasil uji F menyatakan nilai signifikan sebesar $< 0,05$ maka model penelitian dapat dikatakan layak. Apabila hasil nilai $F > 0,05$, maka model penelitian menunjukkan bahwa tidak layak dan tidak dapat dipergunakan dalam penelitian selanjutnya.

Uji t

Uji t pada dasarnya memiliki tujuan untuk menunjukkan seberapa berpengaruhnya masing-masing atau secara individual dari variabel independen atau variabel penjelas terhadap variabel dependen. Apabila nilai t signifikan menyatakan $t < 0,05$ maka hipotesis diterima, yang artinya bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila nilai t signifikan menyatakan $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak, yang artinya bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang dikumpulkan untuk membuat kesimpulan. Analisis ini digunakan untuk melihat nilai minimum, nilai maximum, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, hasil analisis statistik deskriptif disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Pengujian Statistik Deskriptif
Descriptive Statistic

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	60	,08	,73	,4577	,17714
ROA	60	,41	51,31	5,0667	7,31461
SIZE	60	22,86	31,74	29,0243	2,37425
PBV	60	,15	2452,15	137,4703	483,93027
Valid N (listwise)	60				

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa jumlah data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 data. Pada Variabel *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan oleh CSR memiliki nilai rata-rata (*mean*) 0,4577 dengan nilai minimum sebesar 0,08 dan nilai maximum sebesar 0,73 dan standar deviasi sebesar 0,17714. Variabel profitabilitas yang diproksikan oleh *Return on Asset* (ROA) memiliki nilai rata-rata (*mean*) 5,0667 dengan nilai minimum sebesar 0,41 dan nilai maximum sebesar 51,31 dan standar deviasi sebesar 7,31461. Variabel ukuran perusahaan yang diproksikan oleh *Log Natural* (SIZE) memiliki nilai rata-rata (*mean*) 29,0243 dengan nilai minimum sebesar 22,86 dan nilai maximum sebesar 31,74 dan standar deviasi sebesar 2,37425. Variabel nilai perusahaan yang diproksikan oleh *Price to Book Value* (PBV) memiliki nilai rata-rata (*mean*) 137,4703 dengan nilai minimum sebesar 0,15 dan nilai maximum sebesar 2452,15 dan standar deviasi sebesar 483,93027.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ini memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk menguji apakah data telah terdistribusi normal atau tidak, maka peneliti melakukan uji normalitas dengan menggunakan dua cara yaitu:

Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test

Pengujian normalitas yang dilakukan dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat dari nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Apabila tingkat signifikansi dibawah 0,5, maka data terdistribusi tidak normal. Begitupun sebaliknya, apabila tingkat signifikansi diatas 0,5, maka data terdistribusi normal. Berikut hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* disajikan pada Tabel 2 seperti dibawah ini:

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	317,8415552
Most Extreme Difference	Absolute	,165
	Positive	,165
	Negative	-,110
Test Statistic		,165
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c

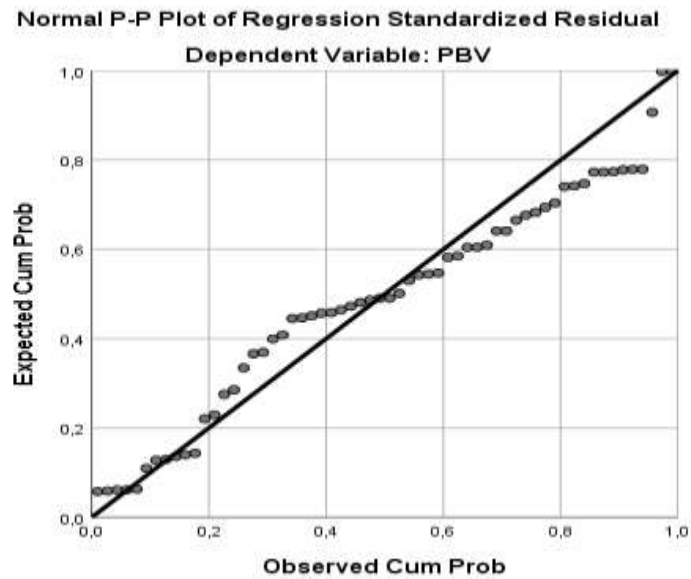
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Hasil penelitian yang disajikan pada Tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa dengan jumlah sampel sebanyak 60 data menunjukkan hasil nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,000 > 0,05 sehingga nilai tersebut menunjukkan bahwa data belum sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. Dapat disimpulkan bahwa variabel tidak berdistribusi secara normal dan tidak dapat digunakan dalam penelitian.

Uji Normalitas dengan Analisis Grafik

Uji normalitas dengan analisis grafik yang digunakan adalah grafik *normal probability plot*. Uji P - Plot adalah uji yang membandingkan distribusi kumulatif data yang sebenarnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Pada grafik ini, jika data menyebar pada garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya. Gambar 2 berikut ini menyajikan hasil grafik P-Plot.



Gambar 2
Grafik Uji Normalitas
Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan hasil grafik normal *Probability Plot* yang disajikan pada Gambar 2 tersebut menunjukkan bahwa titik-titik menyebar jauh dari garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak berdistribusi secara normal dan belum memenuhi asumsi normalitas.

Pada pengujian normalitas dengan analisis statistik dan analisis grafik dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan oleh peneliti tidak terdistribusi secara normal sehingga belum memenuhi uji asumsi klasik. Untuk mendapatkan data yang memenuhi normalitas data maka peneliti melakukan transformasi data. Menurut Ghozali (2018), transformasi data merupakan salah satu cara untuk menormalkan data dengan cara merubah skala pengukuran data asli menjadi bentuk lain yang masih memiliki nilai sama sehingga data dapat memenuhi kriteria uji asumsi klasik. Hasil uji normalitas setelah transformasi data adalah sebagai berikut:

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,52738442
Most Extreme Difference	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,063
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

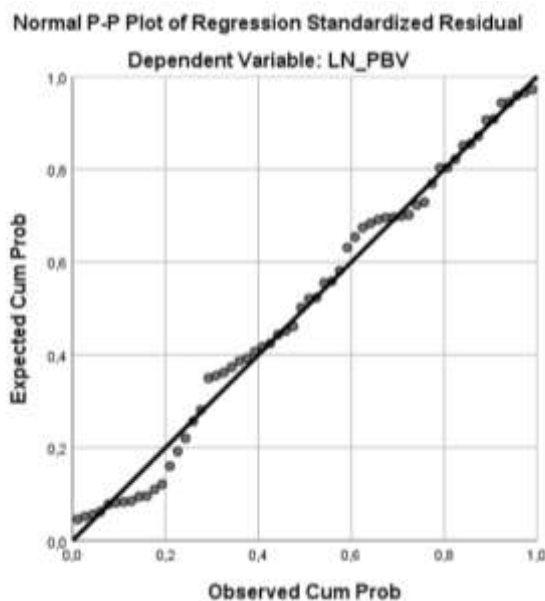
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022



Gambar 3
Grafik Uji Normalitas
Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 3 dan Gambar 3, hasil uji normalitas yang disajikan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dan analisis grafik *normal probability plot* setelah dilakukan *transformasi* data menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,200 yang berarti data telah terdistribusi secara normal. Selain itu, penyebaran titik-titik mengikuti arah garis diagonal dan berada sangat dekat dengan garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas. Untuk mengetahui adanya gejala multikolinearitas atau tidak dalam regresi, maka dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistic			Keterangan
	B	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	51,385			
CSR	0,466	0,949	1,054	Tidak terjadi multikolinearitas
ROA	0,682	0,879	1,138	Tidak terjadi multikolinearitas
SIZE	-15,319	0,924	1,082	Tidak terjadi multikolinearitas

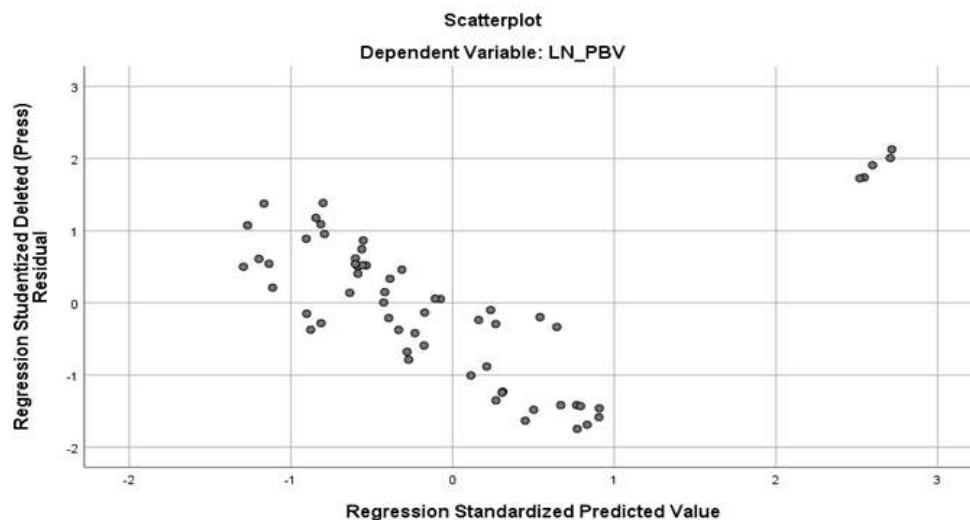
a. *Dependent Variable: LN_PBV*

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai *tolerance* untuk masing - masing variabel memiliki nilai lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai *tolerance* variabel CSR sebesar 0,949 dan nilai VIF 1,054. Nilai *tolerance* variabel ROA sebesar 0,879 dan nilai VIF 1,138. Nilai *tolerance* variabel SIZE sebesar 0,924 dan nilai VIF 1,082. Sehingga dalam keseluruhan model regresi penelitian ini terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk menilai apakah terdapat ketidaksamaan antar varians dan residual pada model pengamatan regresi linier. Untuk mengetahui adanya heteroskedastisitas atau tidak dapat menggunakan metode analisa grafik. Pada model regresi ini apabila tidak terdapat pola yang jelas seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y dan angka 0 maka model regresi ini dikatakan tidak bergejala heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan dengan grafik *Scatterplot* sebagai berikut:



Gambar 4
Grafik Uji Heteroskedastisitas
Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan dari Gambar 4 grafik heteroskedastisitas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar angka 0 dan sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola yang teratur. Sehingga dapat dinyatakan bahwa penelitian ini terbebas dari heteroskedastisitas dan layak digunakan pada penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali 2018). Untuk mendeteksi autokorelasi pada model regresi dapat dilihat pada uji Durbin-Watson. Ketika angka Durbin-Watson < -2 , hal ini mengindikasikan adanya autokorelasi positif. Ketika angka Durbin-Watson berada diantara -2 sampai $+2$, hal ini mengindikasikan tidak terdapat autokorelasi (bebas autokorelasi). Ketika angka Durbin-Watson $> +2$ berarti terdapat autokorelasi negatif. Hasil uji autokorelasi disajikan pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,747 ^a	,558	,534	1,56776	,588

a. Predictors: (Constant), LN_SIZE, LN_ROA, LN_CSR

b. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* (DW-test) sebesar 0,588 yang terletak di antara -2 dan 2 yaitu $-2 < 0,588 < 2$. Maka, dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel dan untuk mengukur hubungan antara variabel dependen terhadap variabel independen. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada Tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	51,385	8,317		6,178	0,000
	LN_CSR	0,466	0,372	0,114	1,254	0,215
	LN_ROA	0,682	0,211	0,306	3,227	0,002
	LN_SIZE	-15,319	2,445	-0,579	-6,265	0,000

a. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 6 diatas maka diperoleh model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$PBV = 51,385 + 0,466CSR + 0,682ROA - 15,319SIZE + e$$

Uji Kelayakan Model

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi koefisien determinasinya maka semakin tinggi kemampuan variabel independen dapat menjelaskan varian perubahan pada variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi (R²) pada penelitian disajikan pada Tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square ^b	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 ^a	,558	,534	1,56776

a. Predictors: (Constant), LN_SIZE, LN_ROA, LN_CSR

b. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *R square* memiliki nilai sebesar 0,558 atau 55,8%. Hal ini menggambarkan bahwa variabel independen yang dijelaskan oleh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return On Asset* (ROA), ukuran perusahaan (SIZE) dapat mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan pada sektor *property and real estate*. Sedangkan sisanya sebesar 0,442 atau 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji F

Uji F adalah uji kelayakan model atau disebut *Goodness Of Fit* yang bertujuan untuk menguji data model regresi dapat dinyatakan layak untuk digunakan atau tidak. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka model regresi layak digunakan dalam penelitian. Hasil uji F penelitian ini disajikan pada Tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Analisis Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	173,427	3	57,809	23,520	,000 ^b
Residual	137,641	56	2,458		
Total	311,069	59			

a. Dependent Variable: LN_PBV

b. Predictors: (Constant), LN_SIZE, LN_ROA, LN_CSR

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas menyatakan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 maka, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini layak diuji dan digunakan dalam penelitian.

Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji statistik t disajikan pada Tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)
Coefficients^a

Model	B	T	Sig.	Kesimpulan
1 (Constant)	51,385	6,178	0,000	
CSR	0,466	1,254	0,215	Hipotesis ditolak
ROA	0,682	3,227	0,002	Hipotesis diterima
SIZE	-15,319	-6,265	0,000	Hipotesis ditolak

a. Dependent Variable: LN_PBV

Sumber: Laporan keuangan, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 9 diketahui bahwa uji t untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai t hitung sebesar 1,254 dengan nilai signifikansi sebesar 0,215 lebih besar dari 0,05. Artinya, *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak. Uji t untuk variabel profitabilitas (ROA) memiliki nilai t hitung sebesar 3,227 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Artinya, profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Uji t untuk variabel Ukuran Perusahaan (SIZE) memiliki nilai t hitung sebesar -6,265 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Artinya, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Maka, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak.

Pembahasan

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

Hasil uji hipotesis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) menyatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

yang dilakukan perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020 belum dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Hal tersebut dapat disebabkan karena dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan *property and real estate* pada laporan tahunan masih banyak ditemukan pengungkapan yang tidak sesuai dengan standart yang sudah ditentukan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). Biaya yang dikeluarkan untuk melakukan kegiatan *corporate social responsibility* dianggap dapat mengurangi profit perusahaan. Sehingga pengungkapan CSR dianggap kurang memiliki kontribusi dalam mempengaruhi nilai perusahaan dan tidak memberikan nilai tambah yang dapat menguntungkan para *shareholder*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Yahdiyani (2017) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Lestari (2015) yang membuktikan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hasil uji hipotesis pengaruh profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (PBV) dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat diterima karena memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan *property and real estate*. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan tidak selalu mengalami peningkatan laba namun juga tidak sampai mengalami kerugian. Apabila profitabilitas dalam perusahaan mengalami pertumbuhan atau memiliki prospek yang baik maka perusahaan juga akan dinilai semakin baik di masa mendatang. Kemampuan menghasilkan laba yang meningkat dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya sehingga menyebabkan harga saham dan nilai perusahaan meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Saridewi *et al.*, (2016) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian ini bertentangan dengan penelitian Isnaeni (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran perusahaan (SIZE) terhadap Nilai Perusahaan (PBV)

Hasil uji hipotesis pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan (PBV) dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu ukuran perusahaan dinyatakan tidak berpengaruh atau negatif terhadap nilai perusahaan. Kondisi ini dapat diebabkan oleh perusahaan kurang mengoptimalkan aset yang dimiliki secara baik, sehingga tidak dapat menghasilkan *return* secara maksimal. Ukuran perusahaan yang besar menyebabkan pengeluaran untuk biaya operasional seperti gaji karyawan dan biaya pemeliharaan aset menjadi besar. Hal tersebut menyebabkan penurunan laba yang dimiliki perusahaan, sehingga *shareholder* memberikan nilai negatif terhadap perusahaan yang kemudian berdampak terhadap harga saham dan diikuti turunnya nilai perusahaan.

Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wahyuni (2019) yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi, Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan topik bahasan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

pada 12 perusahaan yang terdaftar di BEI yang menerbitkan *annual report* selama periode 2016 sampai dengan 2020, maka kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016-2020. Hal tersebut dapat disebabkan karena CSR belum mampu berkontribusi pada nilai perusahaan dan juga perusahaan tidak melakukan pengungkapan CSR secara tepat dan sesuai dengan standart yang sudah ditentukan. 2) Profitabilitas (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016-2020. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dapat memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan. Kemampuan menghasilkan laba yang meningkat dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya sehingga menyebabkan harga saham dan nilai perusahaan meningkat. 3) Ukuran perusahaan (SIZE) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2016-2020. Hal ini dapat disebabkan ukuran perusahaan yang besar dengan pengeluaran yang juga besar menyebabkan penurunan laba, pada perusahaan kecil berdasarkan total asetnya juga dapat mengalami kesulitan dalam menghasilkan laba. Hal tersebut dapat menyebabkan *shareholder* memberikan nilai negatif terhadap perusahaan yang kemudian berdampak terhadap harga saham dan diikuti turunnya nilai perusahaan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian. Sehingga diharapkan penelitian ini dapat membantu peneliti selanjutnya untuk memperbaiki hasil penelitiannya. Beberapa keterbatasan penelitian ini yaitu: 1) Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada ruang lingkup dari perusahaan *property and real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2016-2020. 2) Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan (SIZE). Terdapat variabel lain yang memiliki kontribusi dengan nilai perusahaan dan belum digunakan. Dapat dilihat dari nilai *R square* sebesar 55,8% dan sisanya 44,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Saran

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan dalam untuk peneliti selanjutnya yaitu: 1) Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas (ROA) dan Ukuran perusahaan (SIZE) sebagai variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan (PBV). Untuk peneliti selanjutnya, hendaknya menggunakan variabel lain yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Variabel independen lain yang dapat digunakan, seperti kebijakan dividen, *leverage*, GCG, *return* saham, dan lain-lain. 2) Pada penelitian ini menggunakan sampel penelitian pada perusahaan *property and real estate* dengan periode tahun 2016-2020 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti objek yang lainnya, karena pada Bursa Efek Indonesia tidak hanya sektor perusahaan *property and real estate* saja, masih ada sektor yang lain seperti *food and beverage*, pertanian, perbankan, farmasi, manufaktur, dan pertambangan. Agar hasil pada penelitian selanjutnya menjadi lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agnewiranti, V., dan Azib. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal prosiding manajemen* 6(1).
- Brigham, E. F., dan J. F. Houston. 2011. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan (II)*. Edisi ke 11. Salemba Empat. Jakarta.

- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketiga. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Harahap, S. 2011. *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi. Rajawali Pers. Jakarta.
- Hery. 2017. *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. PT Grasindo. Jakarta.
- Indrarini, S. 2019. *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo. Surabaya.
- Isnaeni, N. 2020. Pengaruh Profitabilitas Dan Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2018. *Skripsi*. STIE Putra Bangsa. Kebumen.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan (8)*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Lestari, H. M. 2015. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 4(12).
- Novari, P. M., dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *Disertasi*. Universitas Udayana. Bali.
- Pasaribu, S. Y. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Puspitasari, Y. H. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 7(8).
- Safitri, D. A. 2020. Pengaruh Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan: Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 9(6).
- Saputra, W. S. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis* 10(1): 19-29.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Saridewi, S. P., G. P. A. J. Susila, dan F. Yudiaatmaja. 2016. Pengaruh Profitabilitas dan corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Indonesia* 4(1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 04 Juli 2008. Jakarta.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 *Perseroan Terbatas*. 16 Agustus 2007. Jakarta.
- Wahyuni, I. 2019. Pengaruh Pengungkapan Csr, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertanian Di Bei. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8(3).
- Yahdiyani, A. 2017. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi* 6(7).