

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2017-2020

Abd Rouf Dwi Saputra
roufsaputra1619@gmail.com
Titik Mildawati

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of Company Size, Profitability and Disclosure of Corporate Social Responsibility on Company Value (Empirical Study of Manufacturing Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange). The research was causative. Moreover, the population was manufacturing companies that were listed on Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2017 up to 2020. The data used secondary reputation data that were taken from Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2017 up to 2020. In line with that, there were 12 companies that fulfilled the criteria and were considered to be used as the sample. The research result concluded that firm size (LNAsset) had a negative and insignificant effect on the firm value of manufacturing companies. Meanwhile, profitability could not affect Corporate Social Responsibility (CSR) on the firm value of manufacturing companies. On the other hand, Return On Equity (ROE) had a positive and significant effect on the firm value of manufacturing companies.

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). Penelitian ini digolongkan pada penelitian kausatif. Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Data yang digunakan adalah reputasi data sekunder yang di dapatkan dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Diperoleh sebanyak 12 perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan peneliti sebagai sampel penelitian. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (LNAsset) tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan sebesar ,077 (lebih besar dari 0,05) dengan koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 3,595, profitabilitas tidak mampu mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan dengan regresi linier berganda menunjukkan signifikansi sebesar ,594 (>0,05) dengan koefisien regresi yang bernilai negatif sebesar 2,336, *Return on Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai signifikan sebesar 0,003 (lebih kecil dari 0,05) dengan koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,003.

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

PENDAHULUAN

Dunia bisnis saat ini berkembang pesat. Berdasarkan jumlah perusahaan yang berlomba-lomba untuk mencapai tujuan masing-masing, terutama meningkatkan nilai perusahaan dan menghasilkan keuntungan besar untuk perusahaan itu sendiri. Sebagai salah satu negara berkembang di dunia, Indonesia telah menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi dapat dilakukan melalui penciptaan pembangunan di segala bidang, termasuk pembangunan sektor ekonomi. Pengusaha akan merasa lebih percaya diri dan termotivasi

untuk menjalankan perusahaan dan perusahaan mereka di Indonesia seiring dengan membaiknya perekonomian.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan dan memastikan kelangsungan hidupnya dalam jangka panjang, bisnis yang kuat harus mampu mengelola potensi finansial dan non-finansialnya. Untuk bisnis, meningkatkan nilai perusahaan sangat penting karena hal itu akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham, yang merupakan tujuan utama perusahaan dan akan meningkatkan kepercayaan publik pada organisasi (Athur 2001). Nilai perusahaan ialah harga yang tersedia untuk dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut menjualnya. Faktor antarlain yang dapat mengakibatkan nilai perusahaan mengalami peningkatan yakni dengan mengukur perusahaan. Menurut pendapat Novari dan Lestari (2016) Perusahaan yang masuk dalam kategori besar ialah perusahaan yang memiliki nilai aset yang cukup besar. Dimana, nilai total aset perusahaan tersebut dalam jumlah besar dan dapat mencerminkan keadaan perusahaan yang cukup stabil serta mampu untuk berkembang lebih pesat. Sehingga menjadi pertimbangan bagi penanam modal atau investor untuk melaksanakan investasinya pada perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Pradana dan Astika (2019) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh pada nilai perusahaan, hanya saja tidak sesuai dengan penelitian Pratiwi dan Ibrahim (2017) dimana ia menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak terdapatnya pengaruh pada nilai perusahaan. Dari berbagai aspek keuangan di dalam perusahaan tersebut dapat mempengaruhi secara signifikan atas nilai perusahaan, salah satunya ialah dengan rasio profitabilitas. Banyak eksekutif bisnis mengandalkan kesuksesan organisasi mereka pada *financial performance*, yang menunjukkan bahwa banyak dari perusahaan ini telah menganut pandangan dunia yang berorientasi pada keuntungan "*profit oriented*".

Hal ini disebabkan fakta bahwa sejumlah kebijakan dan pilihan manajemen perusahaan pada akhirnya mengarah pada profitabilitas. Menurut Brigham dan Houston (2001) Profitabilitas didefinisikan sebagai kemampuan bisnis untuk menghasilkan laba bersih dari operasi selama periode akuntansi. Investor berinvestasi dalam bisnis untuk menerima pengembalian yang mencakup *yield* dan *capital gain*. Semakin besar kapasitas untuk menghasilkan keuntungan, semakin besar pengembalian yang akan diantisipasi investor, meningkatkan nilai perusahaan. Jika manajemen telah melakukan banyak upaya dan berhasil meningkatkan penjualan sambil mempertahankan biaya konstan, maka pendapatan harus naik di atas periode sebelumnya, yang menunjukkan keberhasilan. Profitabilitas yang tinggi menandakan masa depan perusahaan yang menjanjikan, sehingga investor akan memperhatikan sinyal tersebut dengan baik dan nilai perusahaan akan meningkat. (Rika, 2010). Perusahaan sekarang lebih memperhatikan tugas sosial mereka karena hubungan mereka dengan masyarakat dan lingkungan memiliki dampak yang signifikan pada apakah mereka bertahan atau tidak (Scholtens, 2008). Korporasi akan menawarkan nilai bagi pemangku kepentingan melalui pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* (CSR), yang dapat berdampak pada kemampuan perusahaan untuk bertahan (McWilliams dan Siegel, 2001).

Sejumlah perusahaan telah mengambil langkah proaktif untuk mengelolanya sebagai hasil dari meningkatnya kesadaran dan kepedulian tentang bagaimana bisnis berdampak pada lingkungan sosial, serta berita dan dampak sosial (Adams serta Frost, 2008). *Corporate Social Responsibility* (CSR) mulai terbentuk sebagai akibat dari kesadaran perusahaan akan perlunya meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh operasi komersial. Sebagai konsep akuntansi baru, CSR mengacu pada keterbukaan pengungkapan sosial dari aktivitas atau kegiatan perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya dalam bentuk berita keuangan tetapi juga diperlukan untuk memasukkan informasi tentang konsekuensi sosial yang ditimbulkan oleh perusahaan (Saedah, 2015). CSR bukan lagi bersifat sukarela (*voluntary*) melainkan bersikap wajib semenjak diberlakukannya "UU No.40 Pasal 74 nomor 40 tentang Perseroan Terbatas yaitu perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya

di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan". Semakin besar reputasi perusahaan berdasarkan persepsi warga dan semakin baik citranya, semakin besar tanggung jawab lingkungan yang diembannya. Citra atau reputasi perusahaan yang positif akan mampu menarik minat investor dan meyakinkan mereka untuk berinvestasi di bisnis tersebut, yang pada akhirnya akan menaikkan harga saham. Sumber harga saham perusahaan dapat digunakan untuk menentukan nilainya.

Pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan telah dipelajari. Pengungkapan CSR berdampak pada nilai perusahaan, menurut penelitian yang dilakukan oleh Rustiarini (2010) dengan menggunakan sampel seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2008. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa ketika acara CSR dilaksanakan, manajemen akan memahami nilainya sebagai investasi sosial jangka panjang dan tanggung jawab perusahaan melayani pemangku kepentingan selain pemegang saham. Ramadhani dan Hadiprajitno (2012) yang menggunakan sampel purposive perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2011 menemukan adanya hubungan yang signifikan antara CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan dengan melakukan kegiatan CSR, suatu perusahaan akan mendapatkan feedback positif dari investor yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Ada penelitian lain dengan temuan yang bertentangan yang mengklaim CSR tidak berdampak pada nilai perusahaan, antara lain penelitian yang dilaksanakan Suhartati (2011) menerapkan sampel perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2007-2008 berkata bahwasanya CSR tidaklah signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel belum menyatakan semua isu sesuai dengan indeks checklist yang dijadikan acuan dalam mengukur tingkat pengungkapan berita CSR, yang menjadi alasan mengapa hampir semua sampel tidak memiliki indeks di atas 70%. Nurhayati serta Medyawati (2012) yang menerapkan sampel perusahaan LQ45 di BEI di tahun 2009-2011 berkata bahwasanya nilai perusahaan tidak dipengaruhi secara signifikan oleh CSR. Lebih banyak penelitian telah mengkonfirmasi bahwa CSR memiliki dampak kecil pada nilai perusahaan (Retno serta Priantinah, 2012). Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Lokasi penelitian dilakukan di Indonesia dengan subjek perusahaan Manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2020.

TINJAUAN TEORITIS

Signalling Theory

Teori sinyal atau *Signalling Theory* ialah dimana suatu perusahaan yang memberikan berita yang cukup baik akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki "isu baik" menggunakan menginformasikan pada pasar wacana syarat perusahaan mereka, sinyal tentang bagus nya kinerja masa depan yang diberikan sang perusahaan yg kinerja keuangan masa lalunya tidak bagus tidak akan dianggap oleh pasar (Dwiyanti serta Rini, 2010).

Isyarat atau sinyal ialah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang menyampaikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham and Ehrhardt: 2005). dari Brigham serta Hauston tindakan yang dilakukan perusahaan untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang masa depan perusahaan dikenal sebagai sinyal atau isyarat. Sinyal ini berupa rincian mengenai tindakan yang diambil oleh manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Isu yang diangkat oleh korporasi cukup signifikan karena mempengaruhi pihak-pihak di luar pilihan investasi perusahaan. Memiliki pengetahuan ini sangat penting bagi investor dan pebisnis. Informasi pada dasarnya memberikan fakta, catatan, atau foto mengenai peristiwa sebelumnya, kondisi saat ini, dan peristiwa masa depan yang akan mempengaruhi perusahaan dan kemampuannya untuk bertahan hidup. Sinyal ialah suatu

tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang menyampaikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham and Ehrhardt: 2005) dari Brigham serta Houston sebuah perusahaan dapat mengadopsi isyarat atau sinyal untuk memberikan petunjuk investor tentang bagaimana manajemen memandang masa depan perusahaan. Sinyal ini berupa rincian mengenai tindakan yang diambil oleh manajemen untuk memenuhi keinginan pemilik. Isu yang diangkat oleh korporasi cukup signifikan karena mempengaruhi pihak-pihak di luar pilihan investasi perusahaan. Memiliki pengetahuan ini sangat penting bagi investor dan pebisnis. Informasi pada dasarnya memberikan fakta, catatan, atau foto mengenai peristiwa sebelumnya, kondisi saat ini, dan peristiwa masa depan yang akan mempengaruhi perusahaan dan kemampuannya untuk bertahan hidup.

Stakeholder Theory

Azheri dan Busyra (2012) *Stakeholder* didefinisikan sebagai asosiasi orang-orang yang memiliki kekuatan untuk mengusulkan dan/atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan tertentu. Hubungan berdasarkan kepentingan bersama dikenal sebagai pemangku kepentingan. Konsep "teori pemangku kepentingan" mengkaji isu-isu yang menyangkut kepentingan banyak pihak. Teori pemangku kepentingan pada awalnya merupakan teori yang menjelaskan bagaimana manajemen organisasi mengelola atau memenuhi tujuan pemangku kepentingan. Namun, selain perluasan bisnis di seluruh dunia, ada faktor lain yang harus diperhitungkan oleh perusahaan, seperti faktor lingkungan dan sosial. Evolusi paradigma pemangku kepentingan ini dimulai dengan perubahan cara perusahaan melakukan operasi bisnis sehari-hari. Interaksi perusahaan lama dan hubungan perusahaan baru adalah dua bentuk berbeda yang mungkin diambil oleh pendekatan pemangku kepentingan, menurut Budimanta dan Rudito (2008). Gagasan bahwa bisnis bertanggung jawab kepada pemangku kepentingan serta pemegang saham semakin diperkuat dengan diterbitkannya teori Pemangku Kepentingan (*stakeholder*).

Nilai Perusahaan

Pembentukan perusahaan memiliki tujuan tertentu. Ada beberapa hal yang menjadi motivasi pendirian perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kata-kata mutiara atau keuntungan. Perusahaan kedua menunjukkan bahwa ia ingin pemilik atau pemegang saham perusahaan berkembang. Tujuan ketiga perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan, yang direpresentasikan dalam harga saham. Tiga tujuan perusahaan tidak terlalu mirip. Secara sederhana, penekanan yang ingin dicapai oleh setiap organisasi tidak sejalan satu sama lain (Martono dan Agus Harjito, 2005). Harga yang akan bersedia dibayar oleh pembeli potensial jika perusahaan tersebut akan dijual disebut sebagai nilai perusahaan. Harga saham mencerminkan beberapa strategi yang telah diterapkan manajemen dalam upaya meningkatkan nilai perusahaan dengan meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham (Brigham, 2001). Laba Wahyudi dan Hartini (2005) mengungkapkan bahwa harga yang disiapkan pembeli potensial untuk perusahaan jika akan dijual menentukan nilainya, meningkatkan kemakmuran pemilik dan pemegang saham, yang tercermin dalam harga saham, dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan (Brigham, 2001).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan artinya suatu skala dimana bisa diklasifikasikan menjadi besar kecilnya perusahaan dengan aneka macam cara diantaranya dengan total aset perusahaan, log size, nilai pasar saham, serta lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga bisa digambarkan melalui total aktiva, jumlah penjualan, homogenitas penjualan aset serta homogen-homogen total aktiva perusahaan. Perusahaan besar biasanya akan memiliki kapitalisasi pasar yang

tinggi, nilai buku yang tinggi, dan pendapatan yang konsisten terlepas dari ukuran perusahaan. Bisnis yang lebih kecil akan memiliki keuntungan yang rendah, nilai buku yang rendah, dan kapitalisasi pasar yang sederhana. Skala bisnis adalah cara lain untuk mengukur kepercayaan investor. Semakin banyak pengakuan publik perusahaan, semakin mudah untuk memperoleh informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Investor akan tertarik untuk menginvestasikan sumber daya mereka bahkan di organisasi besar dengan total aset yang signifikan. Dengan memanfaatkan logaritma natural dari total aset perusahaan, seseorang dapat menghitung ukuran perusahaan.

Profitabilitas

Puspita (2011) mengatakan bahwa profitabilitas ialah melakukan pengukuran terhadap kemampuan yang dapat menghasilkan laba perusahaan, pada hal ini pihak manajemen membuat pengevaluasian taraf earning pada hubungannya menggunakan tingkat penjualan perusahaan, jumlah aktiva, serta investasi tertentu asal pemilik perusahaan. Profitabilitas dinilai sangat krusial, untuk melangsungkan hidup suatu perusahaan dalam keadaan yang dapat menguntungkan. dengan tidak adanya laba membuat perusahaan semakin sulit dalam mendapatkan investor dan pinjaman. Karena pihak eksternal akan memilih untuk menarik modanya dari pada tetap berinvestasi di perusahaan tersebut. Karena sangat penting bagi masa depan perusahaan, para direktur, pemilik, dan yang paling penting manajemen perusahaan, akan bekerja untuk meningkatkan keuntungan ini (Brigham 2001). Profitabilitas merupakan hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan tindakan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan tersebut berkaitan dengan sumber dan penggunaan dana dalam menjalankan kegiatan usaha, yang terlihat dalam neraca dan komponen-komponennya.

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan adalah profitabilitasnya. Investor membeli saham dalam bisnis untuk mendapatkan pengembalian, yang meliputi dividen dan keuntungan modal. Semakin besar potensi keuntungan, semakin tinggi permintaan pengembalian investor, yang meningkatkan nilai perusahaan. *Return On Equity* (ROE) digunakan dalam penelitian ini sebagai proksi profitabilitas sebagai ukuran profitabilitas perusahaan. Kemampuan manajemen perusahaan untuk menangani modal yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak dievaluasi dengan menggunakan rasio ini. Kemungkinan suatu perusahaan dalam keadaan sulit menurun seiring dengan meningkatnya ROE seiring dengan kuantitas laba yang dicapai perusahaan.

Corporate Social Responsibility

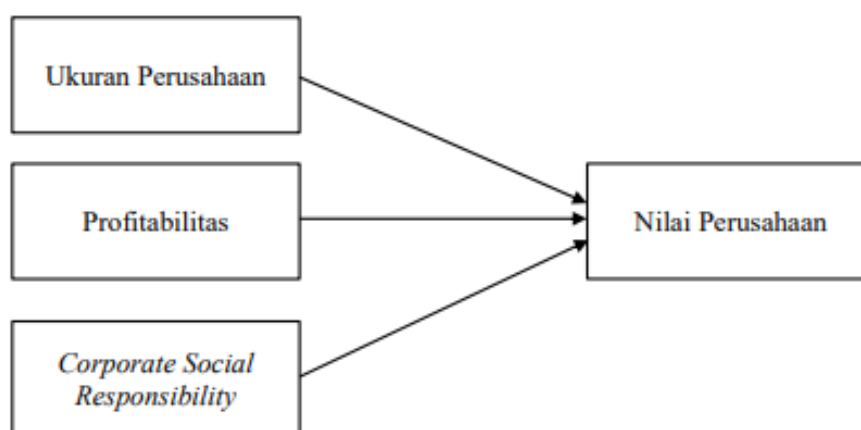
CSR ialah gagasan atau kegiatan yang dianut oleh bisnis (sejauh diizinkan oleh perusahaan) sebagai cara untuk memenuhi kewajibannya terhadap masyarakat, ekonomi, dan lingkungan setempat (Nurlela dan Islahudin, 2008). Tanggung jawab sosial perusahaan, juga dikenal sebagai CSR, mengacu pada tindakan yang diambil oleh bisnis untuk mengurangi dampak yang tidak menguntungkan dari kegiatan operasionalnya, yang meliputi tugas ekonomi, sosial, dan lingkungan. Konflik global saat ini mempertimbangkan tiga faktor penting, termasuk masalah keuangan, lingkungan, dan sosial (*Triple Bottom Line*), selain pelaporan keuangan (*Single Bottom Line*). Perusahaan yang ingin mempunyai kelangsungan hayati haruslah memperhatikan "3P", yakni *planet*, *people*, serta *profit*. mirip konsep *Triple Bottom Line* dimana selain mengejar laba (profit) suatu perusahaan pula memperhatikan kesejahteraan warga (*people*) serta ikut berkontribusi aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

Secara konseptual, pelaporan keuangan memasukkan pengungkapan sebagai komponen penting. Secara teknis, pengungkapan yang melibatkan penyajian berita dalam bentuk laporan keuangan yang lengkap adalah tahap terakhir dari proses akuntansi. Laporan keuangan Perseroan ditujukan kepada para kreditur, investor, dan pemegang saham.

keterangan lebih lanjut Menurut FSAB (1980 tentang SFAC No. 1) menyebutkan; “Pelaporan keuangan wajib menyampaikan informasi yang berguna bagi investor potensial dan kreditor serta pengguna lainnya pada rangka pengambilan keputusan investasi rasional, kredit, serta keputusan jenis lainnya”.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan Reporting Initiative (GRI) sebagai pedoman pengungkapan CSR memakai versi GRI Index tiga. Cheng dan Jogi (2011) berkata konsep pelaporan CSR yang digagas oleh GRI ialah konsep *sustainability report*, dan dalam *sustainability report* dipergunakan metode *Triple Bottom Line* yang tidak hanya melaporkan asal perspektif ekonomi saja, melainkan asal perspektif ekonomi juga, sosial, serta lingkungan. asal ketiga perspektif tadi kemudian diperluas menjadi 6 dimensi, yaitu ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, warga, dan tanggung jawabnya terhadap produk tersebut. Selain itu GRI Index sudah memiliki reputasi pada *global* dan *poly* digunakan di penelitian sebelumnya.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran suatu perusahaan ialah suatu ukuran dimana bisa diklasifikasikan bentuk besar kecilnya perusahaan berdasarkan aneka macam cara menggunakan ukuran perusahaan, total aset serta total kapital. Bila perusahaan tersebut mempunyai total aset yang cukup besar, maka pihak manajemen lebih leluasa pada memakai aset milik perusahaan itu. berukuran perusahaan jua penting didalam memilih taraf kepercayaan para investor. sehingga para investor bisa mempertimbangkan untuk menanamkan sahamnya ke perusahaan tersebut atau tidak. Perusahaan yang akbar akan praktis dikenal sang warga luas. Sementara itu perusahaan besar pula mampu buat mendapat laba serta relatif stabil Bila dibanding dengan perusahaan kecil.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Novari dan Lestari (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan menjadi salah satu bahan pertimbangan pemilik modal dalam menanamkan dananya di perusahaan tersebut atau tidak. Menurut Rudangga dan Sudiarta (2016) ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Nilai total aset skala besar perusahaan mewakili fakta bahwa bisnisnya stabil dan memiliki ruang untuk tumbuh. Temuan studi oleh Mahardhika dan Roosmawarni (2016) dan Pradana dan Astika (2019) menunjukkan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan memberikan kepercayaan terhadap pernyataan ini. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga

investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Ketika perusahaan tumbuh dalam ukuran dan menjadi lebih terbuka dalam cara mereka mengungkapkan kinerja mereka, menjadi lebih mudah bagi mereka untuk meningkatkan modal untuk memperluas output mereka. Akibatnya, investor lebih tertarik untuk melakukan investasi yang akan mendongkrak nilai perusahaan.

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan oleh CSR merupakan gaya manajemen yang sangat adaptif dalam menghadapi setiap lingkungan yang cukup dinamis dan multidimensi sehingga kemampuan perusahaan untuk menemukan tekanan masyarakat dengan bereaksi dan menanggapi kebutuhan masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diharapkan dapat meningkatkan harga saham perusahaan yang pada akhirnya akan meningkatkan nilai perusahaan. Sehingga, diharapkan dengan pengungkapan CSR akan mampu meningkatkan harga saham perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan. Semakin banyak pengungkapan CSR perusahaan tersebut maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Rimba, 2010). Sehingga, *corporate social responsibility* (CSR) mempunyai hubungan yang positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah salah satu komponen keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan menunjukkan sejauh mana ia dapat menghasilkan laba yang cukup tinggi dari operasinya. Investor menginginkan imbalan investasi mereka karena mereka berinvestasi di perusahaan khususnya dengan penghasilan yang diperoleh setelah bunga dan pajak. Semakin banyak investor yang akan menanamkan modalnya pada perusahaan maka semakin besar dan semakin cepat dividen yang dibayarkan kepada investor. Karena dianggap dengan kemampuan tersebut perusahaan dapat menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang dikelola oleh perusahaan tersebut (Sutrisno, 2012). Untuk mengetahui berapa persentase perusahaan mampu mengembalikan modal investor maka dapat dilihat nilai *Return On Equity* (ROE).

Menurut Rimba (2010) mengatakan bahwa profitabilitas merupakan salah satu gambaran dari kinerja manajemen perusahaan dalam mengelola perusahaan tersebut. Untuk mengkategorikan berbagai jenis profitabilitas, termasuk laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi dan aset, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. berbagai upaya yang dilakukan manajemen untuk mendongkrak kekayaan pemilik dan pemegang saham, yang tercermin dari harga saham yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Mengingat keadaan ini, investor akan termotivasi untuk memeriksa nilai perusahaan karena hal itu akan memungkinkan mereka untuk membuat penilaian yang tepat tentang potensi perusahaan untuk kesuksesan finansial di masa depan. Meneliti angka *Return On Equity* (ROE) adalah salah satu metode analisis karena memungkinkan investor untuk menentukan persentase pengembalian investasi mereka di perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas memiliki dampak yang menguntungkan pada nilai perusahaan, yang dapat ditentukan oleh ROE.

H₃: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai sebuah perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian yang di lakukan ini digolongkan di dalam penelitian kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif ialah tipe penelitian yang menggunakan karakteristik problem berupa hubungan karena akibat antara 2 variabel ataupun lebih. Tujuan asal penelitian ini yakni buat melihat imbas suatu variabel terhadap variabel lain. pada penelitian ini melihat efek ukuran perusahaan, profitabilitas serta pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan populasi perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI tahun 2017 hingga tahun 2020. Data yang didapat dan dipergunakan merupakan data sekunder yang didapatkan dari Bursa efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 sampai tahun 2020. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan perhitungan yang sistematis yakni menggunakan rumus statistik untuk menguji hubungan antar variabel yang akan diteliti oleh penulis dan disimpulkan menggunakan untuk menjelaskan hipotesis.

Teknik Pengambilan Sampel

Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel asal data dengan pertimbangan tertentu. Penggunaan teknik Purposive Sampling karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sinkron menggunakan kenyataan yang diteliti. Teknik Purposive Sampling pada penelitian ini memutuskan pertimbangan-pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel-sampel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun kriteria yang digunakan pada pengambilan sampel ialah: 1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2020. 2. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dan konsisten secara berturut-turut dalam pelaporan keuangannya selama periode 2017-2020. 3. Perusahaan manufaktur yang beroperasi pada sektor konsumsi selama periode tahun 2017-2020.

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel di atas, maka dibuat rincian pengambilan sampel penelitian sebagai berikut:

Tabel 1
Prosedur Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2020.	162
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan menerbitkan laporan keuangan berturut-turut periode 2017-2020.	162
Perusahaan manufaktur yang tidak beroperasi pada sektor konsumsi selama periode tahun 2017-2020.	-142
Perusahaan manufaktur yang beroperasi pada sektor konsumsi selama periode tahun 2017-2020.	20
Perusahaan manufaktur yang beroperasi pada sektor konsumsi yang tidak memperoleh laba berturut-turut dalam periode tahun 2017-2020.	-8
Perusahaan manufaktur yang beroperasi pada sektor konsumsi yang memperoleh laba dalam periode tahun 2017-2020.	12
Jumlah Sampel Akhir	12

Sumber: www.idx.co.id (diolah tahun 2022)

Berdasarkan kriteria di atas diperoleh sebanyak 12 perusahaan yang memenuhi kriteria dan digunakan peneliti sebagai sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi untuk pengumpulan data, yaitu metode pengumpulan

data melalui dokumen bukan langsung pada subjek penelitian. Hal ini dilakukan dengan mengumpulkan seluruh data yang dibutuhkan, data yang digunakan adalah data sekunder berupa hasil publikasi Bursa Efek Indonesia. Periode observasi yang dipilih adalah tahun 2017 sampai dengan tahun 2020. Berikut daftar sampel penelitian:

Tabel 2
Daftar Perusahaan Sampel

NO	KODE	NAMA
1	ADES	AKASHA WIRA INTERNATIONAL TBK
2	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK
3	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK
4	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK
5	INDF	INDOFOOD INVESTANA MANDIRI
6	MLBI	MULTI BINTANG INDONESIA TBK
7	MYOR	MAYORA INDAH TBK
8	SKBM	SEKAR BUMI TBK
9	SKLT	SEKAR LAUT TBK
10	STTP	SIANTAR TOP TBK
11	TBLA	TUNAS BARU LAMPUNG TBK
12	ULTJ	ULTRA JAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK

Sumber Data: www.idx.co.id (diolah tahun 2022)

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan untuk penelitian ini adalah variable independen (bebas) yang dapat mempengaruhi timbulnya variable dependen (terikat). Variabel dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Variabel dependennya ialah nilai perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dalam variabel tersebut yaitu:

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya (Fauzia dan Mildawati, 2018). Nilai suatu perusahaan dapat diukur dengan menggunakan nilai harga saham yang ada di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham di pasar merupakan refleksi dari penilaian publik terhadap kinerja perusahaan tersebut secara riil. Para investor dan pemegang saham tentunya sangat memperhatikan prospek ini dari profit dan keuntungan suatu perusahaan yang dimana dia menanamkan modalnya, nilai besar dari laba akan menjadi indikator untuk menilai apakah suatu perusahaan mempunyai prospek yang bagus. Apabila prospek keuntungan suatu perusahaan itu bagus maka para investor akan berbondong-bondong dalam menginvestasikan uang mereka ke perusahaan tersebut (Rafi, 2021).

Price to Book Value (PBV) merupakan salah satu indikator dalam menilai perusahaan. PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan relative dengan jumlah modal yang diinvestasikan, sehingga semakin tinggi rasio PBV menunjukkan semakin berhasil perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham (Putri dan Mardiana, 2019).

$$PBV = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan sebagai variabel moderating (yakni variabel moderating bukannya variabel independen) merupakan ukuran suatu besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran, skala atau variabel yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, log size, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain. Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi umumnya terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat dihitung dengan tingkat total aset dan penjualan yang dapat menunjukkan kondisi perusahaan dimana perusahaan lebih besar akan mempunyai kelebihan dalam sumber dana yang diperoleh untuk membiayai investasinya dalam memperoleh laba. Ukuran perusahaan dapat digunakan untuk mewakili karakteristik keuangan perusahaan. Perusahaan besar yang sudah *well established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibanding dengan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar. Tolak ukur aset digunakan oleh peneliti untuk menghitung ukuran perusahaan. Alasan untuk ini adalah bahwa dengan mengubah total aset bisnis dengan nilai tinggi menjadi logaritma natural, mereka dapat dibuat lebih sederhana (Ghozali, 2006). Ukuran Perusahaan dapat dihitung dengan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma Natural (Total Aset)}$$

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba melalui kegiatan operasionalnya dengan memanfaatkan sumber yang tersedia. Menurut Sutrisno (2009:16) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan semua modal yang bekerja didalamnya. Dalam penelitian ini digunakan *Return On Equity* (ROE) untuk mengukur profitabilitas perusahaan karena *Return On Equity* (ROE) berkaitan dengan aset perusahaan yang nantinya digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. Menurut Kasmir (2016 : 199-201) rumus *Return On Equity* adalah:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas}}$$

Corporate Social Responsibility

CSR ialah salah satu komitmen dan kontribusi perusahaan yang dibuat guna membantu perekonomian masyarakat sekitar secara berkelanjutan dengan menjalankan praktik usaha yang baik diiringi dengan peningkatan kualitas hidup karyawan, masyarakat, dan komunitas sekitar perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan CSR nya akan mendapatkan sinyal yang positif dari masyarakat sehingga akan mempengaruhi nilai dan citra perusahaan tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pradana dan Astika (2019) menjelaskan bahwa "variabel Pengungkapan CSR dapat diukur dengan menggunakan indeks CSR berdasar pada indikator dari GRI (*Global Reporting Initiatives*) versi G4". GRI G4 mencakup pedoman yang dapat dijadikan sebagai acuan perusahaan terhadap pelaporan CSR nya guna melakukan tanggung jawab kepada pemangku kepentingan.

Daftar pengungkapan sosial yang menurut standar GRI 4 juga pernah diterapkan oleh Dahlia dan Siregar (2008). Peneliti ini menggunakan 6 indikator pengungkapan yakni:

ekonomi, lingkungan, tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial serta produk. Pendekatan berguna menghitung pengungkapan CSR dilaksanakan dengan cara tabulasi menggunakan variabel dummy yakni: Scor 0 apabila setiap item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada instrumen penelitian tidak diungkapkan. Scor 1 apabila setiap item pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada instrumen penelitian diungkapkan.

Berikutnya skor dari masing-masing item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor setiap perusahaan. Rumus perhitungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* seperti berikut:

$$CSR = \frac{\text{Jumlah pengungkapan CSR di perusahaan}}{\text{Total item pengungkapan CSR}}$$

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018) yang dimaksud statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata, maksimum, minimum, standar deviasi. Data yang di kelompokkan yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dalam penelitian ini adalah Regresi Linear Berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (ukuran perusahaan, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility*) terhadap variabel terikat (Nilai Perusahaan). Model persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini (Wirawan, 2002 : 265) adalah:

$$NP = \alpha + b_1SIZE + b_2PROFIT + b_3CSR + e$$

Keterangan:

Y	: nilai perusahaan
α	: nilai konstanta
$b_1b_2b_3$: koefisien regresi
SIZE	: Ukuran Perusahaan
PROFIT	: Profitabilitas
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
e	: error

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah data memenuhi asumsi klasik. Hal ini untuk menghindari terjadinya data yang bias dan tidak konsisten. Pengukuran yang digunakan terdiri atas uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengukur apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dapat menggunakan pendekatan grafis dan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Pendekatan grafis menurut Santoso (2010) jika penyebaran data (titik) di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika penyebaran data

(titik) menjauhi garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan penerapan pada uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov dilihat dari nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi di atas 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal. Namun jika nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov di bawah 0,05 maka data yang akan diuji tidak memenuhi asumsi normalitas dan berdistribusi tidak normal (Ghozali, 2011).

Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2006) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel bebas atau independen. Dalam analisis regresi berganda yang baik multikolinieritas seharusnya tidak terjadi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dasar pengambilan keputusan dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) sebagai berikut: jika nilai *Tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, artinya model regresi tersebut bebas dari multikolinieritas, Jika nilai *Tolerance* di bawah 0,1 dan nilai VIF di atas 10, artinya model regresi tersebut terjadi masalah multikolinieritas (Ghozali, 2011).

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode saat ini (t) dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1) (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Menurut Suliyanto (2011) autokorelasi dapat diukur dengan menggunakan beberapa metode salah satunya dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Durbin-Watson memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Nilai DW dibawah dL menunjukkan adanya autokorelasi positif.
2. Nilai $dU < DW < 4 - dU$ menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.
3. Nilai $DW > 4 - dL$ menunjukkan adanya autokorelasi negatif.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser. Uji Glejser meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Hasil probabilitas akan dinyatakan signifikan jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual di atas 0,05 (Ghozali, 2018).

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis terdiri dari koefisien determinasi (R^2) dan uji signifikansi parameter individual (uji t).

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh model dapat menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati 1 menunjukkan variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Sedangkan, jika nilai mendekati 0 berarti terdapat korelasi yang lemah antara variabel bebas dengan variabel dependen.

Uji Goodness of Fit (Uji F)

Uji *goodness of fit* (uji F) memiliki tujuan untuk menunjukkan dalam penelitian ini terdapat kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018): (a) Jika nilai signifikansi $F > 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian dapat dikatakan regresi tidak fit. (b) Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka model yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan regresi fit.

Uji Partial Corellation (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Pada uji t ini untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($\alpha=5\%$). Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut: (a) Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. (b) Jika nilai signifikansi $t \leq 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bersifat kuantitatif, dimana penelitian ini menguji teori dengan mengukur variabel penelitian menggunakan angka serta analisis data melalui prosedur statistika. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari hasil dokumentasi data sekunder yakni dari data fisik laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pemilihan sampel pada penelitian ini dipilih memakai metode purposive sampling dimana sampel terpilih berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah diterapkan. Dilihat dari metode ini, maka diperoleh sampel sebanyak 12 perusahaan dengan 4 tahun periode penelitian dan total data observasi yang diperoleh sebanyak 48 data. Sampel data merupakan perusahaan manufaktur sektor konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tahun penelitian tahun 2017 – 2020.

Analisis Deskriptif Variabel

Dalam penelitian ini menggunakan variabel dependen yaitu nilai perusahaan dan variabel independen yaitu ukuran perusahaan, *Return On Equity* (ROE), *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dalam analisis deskriptif variabel menyajikan penjelasan masing-masing variabel penelitian berupa tabulasi setiap variabel. Berikut daftar tabulasi setiap variabel dalam penelitian ini:

Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)

Nilai perusahaan yang tertinggi bisa meningkatkannya kepercayaan semua investor untuk membeli saham perusahaan itu. Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price Book Value* (PBV) yang diperoleh dari harga persaham dibagi dengan nilai buku saham. Nilai buku saham diperoleh dari total ekuitas dibagi dengan total lembar saham yang beredar. Berikut dibawah ini tabulasi nilai perusahaan yang diukur menggunakan PBV:

Tabel 3
Tabulasi Nilai Perusahaan (PBV)

NO	KODE	NAMA	2020	2019	2018	2017
1	ADES	AKASHA WIRA INTERNATIONAL TBK	0,88	1,085	1,035	1,135
2	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK	0,254	0,210	0,091	0,329
3	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK	2,905	4,486	3,429	3,211
4	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK	0,192	0,346	0,268	0,255
5	INDF	INDOFOOD INVESTANA MANDIRI	0,076	0,128	0,131	0,142
6	MLBI	MULTI BINTANG INDONESIA TBK	3,043	38,738	28,874	27,057
7	MYOR	MAYORA INDAH TBK	5,376	4,624	6,857	6,141
8	SKBM	SEKAR BUMI TBK	0,051	0,059	0,058	0,051
9	SKLT	SEKAR LAUT TBK	2,656	2,924	3,054	2,470
10	STTP	SIANTAR TOP TBK	0,466	0,274	0,358	0,412
11	TBLA	TUNAS BARU LAMPUNG TBK	0,848	0,991	2,538	20,461
12	ULTJ	ULTRA JAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK	3,479	3,089	2,940	3,208

Sumber: Laporan Keuangan, diolah tahun 2022

Variabel Independen (Ukuran Perusahaan)

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain dengan menggunakan logaritma dari total aset. Berikut tabulasi ukuran perusahaan:

Tabel 4
Tabulasi Ukuran Perusahaan

NO	KODE	NAMA	2020	2019	2018	2017
1	ADES	AKASHA WIRA INTERNATIONAL TBK	27,589	27,435	27,505	27,457
2	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK	28,080	27,963	27,787	27,962
3	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK	27,834	27,986	28,052	27,924
4	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK	32,271	31,287	31,168	31,085
5	INDF	INDOFOOD INVESTANA MANDIRI	32,726	32,197	31,136	35,742
6	MLBI	MULTI BINTANG INDONESIA TBK	28,698	28,695	28,692	28,551
7	MYOR	MAYORA INDAH TBK	30,616	30,577	30,498	30,333
8	SKBM	SEKAR BUMI TBK	28,201	28,230	28,203	28,115
9	SKLT	SEKAR LAUT TBK	27,375	27,396	27,340	27,179
10	STTP	SIANTAR TOP TBK	28,869	28,689	28,598	28,482
11	TBLA	TUNAS BARU LAMPUNG TBK	30,598	30,485	30,425	30,295
12	ULTJ	ULTRA JAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK	29,891	29,636	29,346	29,275

Sumber: Laporan Keuangan, diolah tahun 2022

Variabel Independen (Profitabilitas ROE)

Return On Equity merupakan rasio profitabilitas yang mengukur suatu kemampuan pada sebuah perusahaan untuk menghasilkan laba dari investasi pemegang saham dari suatu perusahaan. Berikut tabulasi *Return On Equity* (ROE):

Tabel 5
Tabulasi ROE

NO	KODE	NAMA	2020	2019	2018	2017
1	ADES	AKASHA WIRA INTERNATIONAL TBK	0,194	0,148	0,110	0,132
2	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK	0,144	0,190	0,095	0,119
3	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK	0,121	0,262	0,263	0,244
4	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK	0,147	0,201	0,205	0,174
5	INDF	INDOFOOD INVESTANA MANDIRI	0,111	0,109	0,099	0,108
6	MLBI	MULTI BINTANG INDONESIA TBK	0,199	1,052	1,049	1,241
7	MYOR	MAYORA INDAH TBK	0,648	0,799	0,749	0,335
8	SKBM	SEKAR BUMI TBK	0,006	0,001	0,015	0,025
9	SKLT	SEKAR LAUT TBK	0,104	0,118	0,094	0,075
10	STTP	SIANTAR TOP TBK	0,235	0,225	0,155	0,156
11	TBLA	TUNAS BARU LAMPUNG TBK	0,116	0,123	0,408	4,212
12	ULTJ	ULTRA JAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK	0,005	0,006	0,147	0,171

Sumber: Laporan Keuangan, diolah tahun 2022

Variabel Independen (CSR)

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan suatu aktivitas bisnis perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial kepada pemangku kepentingan dan masyarakat luas sebagai bentuk perhatiannya dalam meningkatkan kesejahteraan dan dampak positif untuk lingkungan. Berikut adalah tabulasi *Corporate Sosial Responsibility*:

Tabel 6
Tabulasi CSR

NO	KODE	NAMA	2020	2019	2018	2017
1	ADES	AKASHA WIRA INTERNATIONAL TBK	0,2083	1,0000	0,1042	0,0833
2	CEKA	WILMAR CAHAYA INDONESIA TBK	0,3542	0,2292	0,2083	0,1458
3	DLTA	DELTA DJAKARTA TBK	0,2083	0,1667	0,1250	0,1042
4	ICBP	INDOFOOD CBP SUKSES MAKMUR TBK	0,3125	0,2917	0,2708	0,2500
5	INDF	INDOFOOD INVESTANA MANDIRI	1,4167	1,3958	1,3542	1,2500
6	MLBI	MULTI BINTANG INDONESIA TBK	0,2083	0,1458	0,1250	0,1042
7	MYOR	MAYORA INDAH TBK	0,1875	0,1667	0,1875	0,1250
8	SKBM	SEKAR BUMI TBK	0,3125	0,2500	0,2083	0,1875
9	SKLT	SEKAR LAUT TBK	0,2292	0,2083	0,1875	0,1458
10	STTP	SIANTAR TOP TBK	0,1875	0,1458	0,1250	0,1042
11	TBLA	TUNAS BARU LAMPUNG TBK	0,2292	0,2083	0,1458	0,1458
12	ULTJ	ULTRA JAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY TBK	0,2708	0,2292	0,2500	0,2083

Sumber: Laporan Keuangan, diolah tahun 2022

Analisis Deskriptif

Analisa deskripsi menampilkan mengenai penjelasan tiap-tiap variabel penelitian yang diangkat oleh peneliti, yakni ukuran perusahaan (LNAsset), *Return On Equity* (ROE) dan *Corporate Sosial Responsibility* CSR sebagai variabel independen serta nilai perusahaan (PBV) sebagai variabel dependen. Hasil analisa deskriptif menampilkan nilai tertinggi (*maximum*), terendah (*minimum*), nilai rata-rata (*mean*) serta ringkat penyebaran data (standart deviasi) dari variabel yang telah diteliti oleh peneliti.

Tabel 7
Hasil Analisis Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LNAsset	48	27,179	35,742	29,259	1,773
CSR	48	0,0833	1,417	0,289	0,331
ROE	48	0,001	4,212	0,325	0,639
PBV	48	0,051	38,738	3,993	7,989
Valid N (listwise)	48				

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Analisis deskriptif di atas menunjukkan nilai rata-rata (*mean*) serta tingkat penyebaran data (standar deviasi). Berdasarkan analisis deskriptif bisa ditarik kesimpulan bahwa: (1) Ukuran perusahaan atau LNAsset pada penelitian ini menunjukkan hasil *minimum* sebanyak 27,179, nilai *maximum* sebesar 35,742, nilai *mean* 29,25988 serta nilai standar deviasi sebanyak 1,773. Hal tersebut menunjukkan yakni perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mempunyai LNAsset dengan rata-rata sebesar 29,259. (2) *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini menunjukkan hasil *minimum* sebesar 0,08 nilai *maximum* sebesar 1,417, nilai *mean* 0,289 dan nilai standar deviasi sebesar 0,331. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki *Corporate Sosial Responsibility* CSR dengan rata-rata sebesar 0,289. (3) *Return On Equity* (ROE) pada penelitian ini menunjukkan hasil *minimum* sebesar 0,001 nilai *maximum* sebanyak 4,212, nilai *mean* 0,326 dan nilai standar deviasi sebesar 0,638. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menjadi sampel didalam penelitian ini memiliki *Return On Equity* ROE dengan rata-rata sebesar 0,326. (4) Nilai Perusahaan PBV pada penelitian ini menunjukkan hasil *minimum* sebesar 0,051 nilai *maximum* sebanyak 38,738, nilai *mean* 3,993 serta nilai standar deviasi sebanyak 7,989. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini mempunyai *Return On Equity* ROE dengan rata-rata sebesar 3,993.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik berfungsi untuk mengetahui kondisi data yang akan digunakan sebelum akan dilakukan uji model regresi. Sampel data yang diperoleh harus melewati empat tahap asumsi, yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil dari pengujian asumsi klasik antara lain:

Uji Normalitas Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji *Kolmogrov-Smirno* untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas. Data dapat dikatakan normal jika nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) lebih dari 0,05 atau $\alpha > 0,050$. Berikut adalah hasil uji normalitas uji *Kolmogrov-Smirno*:

Tabel 8
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,000
	Std. Deviation	1,154
Most Extreme Differences	Absolute	,130
	Positive	,130
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,900
Asymp. Sig. (2-tailed)		,392

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Dapat di lihat dari Tabel 8 di atas menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,392 atau $0,392 > 0,050$. Maka menurut pengujian normalitas model regresi ini memenuhi asumsi klasik.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan guna menguji apakah didalam model regresi yang diuji adanya hubungan (korelasi) antar variabel independen. model regresi yang baik tidak terjadinya hubungan kuat antar variabel independen (Ghozali, 2018). Dalam uji multikolinieritas, akan menunjukkan nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan batasan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Dapat disimpulkan model regresi akan dinyatakan bebas dari multikolinieritas apabila nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Berikut adalah hasil dari uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 9
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,220	1,082		1,127	,266		
	LNAsset	-,027	,039	-,141	-,682	,499	,470	2,129
	CSR	-,207	,208	-,204	-,996	,325	,477	2,095
	ROE	,295	,318	,147	,927	,359	,796	1,256

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Dilihat dari Tabel 9 hasil pengujian multikolinieritas berlandaskan perhitungan *tolerance* menjelaskan bahwasanya seluruh variabel mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,10 ataupun $t > 0,10$. Sementara dilihat dari perhitungan VIF memperlihatkan bahwasanya

seluruh variabel mempunyai nilai VIF dibawah 10 atau $VIF < 10$. Hal tersebut menjelaskan yakni tidak adanya variabel independen yang mempunyai indikasi multikolinearitas. Dengan demikian seluruh variabel independen dikatakan bebas multikolinearitas yang artinya tidak ditemukannya hubungan kuat (korelasi) antar variabel independen.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dipakai guna menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Suatu model regresi yang baik ialah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk melihat model regresi mempunyai indikator autokorelasi maka dilakukannya uji Durbin-Watson (Uji DW). Model regresi dinyatakan bebas autokorelasi jika nilai d_u lebih kecil dari d (*durbin watson*) lebih kecil dari $4-d_u$ atau $d_u < d$.

Tabel 10
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,581 ^a	,338	,295	434,045	1,997

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR, LNAsset

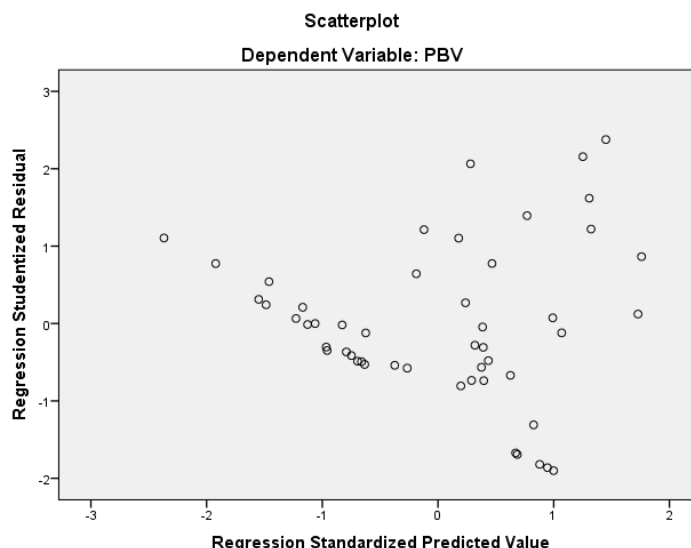
b. Dependent Variable: PBV

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Dilihat dari tabel 10 di atas hasil uji autokorelasi *durbin watson* menjelaskan bahwasanya besar nilai *durbin watson* (d) sebanyak 1,997 serta dibandingkan dengan nilai Tabel *Durbin-Watson* dengan menerapkan nilai signifikansi 5% ataupun 0,05. Diketahui sampel data sejumlah 48 data ($n=48$) serta jumlah variabel bebas sebanyak 3 ($k=3$) maka didalam Tabel *Durbin-Watson* memperlihatkan nilai d_l (batas bawah) sebanyak 1,3749 serta nilai d_u (batas atas) sebanyak 1,6647. Hasil yang dari didapatkan perhitungan $d_u < d < 4-d_u$ regresi di atas bebas dari indikasi auokorelasi dikarenakan model regresi memenuhi $d_u < d < 4-d_u$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut dengan homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji grafik scatterplots untuk menguji data yang tidak memiliki indikasi heteroskedastisitas yaitu titik-titik pada gambar menyebar secara acak. Hasil uji grafik scatterplots dapat dilihat dibawah ini:



Gambar 2
Grafik Scatterplot
 Sumber : Data Primer diolah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan Gambar 2 di atas menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas, plots ataupun titik-titik plot menyebarkan dan tidak membentuk suatu pola tertentu baik di atas ataupun dibawah angka 0 di sumbu Y, maka regresi dalam penelitian ini tidak mempunyai indikasi heteroskedastisitas.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) dipakai guna menguji seberapa jauh kemampuan model regresi disaat menerangkan variasi variabel dependen. Bila presentase R² kecil maka variabel independen memiliki keterbatasan disaat menjelaskan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen terdiri dari tiga variabel yaitu ukuran perusahaan (LNAsset), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas (ROE) serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan (PBV). Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,581 ^a	,338	,295	434,04510

a. Predictors: (Constant), ROE, CSR, LNAsset

b. Dependent Variable: PBV

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 11 di atas menunjukkan hasil uji koefisien determinan menyebutkan nilai R² sebanyak 0,338 ataupun 33,8%. Hal itu menunjukkan variabel independen bisa dijelaskan lewat variabel dependennya sebanyak 33,8%, sementara sisa dari persentase yakni sebesar 66,2% dipengaruhi ataupun dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk kedalam model regresi penelitian ini.

Analisis Pengujian Hipotesis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, akan menguji pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan (LNAsset), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan profitabilitas (ROE) serta variabel dependennya yaitu nilai perusahaan (PBV). Berikut hasil analisis persamaan regresi linier berganda dengan bantuan perhitungan SPSS, sebagai berikut:

Tabel 12
Persamaan Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-1894,377	3,907		-1,642	,107
LNAsset	3,595	0,725	,271	1,807	,077
CSR	2,336	0,735	,073	,537	,594
ROE	0,946	0,248	,427	3,174	,003

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 12 di atas dapat disimpulkan rumus persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$NP = \alpha + b1SIZE + b2PROFIT + b3CSR + e$$

Konstanta (a), Dilihat dari model regresi di atas bisa disimpulkan bahwa nilai *Unstandardized Coefficients* (Constant) sebesar -1894,377 menjelaskan tanpa adanya pengaruh dari variabel bebas ataupun saat ukuran perusahaan (LNAssets), *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta *Return On Equity* (ROE) sama dengan 0 (nol) maka nilai perusahaan (PBV) akan konstan sebanyak -1894,377. Koefisien Regresi Ukuran Perusahaan (LNAssets) Nilai koefisien dari ukuran perusahaan pada persamaan di atas sebanyak 3,595 memperlihatkan arah hubungan yang searah dengan nilai perusahaan dimana bila ukuran perusahaan naik 35% maka nilai perusahaan akan bertambah 3,595. *Corporate Social Responsibility* (CSR) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam persamaan di atas sebesar 2,336 menunjukkan arah hubungan yang searah dengan nilai perusahaan dimana bila ukuran perusahaan naik 23% maka nilai perusahaan akan bertambah 2,336. 4. *Return on Equity* (ROE) Nilai koefisien dari *Return On Equity* dalam persamaan di atas sebanyak 0,946 memperlihatkan arah hubungan yang searah dengan nilai perusahaan dimana jika *Return On Equity* naik 9% maka nilai perusahaan akan bertambah 0,946.

Pengujian Hipotesis

Uji Statistik t

Uji t diterapkan guna menguji pengaruh satu variabel independen secara individual didalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam uji terdapat kriteria yang harus dipenuhi yaitu nilai signifikan kurang dari 0,05 ataupun nilai signifikan pengujian hipotesis parsial dengan uji t antara lain: Berdasarkan Tabel 13 hasil pengujian statistik t menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 13
Hasil Uji Statistik t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-1894,377	3,907		-1,642	,107
LNAsset	3,595	0,725	,271	1,807	,077
CSR	2,336	0,735	,073	,537	,594
ROE	0,946	0,248	,427	3,174	,003

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Pengaruh ukuran perusahaan (LNAsset) terhadap nilai perusahaan (PBV). Berdasarkan Tabel 13 hasil pengujian statistik t, variabel ukuran perusahaan yang diukur menggunakan Ln Asset. Berdasarkan uji nilai signifikansi menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,077. Hal ini tidak sesuai dengan kriteria yang menyatakan bahwa hipotesis akan diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dikarenakan nilai signifikansinya menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau $0,077 > 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan (PBV). Berdasarkan Tabel 13 hasil pengujian statistik t, variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR). Menurut uji nilai signifikansi menjelaskan nilai signifikansi sebanyak 0,594. Hal itu tidak sejalan pada kriteria yang menyatakan bahwa hipotesis akan diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dikarenakan nilai signifikansinya memperlihatkan nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 ataupun $0,594 > 0,05$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Return on Equity (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV). Berdasarkan Tabel 13 hasil pengujian statistik t, variabel profitabilitas yang diukur menggunakan *Return On Equity*. Menurut uji nilai signifikansi memperlihatkan nilai signifikansinya sebanyak 0,003. Hal itu sejalan pada kriteria yang menyatakan bahwa hipotesis akan diterima apabila nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dikarenakan nilai signifikansinya memperlihatkan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 ataupun $0,003 < 0,05$. Sehingga bisa ditarik kesimpulan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Kelayakan Model (Uji F)

Overall Significance Test ataupun biasa disebut Uji F dipakai guna menguji secara keseluruhan kelayakan model regresi sudah signifikan ataupun belum signifikan untuk bisa diterapkan. Dalam uji statistik F memiliki kriteria pengujian yaitu: (1) Jika P-value kurang dari 0,05 ataupun P-value $< 0,05$ maka uji model regresi dikatakan layak. (2) Jika P-value lebih dari 0,05 ataupun P-value $> 0,05$ maka uji model regresi dikatakan tidak layak. Dibawah ini menunjukkan hasil pengujian hipotesis simultan dengan uji statistik f dari Tabel 14 sebagai berikut:

Tabel 14
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442,189	3	1474935,396	7,829	,000 ^b
	Residual	866,718	46	188395,146		
	Total	130,908	49			

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), ROE, CSR, LNAsset

Sumber: data primer di olah dengan SPSS (2022)

Dilihat dari Tabel 14 hasil pengujian uji statistik F menjelaskan nilai F hitung sebanyak 7,829 dengan nilai signifikansinya sebanyak 0,000 maka model regresi ini layak untuk dipakai didalam penelitian karena probabilitas signifikan jauh lebih kecil dari 0,1 ($\alpha = 10\%$). Oleh karena itu, model regresi ini menjelaskan variabel independen yakni ukuran perusahaan (LNAsset), *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta profitabilitas (ROE) secara bersama sama ataupun secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen yakni nilai perusahaan (PBV).

Analisis Dan Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (LNAsset) tidak secara signifikan meningkatkan nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan nilai signifikan 0,077 (lebih tinggi dari 0,05) dan koefisien regresi yang menguntungkan sebesar 3,595. Dengan demikian, H_1 ditolak. Ukuran perusahaan ialah tolak ukur besar kecilnya suatu perusahaan dapat lihat dari nilai buku dan laba yang tinggi. Semakin nilai buku dan laba yang diperoleh, maka semakin besar juga ukuran suatu perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat diukur dengan melihat total aktiva atau total penjualan bersih. Semakin besar aktiva maupun penjualan, maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan. Akan tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan yang diproksikan dengan LN total aset itu tidak ditentukan oleh perusahaan tersebut, jika akan menawarkan pengembalian yang mereka harapkan kepada investor. Apabila dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, aset merupakan variabel dengan jumlah yang sangat signifikan. Dalam mengelola operasi bisnis, manajemen akan lebih mudah beradaptasi jika organisasi memiliki aset yang signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nugraha (2017) dan Dewi (2013) dimana ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Suatu perusahaan yang besar memiliki saham yang tersebar luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Akan tetapi, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin tinggi resiko yang akan dihadapi perusahaan tersebut karena ukuran perusahaan sejalan dengan risiko bisnis yang dimilikinya. Menurut Rahmawati (2015) ukuran perusahaan bukan menjadi pertimbangan bagi investor untuk menanamkan sahamnya.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Uji hipotesis dengan regresi linier berganda menunjukkan signifikansi sebesar ,594 ($>0,05$) dengan koefisien regresi yang bernilai negatif sebanyak 2,336. Dengan demikian

sehingga H_2 ditolak secara statistik. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramona (2017) bahwa profitabilitas tidak mampu mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan, sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Di dalam hubungan antara pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan antara lain disebabkan oleh banyaknya perusahaan manufaktur sub sektor makanan yang masih tergolong perusahaan ekonomis, yang menurut Suharto (2007) perusahaan ekonomis itu merupakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi namun anggaran CSR nya rendah. Lingkungan eksternal di mana perusahaan beroperasi memiliki dampak pada nilai perusahaan itu juga. Penting juga untuk mempertimbangkan lingkungan di mana bisnis dioperasikan, terutama setiap kondisi yang dapat secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi operasi tersebut. Orang-orang menjadi lebih tegas dalam tuntutan bisnis mereka saat ini. Masyarakat prihatin dengan masalah dampak perusahaan terhadap lingkungan. Karena bisnis bergantung pada sumber daya yang tersedia untuk mendanai operasi mereka, ada tekanan yang semakin besar pada mereka untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial mereka. Hal ini karena masyarakat menjadi semakin sadar bagaimana bisnis mempengaruhi kondisi sosial dan lingkungan di mana mereka beroperasi. Perusahaan harus menunjukkan tanggung jawab mereka terhadap lingkungan, baik internal maupun eksternal, agar tetap eksis. Persepsi masyarakat terhadap bisnis secara tidak langsung akan meningkat dengan memperhatikan lingkungan. Reputasi perusahaan yang positif akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian statistik menyebutkan bahwasanya *Return On Equity* (ROE) berpengaruh positif dan signifikansi terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansinya sebanyak 0,003 (lebih kecil dari 0,05) dengan koefisien regresi yang bernilai positif sebanyak 0,003. Sehingga, H_3 diterima. Hasil pengujian menjelaskan ROE berpengaruh pada nilai perusahaan di tingkat signifikan sebanyak 0,003, ini dikarenakan semakin besar ROE maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Hal ini akan menguntungkan para pemegang saham dan itu akan mendorong investor lain untuk membeli saham bisnis yang menguntungkan. Semakin tinggi ROE, semakin besar keuntungan yang diperoleh dan semakin berharga perusahaan di mata calon investor. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ardianto dan Ardini (2018), Muvidha dan Bambang (2018) dan Linda dan Kurnia (2018) yang menjelaskan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Pada bagian akhir skripsi ini, penulis akan memaparkan beberapa kesimpulan yang dapat diambil dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Hasil penelitian ini dimana ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikansi terhadap nilai perusahaan. Suatu perusahaan yang besar memiliki saham yang tersebar luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhannya untuk membiayai pertumbuhan penjualan dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Akan tetapi, semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin tinggi resiko yang akan dihadapi perusahaan tersebut karena ukuran perusahaan sejalan dengan risiko bisnis yang dimilikinya. (2) Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Hasil penelitian ini bahwa profitabilitas tidak mampu mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan, sebesar apapun tingkat profitabilitas perusahaan tidak dapat memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Di dalam hubungan antara pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan antara lain disebabkan oleh banyaknya perusahaan manufaktur sub sektor makanan yang masih

tergolong perusahaan ekonomis. (3) Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Hasil penelitian ini menunjukkan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini akan menguntungkan para pemegang saham dan itu akan mendorong investor lain untuk membeli saham bisnis yang menguntungkan. Semakin tinggi ROE, semakin besar keuntungan yang diperoleh dan semakin berharga perusahaan di mata calon investor.

Keterbatasan

Adapun penelitian ini memiliki keterbatasan, diantaranya adalah penelitian ini hanya memakai sampel perusahaan manufaktur sektor konsumsi dengan periode penelitian yang terbatas yakni 4 tahun, penelitian ini hanya terbatas variabel ukuran perusahaan, *Corporate Social Responsibility* serta profitabilitas sebagai variabel independen dimana hanya menjelaskan 33,8% terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen.

Saran

Dilihat dari kesimpulan dan keterbatasan yang sudah diuraikan di atas, maka saran yang bisa dikemukakan peneliti ialah sebagai berikut: (1) Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan manufaktur sub sektor konsumsi dengan periode penelitian hanya 4 tahun. Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk menambah periode penelitian serta mengembangkan sampel perusahaan yang tidak hanya terbatas perusahaan manufaktur sub sektor konsumsi saja. Sebab penelitian yang baik mempunyai data sampel yang lebih besar serta bisa menggeneralisasi semua jenis industri. (2) Penelitian ini hanya terbatas variabel ukuran perusahaan, struktur kepemilikan serta profitabilitas sebagai variabel independen dimana hanya menjelaskan 33,8% dari nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Untuk penelitian berikutnya disarankan untuk menggunakan variabel lainnya yang bisa menerangkan lebih terhadap nilai perusahaan., contohnya struktur modal, kebijakan deviden, ukuran perusahaan, kebijakan hutang, tingkat inflasi, serta beberapa variabel lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C.A., dan Frost, G.R. 2008. Integrating Sustainability Reporting into Management Practices. *Accounting Forum*, 32, 288-302.
- Ardianto, I. T. dan L. Ardini. 2018. Pengaruh Kinerja Keuangan Dan *Good Governance* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 7(1).
- Arthur J. Keown, David F. Scot, John, dan J. William. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. (Terjemahan) Penerbit Salembat Empat. Jakarta.
- Azheri dan Busyra. 2012. *Corporate Social Responsibility*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Brigham, E. F., dan Ehrhardt. 2005. *Financial Management Theory And Practice* (Eleventh ed.). Ohio. South Western Cengage Learning.
- Brigham, E. F., dan J. F. Houston. 2001. *Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.
- Budimanta, A. P. A. dan B. Rudito. 2008. *Corporate Social Responsibility, Alternatif Bagi Pembangunan Indonesia*. Indonesia Center for Sustainability Development. Jakarta.
- Cheng, M. dan C. Y Jogi 2011. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Abnormal Return. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. 13(1): 23-35.
- Dahlia, Lelly, dan V., S. 2008. *Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Kinerja Perusahaan*. Simposium Nasional Akuntansi XI. Pontianak.
- Dewi, A. S. M. dan A. Wirajaya. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Akuntansi Universitas Yudayana*. 358-372.
- Dwiyanti dan Rini. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Pelaporan Keuangan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.

- FASB. 1980. *Statement of Financial Accounting Concept No.2: Qualitative Characteristics of Accounting Information*.
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Ed. 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Ed. 6. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Linda, W. M. dan Kurnia. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 6-12.
- Mahardhika, B. W. dan A. Roosmawarni. 2016. Analisis Karakteristik Perusahaan Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2010-2014. *Balance*. 13(2): 23-47.
- Martono dan A. Harjito. 2005. *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta.
- McWilliams, A. dan D. Siegel. 2001. *Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective*. *The Academic of Management Review*. 21(5): 117-127.
- Muvidha, N. I. dan B. Suryono, 2017. Pengaruh Struktur Kepemilikan, Keputusan Pendanaan, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. 6(5).
- Novari, P. M. Dan P. V. Lestari. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. *Jurnal Manajemen*. Universitas Udayana. 5(9): 567.
- Nugraha, M. K. dan Kurnia. 2017. Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi STIESIA Surabaya*. 6(1).
- Nurhayati, M. dan H. Medyawati. 2012. Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar dalam LQ45 pada tahun 2009-2011. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*. 2: 1-10.
- Nurlela, R., dan Islahuddin. 2008. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Jurnal*, Universitas Syiah Kuala, Pontianak.
- Pradana, R. dan I. B. P. Astika. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Penerapan Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*. 28(3): 1920.
- Pratiwi, R. A. dan M. Ibrahim. 2017. Pengaruh Good Corporate Governance Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food and Beverage Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*.
- Puspita, N. S. 2011. Analisis Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2007-2009 (Studi Kasus Pada Sektor Industri Food And Beverage). *Universitas Stuttgart*. 1(1): 68.
- Putri, K. A. T. dan L. Mardiana. 2019. Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*. 14(2): 1.
- Rafi, M. I., Nopiyanti, A., dan Mashuri, A. A. S. 2021. Pengaruh Kinerja Keuangan, Kebijakan Dividen dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 2, 270-284.
- Rahmawati, A. D. 2015. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan*.

- Ramadhani, S. L. Dan B. Hardiprajitno. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*. 8(2): 1-12.
- Ramona, S. 2017. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Skripsi. Riau: Universitas Pasir Pangarain.
- Retno, D. R. dan D. Priantinah. 2012. *Pengaruh Good Corporate Responsibility*. *Ecological Economics*. 68(1): 46-55.
- Rika, S. 2010. Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Go Public yang Listed Tahun 2005-2008. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rimba, K. 2010. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2006 dan 2008. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Rudangga, I. G. N. G., dan Sudiarta, G. M. 2016. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 5(7), 4394-4422.
- Rustiarini, N. W. 2010. Pengaruh Corporate Governance pada hubungan *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan. *Simposium Nasional Akuntansi XIII*, 15(1): 1-24.
- Saedah, Z. 2015. *Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Santoso, S. 2010. *SPSS Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. PT. Elex Media Komputindo. Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Scholtens, B. 2008. A Note on the Interaction between *Corporate Social Responsibility*. *Ecological Economics*. 68(1): 46-55.
- Suardana, I. K. I D. M. Endiana dan I. P. E. Arizona. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Kharisma*. 2(2): 1.
- Suhartati, T. S. Warsini. dan N. Sixpria. 2011. Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Praktik Tata Kelola Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nominal*. 1(1): 85-103.
- Suharto, E. 2007. *Memperkuat Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Pekerjaan Sosial Di Dunia Industri*. Refika Aditama. Bandung.
- Sujoko dan Ugy Soebiantoro. 2007. *Pengaruh Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Intern dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 9(1): 41-48. Surabaya.
- Suliyanto, 2011, *Ekonometrika Terapan : Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Andi Offset. Yogyakarta.
- Sutrisno. 2009. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi, Edisi Pertama, Cetakan. Ketujuh*. Penerbit Ekonisia. Yogyakarta.
- Sutrisno. 2012. *Manajemen Keuangan Teori, Konsep Dan Aplikasi*. In EKONISIA. Yogyakarta.
- Tarmadi Putri, K. A., dan Mardenia, L. 2019. Pengaruh GCG, CSR, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 14(2), 156-169.
- Untung, W. Dan P. Hartini. 2005. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: Dengan Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Wahyudi, Untung dan Hartini Prasetyaning Pawestri. 2006. Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan: dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi IX*: 1- 25. Padang.
- Wirawan, N. 2002. *Cara Mudah Memahami Statistik 2 (Statistik Inferensia) Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi Kedua. Penerbit Keraras Emas. Denpasar.