

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019 2020

I Putu Denny Kusuma Wijaya¹, I Nyoman Putra Yasa¹

Jurusan Ekonomi dan Akuntansi
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail : { denny.wijaya99@yahoo.co.id , putrayasainym@undiksha.ac.id }

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Variabel *Corporate social responsibility* diukur dengan proksi CSRI (*corporate social responsibility reporting index*) GRI generation 4, variabel Ukuran Perusahaan diukur dengan proksi rasio Total Assets , variabel Profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio *Return On Asset*, Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen diukur dengan Rasio Tobin's Q. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2020. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* terdapat 16 perusahaan yang memenuhi kriteria dan kemudian di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of corporate social responsibility, firm size and profitability on firm value. Corporate social responsibility variable is measured by CSRI (corporate social responsibility reporting index) GRI generation 4, Firm Size variable is measured by Total Assets ratio proxy, Profitability variable is measured by Return On Assets ratio, Firm Value as dependent variable is measured by Tobin's Q Ratio. This research used a sample of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2019-2020. By used purposive sampling method there are 16 companies that meet the criteria and then analyzed used multiple linear regression analysis used SPSS. The results showed that corporate social responsibility, firm size, and profitability had a significant positive effect on firm value.

Keywords : *Corporate Social Responsibility, Firm Value, Profitability, Firm Value*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini dapat dikatakan mengalami kemajuan yang sangat pesat serta persaingan yang begitu ketat. Tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi karena adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba perusahaan. Selain pihak yang terkait langsung dengan perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan merasakan dampak yang diakibatkan oleh aktivitas operasi perusahaan. Oleh sebab itu, sebuah perusahaan harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan, seperti investor, pelanggan, dan juga pesaing. Keberhasilan dunia bisnis ditentukan oleh bagaimana kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat umum. Perusahaan membutuhkan suatu respon yang positif dari masyarakat yang diperoleh melalui apa yang dilakukan oleh perusahaan kepada para stakeholder, termasuk masyarakat dan lingkungan sekitar (Kamil dan Antonius, 2012). Pada dasarnya suatu perusahaan mempunyai tujuan memaksimalkan keuntungan untuk kemakmuran para pemegang saham dan pemilik entitas. Selain itu perusahaan juga mempunyai tujuan meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan setiap pemilik perusahaan selaku pemegang saham karena dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemilik perusahaan juga tinggi. Rasio nilai pasar memberi manajemen suatu indikasi tentang apa yang dipikirkan oleh investor tentang kinerja masa lalu serta prospek perusahaan dimasa mendatang. Nilai perusahaan tercermin dari harga pasar per lembar saham perusahaan (Lisa, 2018).

Fenomena terkait nilai perusahaan dikutip dari (*investasi.kontan.co.id*) diliput oleh Qolbi dan diedit oleh Wahyu pada tanggal 14 April 2020. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan, per 3 April 2020, rata-rata nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) sepanjang

2020 hanya sebesar Rp 6,96 triliun. Jika dibandingkan dengan rata-rata nilai transaksi harian tahun sebelumnya, yakni per 5 April 2019 yang mencapai Rp 9,67 triliun, maka jumlah tersebut terkoreksi 28 persen. Sementara itu, dengan menggunakan perbandingan waktu yang sama, rata-rata volume transaksi harian di BEI sepanjang 2020 merosot 49 persen menjadi 7,39 miliar unit saham. Padahal, rata-rata volume transaksi harian tahun sebelumnya adalah sebanyak 14,5 miliar saham. Analisis MNC Sekuritas Herditya Wicaksana menambahkan, sektor perdagangan dan aneka industri menorehkan penurunan terdalam karena adanya pandemi virus corona. Virus yang meluas secara global ini menimbulkan dampak sangat besar pada sektor perdagangan dan aneka industri, sebab mengganggu ekspor-impor. Terlebih lagi, industri yang memakai bahan baku impor juga mendapat tekanan dari pelemahan kurs rupiah. Untuk ke depannya, Chris memperkirakan nilai transaksi di BEI akan tetap rendah. Ada kemungkinan tetap rendah karena efek penurunan serta adanya beberapa reksadana yang bermasalah dihentikan oleh OJK.

Pandemi Covid-19 telah mengungkap dan memperburuk beberapa masalah sosial, seperti kemiskinan dan ketidaksetaraan. Masih ada tingkat ketimpangan yang lebih tinggi dalam suatu negara. Hal ini menjadi peluang signifikan bagi perusahaan untuk menerapkan CSR yang lebih memfokuskan dalam upaya mengatasi masalah sosial di bidang ini selama pandemi. *Corporate social responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep organisasi, baik dari perusahaan yang memiliki wujud tanggung jawab dan sikap kepedulian perusahaan terhadap pemangku kepentingan di antara lainnya seperti karyawan, konsumen, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan di dalam 3 bentuk aspek operasional perusahaan yang mencakup dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Selain itu juga *Corporate social responsibility (CSR)* adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak

hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, akan tetapi juga terhadap masalah ekonomi, sosial dan lingkungan terhadap perusahaan agar perusahaan tersebut dapat tumbuh secara berkelanjutan (Yosi, 2019). Dengan pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) dapat memberikan signal kepada pihak eksternal termasuk investor dalam meningkatkan citra perusahaan yang tercermin dengan peningkatan nilai perusahaan. Hal ini telah diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Perusahaan selain bertanggung jawab kepada pemegang saham dan pemilik, perusahaan juga mempunyai tanggung jawab kepada *stakeholder* diantaranya pelanggan, pegawai, komunitas, pemerintah, *supplier* bahkan *competitor* (Putri, dkk 2016).

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan CSR terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Abdullah, dkk (2017) dan Putri (2019) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian Sudarma dan Darmayanti (2017), Panggabean (2018), dan Yosi (2019) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian peneliti terdahulu, maka hipotesis pertama yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :
H1 : *Corporate social responsibility* (CSR) Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

Selain permasalahan mengenai CSR yang telah diuraikan di atas, terdapat dua faktor lain yang juga turut mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan dan profitabilitas. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total *asset*, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total *asset*. Jika perusahaan memiliki total *asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan *asset* yang ada di

perusahaan. Mudahnya perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum (Panggabean, 2018). Ukuran perusahaan dapat diukur menggunakan total aktiva, penjualan atau modal dalam perusahaan tersebut. Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total *asset* yang kecil. Semakin besar aktiva suatu perusahaan, maka semakin besar pula modal yang ditanam, semakin besar total penjualan suatu perusahaan, maka akan semakin banyak juga perputaran uang dan semakin besar pula perusahaan dikenal oleh masyarakat (Bestivano, 2013). Manajemen perusahaan akan memberikan sinyal kepada para investor apakah perusahaan tersebut memiliki total *asset* yang baik atau tidak, jika total *asset* yang dimiliki perusahaan baik, maka akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan turut menentukan tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Bahkan perusahaan besar yang memiliki total aktiva dengan nilai aktiva yang cukup besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Mikhy dan Vivi, 2016).

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil yang beragam. Lisa (2018) dan Aldo dan Jamaludin (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut

bertentangan dengan penelitian Abdullah, dkk (2017), Eka (2017), dan Panggabean (2018) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian peneliti terdahulu, maka hipotesis kedua yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H2 : Ukuran Perusahaan Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor dan margin laba bersih. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas *asset* dan tingkat pengembalian atas ekuitas (Lisa, 2018). Penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA) sebagai alat ukur dari rasio profitabilitas. Rasio ROA membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total *asset* yang dimiliki perusahaan. ROA menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dari sumber daya atau *asset* yang dimiliki perusahaan (Maryam, 2012). Perusahaan akan memberikan sinyal kepada investor apakah profitabilitas yang dimiliki perusahaan besar atau kecil. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016). Perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa datang. Semakin tinggi angka profitabilitas yang tercantum pada laporan keuangan, berarti semakin baik kinerja keuangan perusahaan, maka akan mencerminkan kekayaan investor yang semakin besar dan prospek perusahaan kedepan dinilai semakin menjanjikan.

Pertumbuhan prospek tersebut oleh investor akan ditangkap sebagai sinyal positif sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan di mata investor yang tercermin dari meningkatnya harga saham perusahaan (Dea dan Suarjaya, 2017).

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan profitabilitas dengan Nilai Perusahaan, masih menunjukkan hasil yang beragam. Sudarma dan Darmayanti (2017) dan Aldo dan Jamaludin (2020), menemukan bahwa hubungan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Eka (2017) menemukan bahwa hubungan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan berbanding lurus jadi semakin tinggi profitabilitas maka semakin meningkat pula nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan uraian peneliti terdahulu, maka hipotesis ketiga yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah :

H3 : Profitabilitas Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia

2. METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dijabarkan dalam bentuk angka – angka dan dapat dinyatakan dalam satuan hitung (Pandoyo dan Sofyan, 2018). Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang berkaitan dengan *Corporate social responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2019 – 2020.

Penelitian ini terdiri dari satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaanaan. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate social responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas. Data yang terkumpul kemudian diuji terlebih dahulu dengan analisis statistik deskriptif, analisis uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil analisis selanjutnya disajikan dalam sebuah laporan serta diinterpresentasikan

dan langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan dan saran.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik purposive sampling. *Purposive Sampling* merupakan Teknik penentuan sampel dengan berbagai pertimbangan dan kriteria tertentu sesuai tujuan penelitian. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019 – 2020, perusahaan manufaktur yang

menyajikan laporan tahunan secara berturut – turut selama tahun 2019 – 2020, perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah, perusahaan manufaktur yang mencantumkan informasi mengenai tanggung jawab sosial pada tahun 2019 – 2020. Setelah melakukan pengujian kriteria, peneliti mendapatkan sampel sejumlah 16 perusahaan dengan waktu pengamatan selama 2 tahun. Jadi jumlah sampel yang didapatkan adalah 32.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel. 1
Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
<i>Corporate social responsibility</i>	32	0.04	0.56	0.3554	0.2295
Ukuran Perusahaan	32	12.07	30.75	23.7694	6.0342
Profitabilitas	32	-0.07	36.10	8.223	7.5552
Nilai Perusahaan	32	1.06	9.25	2.6613	1.8254
Valid (N) listwise	32				

Sumber : Hasil Output SPSS V.20 (2021)

Berdasarkan tabel 1. Data *Corporate social responsibility* menunjukkan skor minimum 0,04 dan skor maksimum 0,56. Skor rata-rata 0,3554 dengan standar deviasi sebesar 0,2295. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data *Corporate social responsibility* pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Data Ukuran Perusahaan menunjukkan skor minimum 12,07 dan skor maksimum 30,75. Skor rata-rata 23,7694 dengan standar deviasi sebesar 6,0342. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data Ukuran Perusahaan pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Data profitabilitas menunjukkan skor minimum -0,07 dan skor maksimum 36,10. Skor rata-rata 8,223 dengan standar deviasi sebesar 7,552. Hal ini menunjukkan

bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data profitabilitas pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Data nilai perusahaan menunjukkan skor minimum 1,06 dan skor maksimum 9,25. Skor rata-rata 2,6613 dengan standar deviasi sebesar 1,8254. Hal ini menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki skor lebih kecil dari pada skor rata-rata yang berarti bahwa penyebaran data nilai perusahaan pada penelitian ini berdistribusi merata, artinya selisih data satu dengan lainnya tidak terlalu jauh/tinggi. Setelah melakukan uji analisis statistik deskriptif, selanjutnya adalah uji asumsi klasik.

Uji asumsi klasik yang pertama adalah uji autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi diantara data-data yang akan diamati. Koefisien korelasi dikatakan akan kurang akurat apabila terjadi autokorelasi. Ada

tidaknya autokorelasi dapat dilihat dengan menghitung hasil nilai dari Durbin Watson (dw), apabila nilai dw berada diantara du dan 4-du maka tidak terdapat gejala mengenai autokorelasi. Pada penelitian ini nilai dari *Durbin-Watson* (dw) sebesar 2,248. Selanjutnya nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin-Watson pada nilai signifikansi 5%. Adapun jumlah variabel independen sejumlah 3 ($k = 3$) dan sampel berjumlah 32 ($N = 32$). Kemudian didapat hasil pada distribusi nilai tabel *Durbin-Watson*, maka nilai dL sebesar 1,2437 dan dU sebesar 1,6505. Dari nilai Durbin-Watson pada tabel 4.2 sebesar 2,248, dimana:

$$dU < dw < 4-dU$$

$$1,6505 < 2,248 < 4-1,6505$$

$$1,6505 < 2,248 < 2,3495$$

Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *durbin watson* di atas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi. Uji asumsi klasik yang kedua yaitu uji multikolenieritas. Dalam model regresi yang bebas dari multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF < 10 dan mempunyai nilai *tolerance* > dari 0,1. Hasil Uji multikolinieritas pada penelitiannya mempunyai nilai *tolerance* variabel *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan profitabilitas lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF berada dibawah 10. Kesimpulannya tidak terjadi multikolinieritas pada model regresi.

Uji asumsi selanjutnya yaitu uji normalitas. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) berada diatas 0,05. Melihat hasil uji normalitas pada penelitian ini memiliki nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,889, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Uji asumsi klasik yang terakhir yaitu uji heteroskedastisitas, untuk mengetahui model regresi yang baik adalah tidak terbebas dari heterokedastisitas atau merupakan homokedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan cara mendeteksi heteroskedastisitas dengan uji Glejser. Pengambilan keputusan yang digunakan adalah apabila tingkat signifikansi < 0,05 maka H0 ditolak karena terdapat heteroskedastisitas, sedangkan apabila tingkat signifikansi > 0,05 maka H0 diterima berarti terbebas dari heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini mempunyai nilai Sig. variabel *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas lebih besar dari 0,05 artinya tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Setelah uji asumsi klasik terpenuhi selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan model regresi linier berganda.

Tabel. 2
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Beta	Beta		
(Constant)	0.006	0.531		0.011	0.991
<i>Corporate social responsibility</i>	0.134	0.020	0.674	6.726	0.000
Ukuran Perusahaan	0.080	0.022	0.378	3.698	0.001
Profitabilitas	0.000	0.000	0.445	4.389	0.000

Sumber : Hasil Output SPSS V.20 (2021)

Dari tabel di atas dapat diketahui hubungan antar variabel independen dan dependen sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 0,006 + 0,134X_1 + 0,080X_2 + 0,000X_3 + \varepsilon$$

Interpretasi pada model regresi di atas adalah sebagai berikut:

Konstanta (a) sebesar 0,006 menunjukkan apabila variabel independen bernilai konstan, maka variabel nilai perusahaan (Y) memiliki nilai 0,006 satuan. Koefisien regresi CSR (X_1) sebesar 0,134 menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel X_1 sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,134. Koefisien regresi ukuran perusahaan (X_2) sebesar 0,080 menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel X_2 sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,080. Koefisien regresi profitabilitas (X_3) sebesar 0,000 menunjukkan bahwa setiap penambahan variabel X_3 sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,000.

Selanjutnya dilakukan uji t. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel CSR (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X_1) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Maka H_1 dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel ukuran perusahaan (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X_2) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Maka H_2 dalam penelitian ini dapat diterima. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel profitabilitas (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (X_3) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Maka H_3 dalam penelitian ini dapat diterima.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate social responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel CSR (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien regresi variabel ini sebesar 0,134. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X_1) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Maka H_1 dalam penelitian ini dapat diterima. *Corporate social responsibility* atau pertanggungjawaban sosial perusahaan memiliki definisi yang beragam. Dalam hal ini CSR adalah sebuah kewajiban yang dibebankan pada Perseroan Terbatas yang diatur di dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dilihat dari ketentuan Pasal 74 Undang-Undang PT Nomor 40 tahun 2007 tersebut di atas bahwa, CSR dipahami sebagai komitmen bisnis untuk melakukan kegiatannya secara beretika dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan menjalin kerjasama dengan para pemangku kepentingan (stakeholders). Penerapan CSR lebih menekankan bahwa perusahaan harus mengembangkan praktik bisnis yang etis, dan *sustainable* secara ekonomi, sosial dan lingkungan. *World Business Council for Sustainable Development* (WBCD) mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan ekonomi sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan. Pada penelitian ini *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, hal tersebut terjadi karena pada tahun 2020 terjadi pandemi Covid-19 sehingga terdapat upaya perusahaan untuk meningkatkan tanggung jawab sosialnya baik terhadap karyawan, masyarakat maupun lingkungan sekitarnya. Tanggung jawab sosial yang diberikan oleh perusahaan untuk karyawannya berupa pemberian bantuan sandang pangan, masker dan handsanitizer. Sedangkan tanggung jawab

sosial yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat yaitu kebutuhan pokok untuk masyarakat umum dan pemberian alat pelindungan diri kepada tim medis Covid-19, dari tanggung jawab sosial yang telah diberikan perusahaan kepada karyawan dan masyarakat sekitar memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan sehingga dapat juga memberikan pertimbangan keputusan untuk investor. Hasil penelitian ini berhubungan dengan teori *signalling* yaitu CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan semakin memperluas pengungkapan dalam laporan tahunan. Hal ini merupakan sinyal yang diberikan perusahaan kepada investor. Makin luasnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan akan menambah informasi yang diterima oleh investor. Semakin luasnya informasi yang diterima investor akan meningkatkan tingkat kepercayaan investor terhadap perusahaan. Jika investor sudah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan maka memberikan respon yang positif terhadap perusahaan berupa pergerakan harga saham yang cenderung naik. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Abdullah, dkk (2017) dan Suci (2019) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel ukuran perusahaan (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X_2) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Maka H_2 dalam penelitian ini dapat diterima. Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukkan dengan total *asset*, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total *asset*. Jika perusahaan memiliki total *asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan *asset* yang ada di perusahaan. Mudah-mudahan perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum

(Panggabean, 2018). Ukuran perusahaan yang besar dapat memudahkan dalam sumber pendanaan. Dalam perusahaan umumnya memiliki nilai fleksibilitas yang tinggi dengan adanya sumber pendanaan melalui adanya pasar modal yang sebagai sumber informasi yang baik. Ukuran perusahaan merupakan suatu yang dapat mengungkapkan kekuatan dalam keuangan perusahaan. Dengan semakin besar jumlah aset yang dimiliki maka akan semakin besar modal saham yang ditanamkan di dalam perusahaan, serta semakin besar jumlah penjualan maka akan semakin banyak aliran uang dan semakin besar kapitalisasi pada pasar maka semakin besar juga perusahaan yang banyak dikenal oleh masyarakat luas (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi adanya nilai perusahaan, dikarena dengan semakin besar ukuran perusahaan maka dapat semakin mudah untuk perusahaan mendapatkan sumber pendanaan yang sifatnya internal dan eksternal sehingga memperoleh hasil yang baik. Hasil penelitian ini memiliki hubungan dengan teori *signalling* yaitu dapat memberikan sinyal terhadap investor mengenai ukuran perusahaan yang dapat dianalisis pada laporan keuangannya. Dengan adanya sinyal mengenai ukuran perusahaan, investor akan mempertimbangkan keputusan dalam berinvestasi, oleh karena itu ukuran perusahaan pada penelitian ini dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Lisa (2018), Aldo dan Jamaludin (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel profitabilitas (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (X_3) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Maka H_3 dalam penelitian ini dapat diterima. Rasio profitabilitas mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan keuntungan. Profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidupnya, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan. Profitabilitas dalam hubungannya dengan penjualan terdiri atas margin laba kotor dan margin laba bersih. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi terdiri atas tingkat pengembalian atas *asset* dan tingkat pengembalian atas ekuitas (Lisa, 2018). Penelitian ini menggunakan *return on asset* (ROA) sebagai alat ukur dari rasio profitabilitas. Rasio ROA membandingkan laba bersih yang diperoleh perusahaan dengan total *asset* yang dimiliki perusahaan. ROA menggambarkan kemampuan suatu perusahaan memperoleh laba dari sumber daya atau *asset* yang dimiliki perusahaan (Maryam, 2012). Perspektif teori sinyal menekankan bahwa perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal kepada investor melalui pelaporan informasi terkait kinerja perusahaan sehingga dapat memberikan gambaran akan prospek usaha di masa datang. Perusahaan akan memberikan sinyal kepada investor apakah profitabilitas yang dimiliki perusahaan besar atau kecil. Profitabilitas dianggap penting karena profitabilitas sebagai indikator dalam mengukur kinerja keuangan suatu perusahaan sehingga dapat dijadikan acuan untuk menilai perusahaan (Sastrawan, 2016). Keterkaitan lainnya antara penelitian ini dengan teori *signalling* adalah profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal bagi investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan, sehingga berpengaruh terhadap harga saham yang akan naik. Perusahaan yang diprediksi mempunyai prospek baik di masa mendatang, nilai sahamnya akan menjadi tinggi dan nilai perusahaan akan meningkat, hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh . Sudarma dan Darmayanti (2017), Aldo dan Jamaludin (2020) menemukan bahwa

profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dijabarkan terkait pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut. Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel CSR (X_1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel CSR (X_1) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel ukuran perusahaan (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel ukuran perusahaan (X_2) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y). Berdasarkan hasil uji t pada tabel 2, variabel profitabilitas (X_3) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel profitabilitas (X_3) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y).

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, adapun saran yang dapat diberikan pada penelitian ini yaitu pertama bagi perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) dengan nilai perusahaan, maka menjadi evaluasi bagi perusahaan yang pengungkapannya masih rendah untuk meningkatkan pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR) dalam laporan tahunan baik pada bidang ekonomi, lingkungan, praktek ketanagakerjaan, Hak Asasi Manusia (HAM) dan tanggungjawab atas produk. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel ukuran perusahaan

berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka dari itu saran untuk perusahaan agar meningkatkan total asset perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan asset yang ada di perusahaan. Mudah-mudahan perusahaan dalam mendapatkan modal akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, maka dari itu saran untuk perusahaan agar meningkatkan laba bersih perusahaan, karena jika laba bersih yang dihasilkan perusahaan tinggi, maka akan memberikan sinyal positif bagi investor bahwa perusahaan dalam kondisi yang menguntungkan, sehingga berpengaruh terhadap harga saham yang akan naik. Perusahaan yang diprediksi mempunyai prospek baik di masa mendatang, nilai sahamnya akan menjadi tinggi dan nilai perusahaan akan meningkat, hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan. Saran kedua yaitu Bagi Investor. Bagi investor perlu memperhatikan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan, karena jika laba yang dihasilkan tinggi maka perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik di masa yang akan datang. Selain itu juga melihat banyaknya pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan semakin dekat dengan para stakeholdernya. Selain banyaknya pengungkapan *corporate social responsibility*, para investor perlu juga melihat ukuran perusahaan karena semakin tinggi ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut memiliki sumber pendanaan yang baik. Pertimbangan tersebut perlu dilakukan dalam pengambilan keputusan ketika akan menanamkan saham pada perusahaan manufaktur karena berdasarkan hasil penelitian ini variabel - variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Saran terakhir yaitu bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini hanya menggunakan perusahaan manufaktur sebagai populasi penelitian, sehingga untuk

peneliti selanjutnya bisa menggunakan perusahaan yang berbeda atau bisa menambahkan jenis perusahaan dari sektor lainnya. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio-rasio keuangan seperti ROA, dan pengukuran nilai perusahaan menggunakan rasio Tobins'Q, sehingga untuk peneliti selanjutnya bisa menggunakan ROE dan pengukuran nilai perusahaan bisa menggunakan rasio PBV (*price to book value*). Dalam Penelitian ini hasil *Adjusted R2* sebesar 0,702. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel dependen dipengaruhi oleh variabel independent sebesar 70,2% dan sisanya sebesar 29,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, yang artinya terdapat variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan teori sinyal dalam mempengaruhi nilai perusahaan untuk peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel lain seperti kepemilikan manajerial, *leverage*, dan juga bisa menggunakan variabel moderating agar dapat memperkuat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen

DAFTAR PUSTAKA

- Bestivano, Wildham. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Perataan Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar di BEI. Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Padang
- Kamil, Ahmad dan Antonius Herusetya.2012.*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate social responsibility*.Media Riset Akuntansi, 2(1), h: 1-17.
- Melinda, Lisa. 2018. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan *Food and Beverage*".

- Skripsi. Program Studi Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Noviani Luh Putu, Gede Diatmika dan Putra Yasa. 2017. Pengaruh Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016). Vol 8 No 2 2017.
- Novari, Putu Mikhy dan Putu Vivi Lestari. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estate. Vol 5 , No 9, 2016.
- Panggabean, Muhammad Rizal. 2018. Pengaruh *Corporate social responsibility*, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal dan *Tax Avoidance* Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Masuk Dalam LQ 45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2017). Vol.26, No.1, 2018
- Pangestu, Yosi Yostanti. 2019. "Pengaruh *Corporate social responsibility* dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Umum Konvensional Go Public Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". Skripsi. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia.
- Putri, Ayu Kemala dkk. 2016. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Jumlah Dewan Komisaris sebagai Variabel Pemoderasi (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Bursa Efek Indonesia). Vol 14, No 2, 2016.
- Qolbi, Nur dan Wahyu T Rahmawati. 2020. Nilai transaksi sektor-sektor ini turun dalam, simak rekomendasi analis. Terdapat pada situs <https://investasi.kontan.co.id/news/nilai-transaksi-sektor-sektor-ini-turun-dalam-simak-rekomendasi-analis>