

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *RETURN ON ASSET* SERTA *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG
TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2018-2022**

SKRIPSI

**OLEH :
IKA FAUZIAH SYAHPUTRI
198320234**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 23/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)23/7/25

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *RETURN ON ASSET* SERTA *FIRM SIZE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG
TERDAFTAR PADA BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2018-2022**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area



**OLEH :
IKA FAUZIAH SYAHPUTRI
198320234**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 23/7/25

Access From (repository.uma.ac.id)23/7/25

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Return On Asset Serta Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022*

Nama : Ika Fauziah Syahputri

NPM : 198320234

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Pembanding

(Dr. Ahmad Prayudi, S.E. M.M)

Pembimbing

(Dr. Nur Aisyah, S.E. M.M)

Pembanding

Mengetahui :



(Ahmad Razi, BBA, MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan

(Fitriani Tobing, S.E. M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 25 Maret 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 25 Maret 2025



Ika Fauziah Syahputri
198320234

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ika Fauziah Syahputri
NPM : 198320234
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Return on Asset Serta Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022*.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 25 Maret 2025
Yang menyatakan,



Ika Fauziah Syahputri
198320234

RIWAYAT HIDUP



Nama	Ika Fauziah Syahputri
NPM	198320234
Tempat, Tanggal Lahir	Bdr. Jawa, 17-06-2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Kurniawan Syahputra
Ibu	Sri Purwanti
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Mts Negeri Bandar
SMA/SMK	SMA Negeri 1 Bandar
Riwayat Studi Di UMA	-
Pengalaman Kerja	-
NO. HP/WA	081262603756
Email	Ikafauziah870@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR), Return on Assets (ROA), and Firm Size on Company Value in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2011-2012. The research method used was a quantitative approach with a purposive sampling technique, resulting in a sample of 8 mining companies. The research results show that Corporate Social Responsibility (CSR) has a positive and significant effect on Company Value (Price to Book Value). The better the implementation of CSR, the higher the company's value in the eyes of investors. Return on Assets (ROA) has a positive and significant effect on Company Value (Price to Book Value). The higher the company's profitability as measured by ROA, the better the company value. Firm Size does not have a significant effect on Company Value (Price to Book Value). Company size is not the main factor that influences company value in the mining sector. Simultaneously, CSR, ROA, and Firm Size have a significant effect on the Company Value (Price to Book Value) of mining companies listed on the IDX. The implication of this research is that mining companies need to increase commitment and implementation of CSR in a sustainable manner, maintain high profitability, and pay attention to other factors that can influence company value. For investors, information regarding CSR, ROA and company size can be a consideration in making investment decisions.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Return on Asset, Firm Size, Price to Book Value*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return on Asset* (ROA), dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, menghasilkan sampel sebanyak 8 perusahaan pertambangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*). Semakin baik implementasi CSR, maka semakin tinggi nilai perusahaan di mata investor. *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*). Semakin tinggi profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA, maka semakin baik pula nilai perusahaan. *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*). Ukuran perusahaan bukan merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam sektor pertambangan. Secara simultan, CSR, ROA, dan *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (*Price to Book Value*) perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI. Implikasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan perlu meningkatkan komitmen dan implementasi CSR secara berkelanjutan, mempertahankan profitabilitas yang tinggi, serta memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Bagi investor, informasi mengenai CSR, ROA, dan ukuran perusahaan dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset*, *Firm Size*, Nilai Perusahaan

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, puji dan syukur peneliti atas kehadiran Allah SWT karena telah memberikan limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan *Return on Asset* Serta *Firm Size* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022”. Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selama menyusun skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), M.Mgt, Ph.D, CIMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Fitriani Tobing, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Bapak Dr. Ahmad Prayudi, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau, memberikan bimbingan, masukan dan saran kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dr. Nur Aisyah, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Dr. Ir. Tohap Parulian Sihombing, M.Si, selaku Dosen Ketua Sidang yang telah memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Khairunnisak, S.M, M.M selaku Dosen Sekretaris yang telah memberikan arahan dan masukan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
8. Orang tua tercinta, bapak Kurniawan Syahputra dan ibu Sri Purwanti yang senantiasa memberikan dukungan baik moral maupun materil serta selalu memberikan do'a setiap hari untuk peneliti sampai pada tahap menyelesaikan tugas akhir skripsi, kasih sayang yang tidak dapat terbalaskan semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan kepada ayah dan ibu dan kepada adik saya Rafiq Alauddin Syahputra & Malika Asyifa Syahputri yang selalu memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan selalu ada dalam keadaan apapun.
9. Teman peneliti Sindi Erliyanto yang selalu memberikan semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dan selalu ada dalam keadaan apapun.
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri yang telah berkerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa memotivasi saya untuk lebih belajar lagi dan membuat karya lainnya.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Medan, 25 Maret 2025



Ika Fauziah Syahputri
198320234

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 13
2.1 Nilai Perusahaan	13
2.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	13
2.1.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan.....	15
2.1.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan	15
2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	22
2.2.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	22
2.2.2 Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	24
2.2.3 Teori Perlakuan Akuntansi <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	27
2.2.4 Alasan Perusahaan Melaksanakan <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> (CSR)	28
2.2.5 Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	29
2.2.6 Tahap-tahap Mengelola <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	29
2.2.7 Faktor-Faktor Mempengaruhi <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> (CSR)	32
2.2.8 Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	32
2.3 <i>Return on Asset</i> (ROA)	33
2.3.1 Pengertian <i>Return on Asset</i> (ROA).....	33
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi ROA.....	35
2.3.3 Manfaat <i>Return on Asset</i> (ROA)	39
2.3.4 Pengukuran <i>Return on Assets</i>	42
2.4 <i>Firm Size</i>	43
2.4.1 Pengertian <i>Firm Size</i>	43
2.4.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan	46
2.4.3 Indikator <i>Firm Size</i>	48
2.5 Penelitian Terdahulu	51
2.6 Kerangka Konseptual.....	52
2.7 Hipotesis Penelitian.....	54

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1 Desain Penelitian	56
3.2 Objek dan Waktu penelitian.....	56
3.2.1 Objek Penelitian	56
3.2.2 Waktu Penelitian	57
3.3 Definisi Operasional	57
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	58
3.4.1 Populasi	58
3.4.2 Sampel.....	58
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	60
3.5.1 Jenis Data	61
3.5.2 Sumber data.....	61
3.6 Teknik Analisis Data.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
4.1 Hasil Penelitian	68
4.1.1 Deskripsi Data.....	68
4.1.2 Statistik Deskriptif	73
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	75
4.1.3.1 Uji Normalitas	75
4.1.3.2 Uji Multikolinieritas	76
4.1.3.3 Uji Heteroskedastisitas	77
4.1.3.4 Uji Autokorelasi	78
4.2.2 Uji Hipotesis.....	79
4.2.2.1 Regresi Linier Berganda	79
4.2.2.2 Uji t	80
4.2.2.3 Uji F	82
4.2.2.4 Koefisien Determinasi (R ²).....	83
4.2 Pembahasan.....	84
4.2.1 Pengaruh CSR Terhadap <i>Price to Book Value</i>	84
4.2.2 Pengaruh <i>Return on Asset</i> Terhadap <i>Price to Book Value</i>	86
4.2.3 Pengaruh <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Price to Book Value</i>	88
4.2.4 Pengaruh CSR, <i>Return on Asset</i> dan <i>Firm Size</i> Terhadap <i>Price to Book Value</i>	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rasio CSR Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2018-2022.....	6
Tabel 1.2 ROA Periode 2018-2022	7
Tabel 1.3 <i>Firm Size</i> Periode 2018-2022.....	8
Tabel 1.4 PBV Periode 2018-2022	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	57
Tabel 3.2 Defenisi Operasional.....	58
Tabel 3.3 Sampel Penelitian Perusahaan Pertambangan	60
Tabel 4.1 Data Rasio CSR Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2018-2022	69
Tabel 4.2 ROA Periode 2018-2022	70
Tabel 4.3 <i>Firm Size</i> Periode 2018-2022	71
Tabel 4.4 PBV Periode 2018-2022	73
Tabel 4.5 <i>Descriptive Statistics</i>	74
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4.7 Uji Autokorelasi.....	79
Tabel 4.8 Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.9 Uji t	81
Tabel 4.10 Uji - F.....	82
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	54
Gambar 4.1 Uji Normalitas	76
Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Data Penelitian	99
Lampiran 2. Hasil Uji SPSS.....	100
Lampiran 3. Surat Selesai Riset	103



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Menurut (Dewi, et al., 2014) nilai perusahaan dapat dilihat dari perkembangan harga saham perusahaan di pasar saham. Harga saham yang tinggi berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang baik menjadi prospek perusahaan yang positif di masa depan. Menurut (Dewi, et al., 2014) berpendapat bahwa bagi perusahaan yang belum *go public* nilai perusahaan merupakan sejumlah biaya yang bersedia dikeluarkan oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual, sedangkan bagi perusahaan yang sudah *go public* nilai perusahaannya dapat dilihat dari besarnya nilai saham yang ada di pasar modal.

Nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan (Sudana, 2015). Nilai perusahaan dapat memakmurkan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi harga saham perusahaan maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Dimana pengukuran atas nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV).

Menurut (Husnan, 2015) *Price Book Value* (PBV) merupakan perbandingan antara harga pasar dan nilai buku saham. Semakin tinggi rasio PBV

semakin tinggi perusahaan dinilai dari para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang ditanamkan oleh perusahaan. Jadi, *price book value* adalah Perbandingan dengan harga saham dengan nilai buku saham (Hemastuti, 2014). Adapun beberapa hal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya *Corporate Social Responsibility* dan profitabilitas.

Perusahaan bertanggung jawab atas semua yang telah mereka terima dari lingkungan sosialnya dalam suatu laporan pertanggungjawaban sosial, lebih dari sekedar suatu kewajiban moral yang selama ini berlaku di masyarakat. Bentuk pertanggungjawaban dapat diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yaitu pada bagian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) (Ardila, 2019).

Corporate Social Responsibility sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan di sekitar wilayah aktivitas perusahaan itu berada. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR-disclosure*) merupakan sebuah informasi yang diungkapkan oleh manajemen, sebagai sinyal kepada *stakeholder* tentang aktifitas yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan

lingkungan (Devita, 2015).

Penerapan CSR secara perlahan tidak lagi dianggap sebagai cost melainkan sebagai investasi perusahaan. CSR menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif di mata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan (Nahda & Harjito, 2011).

Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas perusahaan juga mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, Perusahaan yang memiliki laba (profit) tinggi berarti mempunyai kemampuan untuk memenuhi pendanaan secara internal yang akan digunakan perusahaan untuk membiayai hutang atas kegiatan operasionalnya (Sartono, 2018).

Kegiatan CSR sendiri di Indonesia didasari oleh Undang-Undang No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang intinya menyatakan bahwa perusahaan yang melaksanakan kegiatan di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini menunjukkan keberpihakan pemerintah terhadap masyarakat luas. Dengan adanya Undang – Undang tersebut diharapkan CSR bukan hanya menjadi kesukarelaan perusahaan, tetapi menjadi kewajiban setiap perusahaan.

Atas dasar inilah, banyak perusahaan yang mulai mengembangkan CSR (*Corporate Social Responsibility*). CSR kini tidak hanya dipandang sekedar tanggung jawab saja, melainkan adalah suatu keharusan dan kewajiban bagi sebuah perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat menunjukkan rasa kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara luas daripada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja.

Untuk menciptakan pembangunan yang berkelanjutan, dalam operasinya perusahaan harus memperhatikan pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan. Oleh sebab itu, muncul kesadaran untuk mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis dengan pengembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Erni dalam Sutopoyudo (2009, hal.75) Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai *cost*, melainkan investasi perusahaan. Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang melaksanakan CSR akan mendapatkan respon positif dari para pelaku pasar.

Perusahaan pertambangan dipilih karena kegiatan bisnisnya yang bersentuhan langsung dengan pemanfaatan sumber daya alam yang mana berdampak langsung pada lingkungan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, salah satunya adalah bahan tambang. Tidak dapat dipungkiri lagi, industri pertambangan di Indonesia tetap menjadi primadona utama bagi para investor untuk berinvestasi di dalamnya.

Perusahaan pertambangan mengeksploitasi sumber daya alam, yang sangat mungkin melakukan kerusakan terhadap lingkungan apabila menangani kegiatan operasionalnya hanya mementingkan keuntungan. Sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa kegiatan pertambangan di Indonesia mengalami sejarah buruk.

Ini merupakan tugas bagi perusahaan untuk menghapus pemikiran negatif dari masyarakat, dengan cara menerapkan konsep CSR yang diharapkan agar dapat lebih meningkatkan nilai perusahaan dan kelangsungan hidup perusahaan dapat terus berlanjut.

Return on Assets (ROA) adalah rasio yang mengukur kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini berpengaruh positif terhadap harga saham, dimana semakin tinggi angka rasio ini maka menunjukkan semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam mendatangkan laba dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan dan akan diikuti dengan besarnya dividen yang akan diterima investor. Hal ini akan berpengaruh meningkatnya nilai harga saham perusahaan tersebut. Rasio ini merupakan rasio yang terpenting diantara rasio profitabilitas lainnya. Semakin besar rasio *Return on Assets* menunjukkan kinerja yang baik, dan akan ditunjukkan dengan tingkat pengembalian yang besar.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain total aktiva, nilai pasar saham, log size dan lain-lain ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Bendriani, 2019). Semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar.

Total Aktiva adalah total keseluruhan dari aktiva yang dimiliki perusahaan yang dihasilkan dari aktiva lancar dan aktiva tidak lancar. Dengan jumlah aset

yang tinggi maka kegiatan operasional perusahaan untuk menghasilkan laba juga akan optimal (Sinamo, 2015).

Berikut akan disajikan tabel dari data keuangan untuk perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Rasio CSR Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2018-2022

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	0,59	0,97	0,72	0,56	0,54	0,68
ARTI	0,80	0,77	0,84	0,80	0,75	0,79
ELSA	0,76	0,73	0,75	0,63	0,89	0,75
ENRG	0,63	0,66	0,61	0,61	0,57	0,62
INCO	0,97	0,43	0,80	0,76	0,63	0,72
MEDC	0,72	0,62	0,56	0,51	0,47	0,58
PSAB	0,56	0,76	0,72	0,56	0,56	0,63
RUIS	0,56	0,47	0,92	0,84	0,84	0,73
Rata-Rata	0,70	0,68	0,74	0,66	0,66	0,69

Sumber : www.idx.co.id

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari delapan perusahaan terdapat 5 perusahaan mengalami penurunan nilai CSR Kondisi ini akan mengakibatkan investor akan ragu dalam berinvestasi di perusahaan yang bersangkutan. Jika hal ini dibiarkan berlarut, maka pada gilirannya akan mempengaruhi kontinuitas operasional dan bisnis perusahaan hingga pada titik tertentu tidak tertutup kemungkinan perusahaan akan mengalami bangkrut. Keberhasilan suatu perusahaan dapat diukur melalui tingkat CSR yang diperoleh perusahaan itu sendiri karena tujuan utama dari perusahaan pada umumnya adalah untuk memperoleh laba bersih yang sebesar-besarnya dan pencapaian laba bersih merupakan faktor yang menentukan (Nurdizal & Rachman, 2019).

CSR bisa dilakukan secara optimal, jika penjualan mencapai hasil yang maksimal. Untuk itu profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan laba yang diperoleh dengan keseluruhan aktiva, karena setiap perusahaan pasti mempunyai harta (aktiva) untuk mendukung kegiatan usahanya, dimana aktiva tersebut dapat dibagi menjadi dua yaitu : aktiva lancar dan aktiva tetap. Aktiva lancar meliputi kas ditambah pos-pos lain yang seharusnya dapat diubah menjadi kas dalam waktu satu tahun, termasuk diantaranya kas dan setara kas, piutang usaha dan persediaan sedangkan aktiva tetap dibagi menjadi dua golongan yaitu aktiva tetap berwujud dan aktiva tetap tidak berwujud (Daft, 2019).

Berikut ini tabel ROA pada perusahaan Pertambangan periode 2018- 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 1-2
ROA Periode 2018-2022

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	0,59	15,19	1,87	3,52	4,75	1,88
ARTI	0,81	3,62	4,21	1,70	0,64	2,20
ELSA	0,76	3,16	5,55	9,85	8,62	5,59
ENRG	1,00	1,33	7,48	0,80	3,98	1,33
INCO	0,97	2,89	1,69	7,38	2,21	3,03
MEDC	0,72	3,87	18,88	0,71	0,63	4,96
PSAB	0,56	0,43	3,60	13,10	15,30	0,25
RUIS	0,56	2,16	0,33	2,46	2,32	1,57
Total	0,75	3,97	4,55	0,79	2,62	2,54

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2024)

Dilihat dari data yang berhubungan dengan total aktiva dapat diketahui bahwa pada periode 2018-2023 total aktiva dari perusahaan Pertambangan yang mengalami penurunan ada 7 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, satu perusahaan mengalami kenaikan dan tujuh perusahaan mengalami penurunan. Kondisi ini menunjukkan bahwa besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan

seharusnya dapat memberikan kontribusi yang tinggi pada peningkatan laba. Namun, hal ini tidak sesuai dengan kondisi yang terjadi, sehingga dapat disimpulkan bahwa peningkatan aktiva tidak mampu memberikan kontribusi pada peningkatan laba.

Dalam hal perolehan aktiva perusahaan sudah dapat dikatakan bagus, karena harta yang dimiliki dapat ditingkatkan. Namun harta yang meningkat juga tidak menjamin laba ikut meningkat karena jika perputaran dari harta tersebut meningkat tetapi tidak diikuti dengan peningkatan pada laba maka akan mengakibatkan laba suatu perusahaan menurun, tujuan jangka pendek perusahaan tidak tercapai, aktivitas perusahaan menjadi terganggu dan tujuan jangka panjang

Berikut ini tabel *Firm Size* pada beberapa perusahaan Pertambangan periode 2018-2022 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.3
***Firm Size* Periode 2018-2022**

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85
ARTI	0.95	0.95	0.87	0.79	0.85	0.88
ELSA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.01	1.00
ENRG	0.88	0.88	0.90	0.88	0.89	0.89
INCO	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
MEDC	1.13	1.14	1.14	1.14	1.14	1.14
PSAB	1.13	1.11	1.11	1.11	1.11	1.11
RUIS	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
Rata-rata	1.02	1.02	1.01	1.00	1.01	1,01

Berdasarkan rata-rata *Firm Size* perusahaan pertambangan pada periode 2018-2022 pada tahun 2018 sampai dengan 2019 berada pada 1,02 sedangkan pada tahun 2020 menurun menjadi 1,01 dan kembali menurun pada tahun 2021 sedangkan pada tahun 2022 kembali meningkat menjadi 1,01. Penurunan *Firm*

Size perusahaan pertambangan di Indonesia pada tahun 2019-2020 berdampak pada berbagai aspek, baik bagi perusahaan itu sendiri maupun bagi perekonomian secara keseluruhan. Salah satu dampak yang paling signifikan adalah pada kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi dan pengembangan usaha. Dengan ukuran perusahaan yang lebih kecil, perusahaan pertambangan memiliki keterbatasan dalam hal permodalan dan akses pendanaan. Hal ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk melakukan investasi dalam pengembangan teknologi, eksplorasi, dan diversifikasi usaha. Akibatnya, perusahaan menjadi kurang kompetitif dan sulit untuk bertahan dalam jangka panjang

Berikut ini tabel *Price Book Value* pada beberapa perusahaan Pertambangan periode 2018-2022 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.4
PBV Periode 2018-2022

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	1,56	0,95	0,81	0,84	0,41	0,91
ARTI	1,66	0,48	0,31	0,17	0,78	0,68
ELSA	0,28	0,62	1,05	2,04	0,68	0,93
ENRG	0,50	0,29	0,39	0,27	0,48	0,39
INCO	1,40	1,25	1,60	0,64	1,12	1,20
MEDC	1,04	0,67	0,64	0,64	0,71	0,74
PSAB	5,21	1,37	0,57	0,85	0,82	1,76
RUIS	0,80	0,05	0,56	0,59	0,53	0,51
Total	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,89
Rata-rata	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,91

Sumber : www.idx.co.id

Dari tabel diatas terlihat data PBV yang menunjukkan, bahwa pada periode 2018-2022 nilai PBV terdapat 5 perusahaan pertambangan yang mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan peningkatan harga saham perusahaan

tidak diikuti dengan peningkatan nilai buku saham. Seharusnya peningkatan harga saham apabila dapat diubah menjadi nilai buku saham akan mampu menjamin harga sahamnya. Maka perusahaan dapat dikatakan likuid namun kenyataannya hal itu tidak dapat meningkatkan nilai PBV. Karena peningkatan PBV dapat dicapai apabila terjadi penurunan hutang yang ditanggung oleh perusahaan disebabkan tingkat kas yang lebih rendah akan mengurangi jumlah penyebut nilai PBV.

Berdasarkan dari uraian diatas sangat penting dalam pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan CSR maka penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas fenomena bisnis dan inkonsistensi hasil penelitian terdahulu maka terdapat permasalahan pengaruh CSR dan ROA serta *Firm Size* terhadap nilai perusahaan oleh karena itu penulis ingin membuktikan secara empiris pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset*, dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek

Indonesia Tahun 2018-2022 ?

2. Apakah *Return on Asset* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?
3. Apakah *Firm Size* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?
4. Apakah *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset* dan *Firm Size* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat dibuat tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Return on Asset* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Firm Size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.
4. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset* dan *Firm Size* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada

perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik bagi peneliti. Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman mengenai kondisi CSR, ROA, *Firm Size* dan nilai perusahaan.

2. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

3. Manfaat Bagi Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan dan tambahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Nilai Perusahaan

2.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan, nilai perusahaan yang digunakan sebagai pengukur keberhasilan suatu perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham. Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Harjito, & Martono, 2019).

Nilai perusahaan adalah gambaran mengenai kondisi perusahaan. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki, tercermin dalam harga saham perusahaan. Menurut (Sartono, 2018) nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai berikut: “Tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang *present value* semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat.”

Nilai perusahaan yang meningkat akan mempengaruhi nilai pemegang saham apabila peningkatan ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Menurut (Brigham, 2016) “Nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi”

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki. Menurut (Fahmi, 2018): “Nilai perusahaan adalah memberikan informasi seberapa besar masyarakat menghargai perusahaan, sehingga mereka mau membeli saham perusahaan dengan harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai buku saham”.

Memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga saham dan itu juga yang diinginkan pemilik perusahaan karena nilai perusahaan yang tinggi mengindikasikan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Menurut (Husnan, 2015) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan.

Nilai perusahaan adalah sebuah nilai untuk mengukur tingkat kualitas perusahaan dan sebuah nilai yang menerangkan seberapa besar tingkat kepentingan dalam sebuah perusahaan. Sedangkan menurut (Sjahrial, 2016) bahwa: “Secara normatif tujuan keputusan keuangan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin besar kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal, harga saham yang diperjualbeliakan dibursa merupakan indikator nilai perusahaan.

2.1.2 Tujuan Memaksimalkan Nilai Perusahaan

Menurut (Sudana, 2015) teori-teori dibidang keuangan memiliki satu fokus, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan (*wealth of the shareholders*). Tujuan normatif ini dapat diwujudkan dengan memaksimalkan nilai pasar perusahaan (*market value of firm*). Bagi perusahaan yang sudah *go public*, memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena:

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dimasa yang akan datang atau berorientasi jangka panjang
2. Mempertimbangkan faktor risiko
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas dari pada sekedar laba menurut pengertian akuntansi
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial

2.1.3 Metode Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. (Sutrisno, 2019) mendefinisikan rasio penilaian adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (investor) atau pada para pemegang saham.

Dalam hal ini peneliti menggunakan *Price to book value* dalam menentukan nilai perusahaan. Karena *Price to book value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu

perusahaan. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya memiliki rasio *price to book value* diatas satu, yang mencerminkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. *Price to book value* yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham, dimana kemakmuran bagi pemegang saham merupakan tujuan utama dari perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Rasio ini memberikan pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang. Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut (Fahmi, 2018) adalah sebagai berikut:

1. *Earning per share* (EPS)
2. *Price earning ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba
3. *Price Book Value* (PBV)

Adapun penjelasan dari rasio penilaian ini adalah sebagai berikut :

1) *Earning per share* (EPS)

Investor tentu mengharapkan perusahaan besar yang sudah mapan akan menghasilkan *earning* positif atau keuntungan. Jika *earning* per kwartal naik maka harga saham perusahaan tersebut juga akan naik, dan sebaliknya. Penilaian *earning* selalu berupa perbandingan dengan data sebelumnya dalam suatu periode tertentu (misalnya per kwartal). Jadi jika sebuah perusahaan penerbit saham mengalami kerugian pada kwartal tertentu belum tentu harga sahamnya akan turun jika nilai kerugiannya lebih kecil dibandingkan kwartal sebelumnya.

Sebuah perusahaan yang mengalami kerugian selama beberapa tahun belum tentu harga sahamnya akan anjlok jika investor yakin akan prospek keuntungan yang akan diperoleh perusahaan tersebut di waktu yang akan datang. Jadi disamping *earning* saat ini (*actual earning*) ada juga *earning* yang diharapkan (*expectation earning*). Ada perusahaan yang *earning*-nya bagus tetapi harga sahamnya merosot karena *expectation earning*-nya tidak menjanjikan. *Earning* menunjukkan pertumbuhan suatu perusahaan. Selain harga sahamnya yang naik, *earning* yang positif juga memungkinkan investor memperoleh deviden atau pembagian keuntungan perusahaan setelah harga sahamnya mencapai level tertentu. *Earning Per share* (EPS) adalah keuntungan per lembar saham.

Menurut (Kasmir, 2015) mendefinisikan *Earning Per share* (EPS) sebagai berikut : “*Earning per share* adalah kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan yang diperoleh kepada pemegang sahamnya. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mendistribusikan pendapatan kepada pemegang sahamnya, mencerminkan semakin besar keberhasilan usaha yang dilakukannya.

Menurut (Fahmi, 2018) mendefinisikan *earning per share* sebagai berikut : “Bentuk pemberian keuntungan yang diberikan kepada para pemegang saham dari setiap lembar saham yang dimiliki”. Adapun faktor – faktor yang dapat mempengaruhi *Earning Per share* adalah :

1) Penggunaan hutang

Menurut (Brigham & Houston, 2010) menyatakan bahwa

“Perubahan dalam penggunaan hutang akan mengakibatkan perubahan laba per lembar saham (EPS) dan karena itu, juga mengakibatkan perubahan harga saham”. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa dalam perubahan penggunaan hutang, merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat besaran EPS.

2) Laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT)

Dalam memilih alternatif sumber dananya tersebut, perlu diketahui pada tingkat profit sebelum bunga dan pajak ($EBIT = \text{Earning Before Interest and Tax}$) apabila dibelanjai dengan modal sendiri atau hutang menghasilkan EPS yang sama.

Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa laba bersih sebelum bunga dan pajak (EBIT) merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya laba per lembar saham. Adapun penyebab kenaikan dan penurunan *earning per share*. Menurut (Brigham & Houston, 2010) faktor-faktor penyebab kenaikan dan penurunan *Earning Per share* (EPS) adalah:

- 1) Laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar tetap.
- 2) Laba bersih tetap dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
- 3) Laba bersih naik dan jumlah lembar saham biasa yang beredar turun.
- 4) Persentase kenaikan laba bersih lebih besar dari pada persentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar.
- 5) Persentase penurunan jumlah lembar saham biasa yang beredar lebih besar dari pada persentase penurunan laba bersih.

Jadi bagi suatu perusahaan, nilai laba per saham akan

meningkat apabila persentase kenaikan laba bersihnya lebih besar dari pada persentase kenaikan jumlah lembar saham biasa yang beredar, begitu pula sebaliknya. Menurut (Fahmi, 2014) *Earning Per share* dapat diukur melalui :

$$EPS = \frac{EAT}{JSB}$$

(Fahmi, 2018)

Keterangan :

EPS = *Earning Per share*.

EAT = *Earning After Tax* atau pendapatan setelah laba.

JSB = Jumlah saham yang beredar.

2) *Price earning ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba

Price earning ratio (rasio harga terhadap laba) adalah perbandingan antara *market price per share* (harga pasar per lembar saham) dengan *earning per share* (laba per lembar saham). Perusahaan dengan peluang tingkat pertumbuhan tinggi biasanya mempunyai *price earning ratio* yang tinggi pula, dan hal ini menunjukkan bahwa pasar mengharapkan pertumbuhan laba di masa mendatang.

Sebaliknya perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang rendah cenderung mempunyai *price earning ratio* yang rendah pula. Semakin rendah *price earning ratio* suatu saham maka semakin baik atau murah harganya untuk diinvestasikan. *Price earning ratio* menjadi rendah nilainya bisa karena harga saham cenderung semakin turun atau karena meningkatnya laba bersih perusahaan. Jadi semakin kecil nilai *price earning ratio* maka semakin murah saham tersebut untuk dibeli dan

semakin baik pula kinerja per lembar saham dalam menghasilkan laba bagi perusahaan. Semakin baik kinerja per lembar saham akan mempengaruhi banyak investor untuk membeli saham tersebut.

Menurut (Tandelilin, 2014) pengertian *price earning ratio* yaitu: “Rasio atau perbandingan antara harga saham terhadap *earning* perusahaan. Investor akan menghitung berapa kali nilai *earning* yang tercermin dalam harga suatu saham.”

Menurut (Reeve, 2014) Pengertian *Price earning ratio* sebagai berikut : “*Price earning ratio* adalah rasio yang merupakan indikator bagi prospek pendapatan perusahaan di masa mendatang yang dihitung dengan cara membagi harga pasar per lembar saham biasa pada tanggal tertentu dengan laba per saham tahunan”.

Menurut (Sudana, 2015) Pengertian *Price earning ratio* sebagai berikut: “*Price earning ratio* adalah rasio yang mengukur tentang bagaimana investor menilai prospek pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, dan tercermin pada harga saham yang bersedia dibayar oleh investor untuk setiap rupiah laba yang diperoleh perusahaan”.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *Price earning ratio*. Menurut pernyataan yang dikemukakan oleh (Husnan & Pudjiastuti, 2012) faktor faktor yang mempengaruhi *Price earning ratio* adalah sebagai berikut:

1. Tingkat pertumbuhan laba Semakin tinggi pertumbuhan laba (deviden) maka semakin tinggi pula PER apabila faktor-faktor lainnya sama .

2. *Dividend Payout Ratio* merupakan perbandingan antara *Dividend Per share* dan *Earning Per share*. Apabila faktor –faktor lain diasumsikan konstan, maka meningkatnya *Dividend Payout Ratio* akan meningkatkan *Price earning ratio*.
3. Deviasi Tingkat Pertumbuhan Investor dapat mempertimbangkan Rasio tersebut guna memilah-milah saham, mana yang nantinya dapat memberikan keuntungan yang besar dimasa yang akan datang, perusahaan dengan kemungkinan pertumbuhan yang tinggi (*High Growth*) biasanya mempunyai *Price earning ratio* yang besar.”

Menurut (Fahmi, 2014) *Price earning ratio* dapat diukur melalui :

$$PER = \frac{MPS}{EPS}$$

(Fahmi, 2014)

Keterangan :

PER = *Price earning ratio*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga pasar per saham

EPS = *Earning Per share* atau Laba Per saham

3) *Price Book Value (PBV)*

Price to Book Value (PBV). *Price to Book Value (PBV)* merupakan perhitungan atau perbandingan antara *market value* dengan *book value* dari suatu saham. Rasio ini berfungsi untuk melengkapi analisis *book value*. Jika pada analisis *book value*, investor hanya dapat mengetahui kapasitas per lembar dari nilai saham, pada rasio PBV investor juga dapat mengetahui langsung sudah berapa kali

market value suatu saham dihargai dari *book valuenya*.

Menurut (Margaretha, 2018) *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut: “*Price Book Value* menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan”. Sedangkan (Fahmi, 2018) *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut: “*Price Book Value* (PBV) merupakan rasio untuk mengukur seberapa besar harga saham yang ada dipasar dibandingkan dengan nilai buku sahamnya”.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{MPS}{BP}$$

(Fahmi, 2018)

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Per share* atau Harga Pasar per saham

BPS = *Book Price per share* atau nilai buku per saham

2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun

masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2014).

Menurut (Suharto, 2020) mengemukakan pendapatnya mengenai definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional.

Menurut (Ardianto, E., & Machfudz, 2019) yang mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*. merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Menurut (Wahyudi, I., & Azheri, 2020) berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan para *stakeholder* dan lingkungan

dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.

Dari definisi maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan tetap mengedepankan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan.

2.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Suatu perusahaan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR), harus memberikan perhatian kepada tiga (tiga) hal yaitu laba, lingkungan dan masyarakat. Laba perusahaan, dapat memberikan deviden bagi pemegang saham dengan mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang semakin sarat kompetisi. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Menurut (Susanto, 2020) Terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) khususnya dilihat dari sisi perusahaan yaitu:

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas yang diterima perusahaan
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak

buruk yang diakibatkan suatu krisis

3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya,
4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholder-nya. Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset Roper *Search World wide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

Sementara itu, menurut (Mursitama, 2018) manfaat eksternal dan internal yang dapat diperoleh perusahaan dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut adalah:

1. Manfaat internal
 - a. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan hukum yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang baik kepada pihak eksternal atau pemangku kepentingan eksternal.
 - b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk differensiasi produk yang baik, artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan

merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Sangat diperlukan kesesuaian antara berbagai aktifitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Karakteristik ini mempunyai ekspektasi dari para pemangku kepentingan tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertindak.

- c. Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan membuka kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara publik merupakan instrument untuk komunikasi yang baik dengan khalayak. Pada gilirannya semua akan membantu menciptakan reputasi image perusahaan yang lebih baik.
- d. Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan akan dapat terwujud paling tidak dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (rewards) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaring pengaman” atau safety nets bagi perusahaan (Mursitama, 2011).

2. Manfaat eksternal

- a. Pengembangan aktifitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Aktifitas tersebut butuh praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung jawab sosial.
- b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan pemasok berjalan dengan baik.

- c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
- d. Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah *go public*, menjadi lebih baik.

2.2.3 Teori Perlakuan Akuntansi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang memiliki manfaat ekonomik yang cukup di masa datang, perlakuan akuntansinya adalah sebagai pengeluaran investasi (aset) dan harus diamortisasi selama taksiran umur manfaat ekonomisnya. Menurut (Lako, 2011) Biaya-biaya tersebut dilaporkan di neraca dalam kelompok investasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan untuk biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tidak atau kurang memiliki potensi manfaat ekonomik yang cukup pasti di masa depan, perlakuan akuntansinya adalah sebagai pengeluaran beban atau kerugian dan dilaporkan dalam laporan laba-rugi pada kelompok biaya operasional atau biaya kontinjen.

Menurut (Hadi, 2014) Dilihat dari kemanfaatan biaya sosial terdapat kemanfaatan jangka pendek dan jangka panjang serta terdapat pengakuan yang memiliki potensi ekonomi di masa depan, maka biaya tanggungjawab dikategorikan *current expenditure* dan *capital expenditure*. Menurut ISAK 3 menyatakan bahwa apabila biaya tanggungjawab sosial tidak bisa dikaitkan dengan perolehan suatu aktiva, maka biaya tersebut harus dibebankan pada saat terjadinya dengan menggunakan dasar akrual. Pengeluaran *current expenditure* termasuk pada jenis biaya ini. Perlakuan biaya sosial tidak dibebankan pada saat dibayar, melainkan pada saat terdapat kewajiban

konstruktif atau legal pada Perseroan, yang muncul ketika pada saat keputusan RUPS atau Direksi menetapkan besarnya biaya sosial dan lingkungan. Pengeluaran jangka panjang (*capital expenditure*) dan pengeluarannya yang terkait dengan perolehan aktiva tetap baik berwujud maupun tidak berwujud, Perseroan wajib melakukan kapitalisasi dan mencatatnya sebagai beban harga perolehan aktiva tetap.

2.2.4 Alasan Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat 3 (tiga) alasan penting mengapa suatu perusahaan harus melaksanakan (CSR). Hal ini, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif antara lain:

1. Pertama, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul keresahan pada masyarakat.
2. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Tujuannya adalah untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi

hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.

3. Ketiga, kegiatan (CSR) merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan (Wibisono, 2018).

2.2.5 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Hadi, 2014) mengurai prinsip-prinsip (CSR) menjadi 3 (tiga) yaitu :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktifitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.2.6 Tahap-tahap Mengelola *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Wibisono, 2010) Umumnya perusahaan yang menerapkan CSR menggunakan 4 (empat) tahap, yaitu tahap perencanaan, tahap implementasi, tahap evaluasi dan tahap pelaporan.

1. Tahap perencanaan

Gagal merencanakan sama artinya dengan merencanakan untuk gagal.

Istilah ini rasanya tepat untuk menggambarkan pentingnya sebuah perencanaan. Perencanaan terdiri atas tiga langkah yaitu:

a. *Awareness bulding*

Merupakan langka awal untuk membangun kesadaran arti pentingnya (CSR) dan komitmen manajemen. Upaya ini dapat dilakukan antara lain melalui seminar, lokakarya, Diskusi kelompok dan lain-lain.

b. *Assesement (CSR)*

Merupakan upaya untuk memetakan kondisi perusahaan dan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu mendapatkan prioritas, perhatian dan langkah-langkah yang tepat untuk membangun struktur perusahaan yang kondusif bagi penerapan (CSR) secara efektif.

c. *manual building (CSR)*

Merupakan pedoman implementasi dari hasil assesment yang telah dilakukan. Upaya yang harus dilakukan antara lain melalui benchmarking (mempelajari program (CSR) dari perusahaan lain yang dinilai lebih sukses dalam implementasi program ini), menggali dari referensi atau bagi perusahaan yang inginnginkan langkah instan, penyusunan manual ini dapat dilakukan dengan meminta bantuan tenaga ahli independen dari luar perusahaan..

2. Tahap implementasi

Tahapan implementasi terdiri dari 3 (tiga) langkah utama yaitu:

a. Sosialisasi

Sosialisasi diperlukan untuk memperkenalkan kepada komponen perusahaan mengenai berbagai aspek yang terkait

dengan implementasi (CSR) khususnya mengenai pedoman penerapan (CSR) dengan tujuan untuk mendapatkan dukungan penuh seluruh komponen perusahaan.

b. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan pada dasarnya harus sejalan dengan pedoman (CSR) yang ada, berdasarkan roadmap yang telah disusun.

c. Internalisasi

Internalisasi adalah tahap jangka panjang mencakup upaya-upaya untuk memperkenalkan (CSR) di dalam seluruh proses bisnis perusahaan seperti melalui sistem manajemen kinerja.

3. Tahap evaluasi

Setelah program (CSR) diimplementasikan, langkah berikutnya adalah evaluasi program. Tahap evaluasi adalah tahap yang perlu dilakukan secara konsisten dari waktu ke waktu untuk mengukur sejauh mana efektifitas penerapan (CSR). Evaluasi bukan tindakan untuk mencari- cari kesalahan atau mencari kambing hitam. Evaluasi justru dilakukan untuk pengambilan keputusan. Misalnya, keputusan untuk menghentikan, melanjutkan atau memperbaiki dan mengembangkan aspek-aspek tertentu dari program yang telah diimplementasikan.

1) Pelaporan

Pelaporan diperlukan dalam rangka membangun sistem informasi baik untuk proses pengambilan keputusan maupun keperluan keterbukaan informasi material dan relevan mengenai perusahaan.

Selain berfungsi untuk keperluan *shareholder* juga untuk *stakeholder* lainnya yang memerlukan informasi tersebut. Perusahaan bebas menentukan bentuk atau format reporting yang dibuatnya karena memang standar baku yang ditentukan.

2.2.7 Faktor-Faktor Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Rusdianto, 2017) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
- d. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
- e. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
- f. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
- g. Untuk mengukur kelompok stakeholder yang mempunyai pengaruh yang kuat.
- h. Untuk mematuhi persyaratan industri tertentu.
- i. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

2.2.8 Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Implementasi (CSR) yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil resiko serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktifitas-aktifitas yang

berkaitan dengan pelanggan, karyawan, komunitas dan lingkungan sekitar, merupakan titik awal yang baik menuju (CSR) yang lebih luas. Pelaksanaan (CSR) dapat dilaksanakan menurut prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRDI_j : *Corporate Social Responsibility disclosure index* perusahaan j

N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j 78

X_{ij} : 1 jika item yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan dan 0 jika item yang diungkapkan tidak ada

2.3 Return On Asset (ROA)

2.3.1 Pengertian Return On Asset (ROA)

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Menurut (Kasmir, 2015) “*Return On Investment* (ROI) atau *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan.” *Return On Asset* (ROA) merupakan rasio antara laba bersih dengan keseluruhan aktiva untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih yang

diperoleh perusahaan diukur dari nilai aktivasnya. Analisis *Return On Asset* (ROA) atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi, mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba.

Menurut (Syamsuddin, 2013) “*Return On Asset* adalah merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan”.

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh keuntungan atau laba yang maksimal, disamping hal-hal yang lainnya, dengan memperoleh laba yang maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan dapat berbuat banyak bagi kesejahteraan perusahaan, pemilik ataupun karyawan serta meningkatkan mutu produksi dan menjalankan investasi baru. Oleh karena itu manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Lebih lanjut menurut (Riyanto, 2015) menjelaskan, “Rentabilitas ekonomi ialah perbandingan antara laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang dipergunakan untuk menghasilkan laba tersebut, dan dinyatakan dengan prosentase”. Manajemen perusahaan dalam praktiknya dituntut untuk mampu memenuhi target yang telah ditetapkan. Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan digunakan rasio keuntungan atau rasio profitabilitas.

Menurut (Brigham, 2016) “Rasio laba bersih terhadap total aktiva

mengukur pengembalian atas total aktiva (ROA) setelah bunga dan pajak. *Return On Asset* (ROA) menunjukkan kembalian atau laba perusahaan yang dihasilkan dari aktifitas perusahaan yang digunakan untuk menjalankan perusahaan. Semakin besar rasio ini maka profitabilitas perusahaan akan semakin baik.

Menurut (Martono, 2015) “ROA mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aktiva yang tersedia; daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan.

Dari beberapa teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa *Return On Asset* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang menunjukkan laba perusahaan dan digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi ROA

Return On Asses (ROA) yang positif menunjukan bahwa dari total aktiva yang dipergunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan. Sebaliknya jika ROA negatif menunjukan toal aktiva yang dipergunakan tidak memberikan keuntungan/rugi. *Return On Asset* (ROA), tergantung pada sejumlah faktor, dalam kemampuan manajerial yang ada dalam perusahaan.

Menurut (Munawir, 2014) “ROA dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berhubungan dengan penjualan, yaitu : margin laba dan perputaran aktiva. Hal ini disebabkan karna penjualan penting bagi laba, margin laba mengukur keuntungan perusahaan terhadap penjualan, perputaran aktiva

mengukur efektifitas perusahaan untuk menghasilkan penjualan.”

Dari faktor-faktor yang telah disebutkan diatas, ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi *Return On Asset* (ROA). Menurut Kasmir (2008, hal.89), ”Faktor- faktor yang mempengaruhi profitabilitas *Return On Asset* (ROA) antara lain, adalah :

1) Margin Laba Bersih

Margin laba bersih adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penjualan yang dilakukan. Rasio ini menunjukkan seberapa besar persentase laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan. Semakin tinggi margin laba bersih, semakin baik kinerja keuangan perusahaan karena menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengendalikan biaya-biaya dan menghasilkan laba yang optimal.

2) Perputaran Total Aktiva

Perputaran total aktiva adalah rasio yang mengukur efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk menghasilkan penjualan. Rasio ini menunjukkan seberapa efisien perusahaan dalam mengelola aset-asetnya untuk menghasilkan penjualan. Semakin tinggi perputaran total aktiva, semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan aset-asetnya.

3) Laba Bersih

Laba bersih adalah jumlah laba yang diperoleh perusahaan setelah dikurangi dengan beban-beban yang terjadi selama periode tertentu. Laba bersih merupakan indikator penting dalam menilai kinerja keuangan

perusahaan karena menunjukkan seberapa efektif perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasionalnya.

4) Penjualan

Penjualan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai kinerja perusahaan. Penjualan yang tinggi dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya secara efektif.

5) Total Aktiva

Total aktiva merupakan jumlah seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. bisnis, serta pengelolaan aset yang efisien.

6) Aktiva Tetap

Aktiva tetap merupakan aset berwujud yang dimiliki perusahaan dan digunakan dalam kegiatan operasional perusahaan dalam jangka panjang.

7) Aktiva Lancar

Aktiva lancar merupakan aset yang dapat dikonversi menjadi kas dalam jangka waktu satu tahun atau kurang.

8) Total Biaya

Total biaya merupakan jumlah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya.

Aktiva lancar atau yang sering disebut dengan modal kerja terdiri atas kas, surat berharga, piutang dagang dan persediaan. Sedangkan biaya-biaya terdiri atas harga pokok penjualan, biaya operasi, biaya bunga dan pajak penghasilan. Menurut kutipan dari (Brigham, 2016)“Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) menunjukkan pengaruh gabungan dari likuiditas,

manajemen aktiva dan utang terhadap hasil operasi.”

Return On Assets (ROA) dapat membantu perusahaan yang telah menjalankan praktik akuntansi dengan baik untuk dapat mengukur efisiensi penggunaan modal yang menyeluruh, yang sensitif terhadap setiap hal yang mempengaruhi keadaan keuangan perusahaan sehingga dapat diketahui posisi perusahaan terhadap industri. Hal ini merupakan salah satu langkah dalam perencanaan strategi

Return On Assets (ROA) dipengaruhi oleh banyak factor. Menurut (Simorangkir, 2012) aspek-aspek yang perlu diperhatikan agar dapat memaksimalkan *Return On Assets (ROA)* adalah *balance sheet management*, *operating management*, dan *financial management*. Ketiga aspek tersebut mengarah pada efisiensi alokasi penggunaan modal dalam bentuk aktiva serta menekan *cost money*.

Analisis *Return On assets* atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian diproyeksikan ke masa mendatang untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa- masa mendatang.

Menurut (Munawir, 2014) Alat yang digunakan untuk menilai kondisi keuangan dan kinerja dari perusahaan adalah rasio keuangan. Jika digabungkan, dan dengan berjalannya waktu, data ini menawarkan pandangan yang sangat berharga mengenai kesehatan perusahaan, kondisi keuangan dan profitabilitasnya.

Dengan demikian *Return On Assets* juga dipengaruhi faktor-faktor *cash turn over* dan *current ratio* termasuk rasio likuiditas, manajemen aktiva, *debts ratio* termasuk manajemen hutang. Begitu juga *return on assets* termasuk rasio profitabilitas yang berguna untuk mengukur tingkat keuntungan perusahaan.

2.3.3 Manfaat *Return On Asset* (ROA)

Untuk memperoleh laba dalam pengembalian atas aset yang ada pada perusahaan, perusahaan harus memperhatikan kegunaan dan kelemahan dalam *return on asset* agar perusahaan dapat memaksimalkan laba yang diperoleh selama periode berlangsung.

Menurut Munawir (Munawir, 2014) kegunaannya yaitu :”

1. Sebagai salah satu kegunaan yang prinsipil ialah sifatnya yang menyeluruh.
2. Apabila perusahaan dapat mempunyai data industri sehingga dapat diperoleh rasio industri.
3. Analisa *Return On Assets* (ROA)-pun dapat digunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh divisi/bagian.
4. Analisa *Return On Assets* (ROA) juga dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produk yang dihasilkan perusahaan.
5. *Return On Assets* (ROA) selain berguna untuk keperluan kontrol juga berguna untuk kepentingan perencanaan.

Sedangkan kelemahan yaitu :

1. Salah satu kelemahan yang prinsipil ialah kesukarannya dalam membandingkan *rate of return* suatu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis.
2. Dari tehnik analisa adalah terletak pada adanya fluktuasi nilai dari uang (daya belinya).
3. Dengan menggunakan analisa *rate of return* atau *return on investment* saja tidak akan dapat digunakan untuk mengadakan perbandingan antara dua perusahaan atau lebih.”

Peranan *Return On Asset* dalam meningkatkan laba Rasio *Return On Asset* digunakan untuk mengukur manajemen perusahaan dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar *Return On Assets* (ROA) yang diperoleh, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai oleh perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan asset

Wild, Subramanyam, dan Halsey (2007, hal.65) Kelebihan *Return on Assets* diantaranya sebagai berikut:

1. *Return On Assets* (ROA) mudah dihitung dan dipahami.
2. Merupakan alat pengukur prestasi manajemen yang sensitif
3. terhadap setiap pengaruh keadaan keuangan perusahaan.
4. Manajemen menitikberatkan perhatiannya pada perolehan laba
5. yang maksimal.
6. Sebagai tolok ukur prestasi manajemen dalam memanfaatkan
7. assets yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba.
8. Mendorong tercapainya tujuan perusahaan.

9. Sebagai alat mengevaluasi atas penerapan kebijakan -kebijakan manajemen.

Setiap perusahaan harus dapat mengelola aktiva secara efektif agar aktiva yang dimiliki tersebut dapat memberikan hasil yang optimal karena *Return On Asset* merupakan salah satu indikator penting untuk menilai prospek perusahaan di masa mendatang.

Disamping itu, manfaat *Return On Asset* (ROA) menurut (Hery, 2017) adalah :

1. Perhatian manajemen dititik beratkan pada maksimalisasi laba atas modal yang diinvestasikan.
2. *Return On Assets* (ROA) dapat dipergunakan untuk mengukur efisiensi tindakan-tindakan yang dilakukan oleh setiap divisinya dan pemanfaatan akuntansi divisinya. Selanjutnya dengan ROA akan menyajikan perbandingan berbagai macam prestasi antar divisi secara obyektif. *Return On Assets* (ROA) akan mendorong divisi untuk menggunakan dalam memperoleh aktiva yang diperkirakan dapat meningkatkan *Return On Assets* (ROA) tersebut.
3. Analisa *Return On Assets* (ROA) dapat juga digunakan untuk mengukur profitabilitas dari masing-masing produksi yang dihasilkan oleh perusahaan.

Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang terpenting di antara rasio profitabilitas yang ada. Peningkatan kemampuan untuk menghasilkan laba perusahaan akan dicapai jika terjadi peningkatan dalam laba bersih dan total aktiva.

Sedangkan kelemahan *Return On Asset* (ROA) menurut Halim dan Supomo (2008, hal.60) adalah:

1. *Return On Assets* (ROA) lebih menitikberatkan pada maksimasi pada rasio laba dibandingkan jumlah absolut laba.
2. Manajer divisi enggan menambah investasi yang menghasilkan *Return On Assets* (ROA) rendah dalam jangka panjang.
3. Manajer divisi mungkin mengambil investasi yang menguntungkan divisinya dalam jangka pendek tetapi dalam jangka panjang bertentangan dengan keputusan perusahaan.
4. Kurang mendorong divisi untuk menambah investasi, jika *Return On Assets* (ROA) yang diharapkan untuk divisi itu terlalu tinggi.”

Menurut Darsono (2008, hal.56) *Return on asset* disebut juga *earning power* menurut system Du pont. Rasio ini menggambarkan kemampuan perusahaan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap satu rupiah asset yang digunakan. Dengan mengetahui rasio ini, kita bisa menilai apakah perusahaan ini efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva untuk memperoleh pendapatan.

2.3.4 Pengukuran *Return On Assets*

Return On Assets (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return On Assets* (ROA) merupakan rasio yang terpenting diantara rasio profitabilitas yang

ada. *Return On Assets* (ROA) atau yang sering disebut *Return On Investment* (ROI) diperoleh dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva. Secara sistematis *Return On Assets* (ROA) dapat dirumuskan sebagai berikut :

Menurut (Kasmir, 2018) *Return On Asset* (ROA)/*Return On Investment* (ROI) dapat diukur dengan rumus :

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

2.4 Firm Size

2.4.1 Pengertian Firm Size

Menurut (Gitosudarmo, 2012) mengatakan *Firm Size* atau ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Menurut (Riyanto, 2015) “Ukuran perusahaan (*Firm Size*) merupakan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan pada total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan total aktiva.” Menurut (Brigham, 2016) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah: “Rata-rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya *variable* dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil daripada biaya *variable* dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.”

Menurut (Sawir, 2018) Ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda yaitu: “Pertama ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat. Jika penerbitan sekuritas dapat dilakukan, sekuritas perusahaan kecil mungkin kurang dapat dipasarkan sehingga membutuhkan penentuan harga sedemikian rupa agar investor mendapatkan hasil yang memberikan *return* lebih tinggi secara signifikan.

Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar menawar dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil, semakin besar kemungkinan pembuatan kontrak standar hutang.

Ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen. Menurut *Financial Accounting Standard Board* (FASB) yang

dikutip oleh (Yulistia Rika & Iramani, 2018) terdapat beberapa perbedaan antara perusahaan kecil dan besar, perbedaannya adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Kecil Perusahaan kecil adalah suatu perusahaan yang operasinya relatif kecil, biasanya dengan total pendapatan kurang dari \$ 5 juta. Biasanya perusahaan ini;
 - (a) dikelola oleh pemilik,
 - (b) dan jika ada yang memiliki hanya sedikit pemilik yang lain,
 - (c) seluruh pemiliknya ikut terlibat secara aktif dalam pelaksanaan urusan-urusan perusahaan, kecuali mungkin bagi beberapa anggota keluarga tertentu,
 - (d) memiliki struktur modal yang sederhana didalam perusahaan kecil
 - (e) jarang terjadi perpindahan kepemilikan.
2. Perusahaan Besar Perusahaan besar diidentifikasi dengan perusahaan publik yaitu suatu perusahaan yang;
 - (a) sahamnya diperdagangkan di pasar publik atau bursa saham atau pasar over the counter atau perusahaan,
 - (b) diwajibkan untuk memberikan laporan keuangannya kepada *Securities and Exchange Commission*. Suatu perusahaan juga dapat dianggap perusahaan publik jika laporan keuangannya diterbitkan sebagai persiapan dilakukannya penjualan *securitas* (surat berharga) jenis apapun disebuah bursa umum. Adapun ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008. Peraturan tersebut menjelaskan 4 jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut.

Keempat jenis ukuran tersebut antara lain:

- a. Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,-.
- b. Perusahaan dengan usaha ukuran kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.50.000.000,- sampai Rp.500.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.300.000.000,- sampai dengan Rp.2.500.000.000,-.
- c. Perusahaan dengan usaha ukuran menengah, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.500.000.000,- sampai Rp.10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.2.500.000.000,- sampai dengan Rp.50.000.000.000,-.
- d. Perusahaan dengan usaha ukuran besar, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp.10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp.50.000.000.000,-.

2.4.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau

menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”. Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 jenis: a. Perusahaan Besar Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun. b. Perusahaan Menengah Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp.1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar c. Perusahaan Kecil Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

Sedangkan di Indonesia perusahaan diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil diatur dalam Pasal 1 Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor KEP-11/PM/1997:

- a. Perusahaan Menengah atau Kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang memiliki jumlah kekayaan (total assets) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah)."
- b. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).

2.4.3 Indikator *Firm Size*

Perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai perusahaan besar atau kecil didasari oleh indikator yang mempengaruhinya. Adapun indikator dalam ukuran perusahaan menurut (Joni & Lina, 2010) "adalah total aktiva, nilai pasar saham, total pendapatan dan lain-lain." Sedangkan menurut (Sartono, 2018) indikator dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut: "Total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu.

Ketika variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva, semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat".

Dari beberapa indikator yang mempengaruhi pengklasifikasian dalam ukuran perusahaan, maka indikator dalam penelitian ini dibatasi agar lebih berfokus dan hasil yang dicapai sesuai dengan asumsi yang diharapkan. Salah satu indikator yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah total aset. Menurut PSAK Nomor 1 (2007 :10) yang dimaksud dengan aset adalah : "Segala manfaat ekonomi yang mengandung potensi dalam suatu yang produktif dan merupakan bagian dari aktivitas operasional perusahaan. Mungkin pula berbentuk sesuatu yang dapat di ubah menjadi kas atau berbentuk kemampuan untuk mengurangi pengeluaran kas, seperti penurunan biaya akibat proses produksi alternatif."

Ukuran perusahaan (Apriyana, N., & Rahmawati, 2017) adalah ukuran atas besarnya aset yang dimiliki perusahaan sehingga perusahaan besar umumnya mempunyai total aset yang besar pula. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini dilihat berdasarkan dari besarnya total aset yang dimiliki perusahaan.

Menurut (Sawir, 2018) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan dalam hampir setiap studi untuk alasan yang berbeda:

1. Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Perusahaan kecil umumnya kekurangan akses ke pasar modal yang terorganisir, baik untuk obligasi maupun saham. Meskipun mereka memiliki akses, biaya peluncuran dari penjualan sejumlah kecil sekuritas dapat menjadi penghambat.
2. Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak

keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk hutang, termasuk penawaran special yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan perusahaan kecil. Semakin besar jumlah uang yang digunakan, semakin besar kemungkinan pembuatan kontrak yang dirancang sesuai dengan referensi kedua pihak sebagai ganti dari penggunaan kontrak standar hutang.

3. Ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba. Pada akhirnya, ukuran perusahaan diikuti oleh karakteristik lain yang mempengaruhi struktur keuangan. Karakteristik lain tersebut seperti perusahaan sering tidak mempunyai staf khusus, tidak menggunakan rencana keuangan, dan tidak mengembangkan sistem akuntansi mereka menjadi suatu sistem manajemen.

Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva yang akan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Perusahaan dengan total aktiva yang besar bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan karena dalam hatap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang panjang. Perusahaan besar juga dianggap memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola perusahaan dan menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas. Oleh karena itu, rumus yang digunakan untuk menghitung (size) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln_ Total Asset}$$

Dimana , Ln TA = Logaritma Natural dan Total Asset

2.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Lova Lukis Anugrah (2023)	Pengaruh CSR dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility, Firm Size</i> Variabel dependen: Nilai perusahaan Variabel moderasi : kinerja keuangan	CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya penerapan CSR mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan. <i>Size</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, artinya aset yang besar mengakibatkan pembagian dividen akan semakin besar
2	Dinda Nur Khofifah (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019)	Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> , ukuran perusahaan, profitabilitas Variabel dependen: Nilai Perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> , ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Elsa dan Dwi (2019)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Investment Opportunity Set</i> terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen: Kepemilikan Institusional, <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Investment Opportunity Set</i> Variabel dependen: Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; tanggung jawab sosial perusahaan dan set peluang investasi berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Desita dan	Pengaruh CSR Terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai variabel moderasi	Variabel independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel dependen: Nilai perusahaan Variabel moderasi : <i>Good Corporate Governance</i>	CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun GCG dapat memperlemah hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan.

No	Nama	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
5	Eka Indriyani (2017)	Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan	Variabel independen : ukuran perusahaan Variabel dependen: Nilai perusahaan	Ukuran perusahaan berpengaruh negatif atau tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. profitabilitas berbanding lurus terhadap nilai perusahaan.
6	Gusti dan Gede (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel independen : Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas Variabel dependen : Nilai perusahaan	Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

2.6 Kerangka Konseptual

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan kemungkinan turut membentuk persepsi investor terhadap perusahaan, dimana perusahaan yang mengungkapkan CSR nya lebih luas akan dinilai lebih baik oleh para investor. Tanggung jawab sosial perusahaan dikenal dengan istilah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). *Corporate Sosial Responsibility* bukan hanya sekedar kegiatan amal dengan memberikan sumbangan dana untuk kegiatan-kegiatan sosial (Ardila, 2017). Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan image perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Menurut (Martatilova & Djuitaningsih, 2012) dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (*Corporate Sosial Responsibility*) yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan yang berorientasi pasar karena investor tertarik untuk berinvestasi pada

perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi.

Perusahaan-perusahaan di Indonesia yang menerapkan praktik CSR dengan baik cenderung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi. Hal ini dapat disebabkan karena CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, mengurangi risiko, dan meningkatkan kepercayaan investor. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan di Indonesia disarankan untuk terus meningkatkan komitmen dan implementasi CSR dalam kegiatan operasionalnya, sehingga dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan.

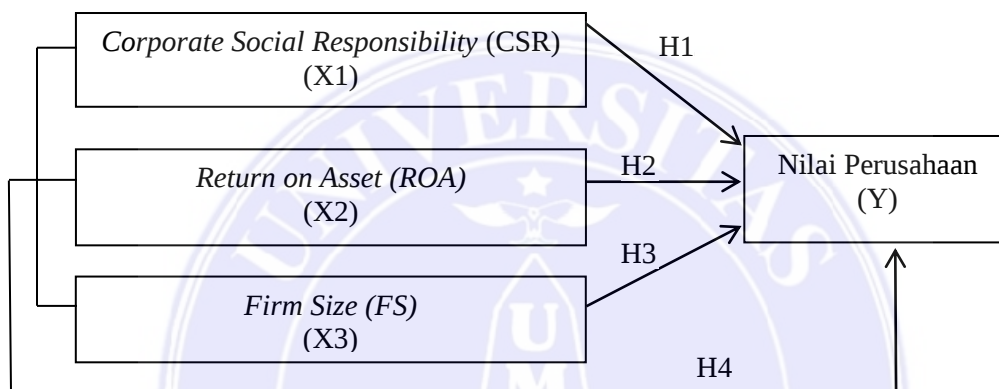
Profitabilitas perusahaan, yang diukur dengan *Return on Asset* (ROA), juga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. ROA menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aset yang dimiliki. Perusahaan dengan ROA yang tinggi cenderung memiliki prospek yang baik di mata investor, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2019).

Ukuran perusahaan (*Firm Size*) juga dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar biasanya memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber pendanaan, baik dari pasar modal maupun lembaga keuangan. Hal ini dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam melakukan investasi dan pengembangan usaha, sehingga berdampak positif terhadap nilai perusahaan (Prastuti & Sudiarta, 2016).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return on Asset* (ROA), dan *Firm Size* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Perusahaan pertambangan yang menerapkan CSR secara efektif, memiliki profitabilitas yang tinggi, dan ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki nilai perusahaan

yang lebih baik di mata investor. Namun, tidak semua perusahaan pertambangan di Indonesia dapat memenuhi ketiga faktor tersebut secara optimal, sehingga masih terdapat variasi dalam nilai perusahaan di sektor ini.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Suwardika, I. N. A., & Mustanda, 2017) menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh *Leverage*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.7 Hipotesis Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2019) “Hipotesis adalah proporsi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris, yang menyatakan hubungan yang diduga secara logis antara 1 variabel atau lebih. Hipotesis pada penelitian ini adalah:

H1 = Ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.

H2 = Ada menganalisis pengaruh *Return on Asset* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.

H3 = Ada pengaruh *Firm Size* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.

H4 = Ada pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Return on Asset* dan *Firm Size* secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini dilihat cara penjelasannya dan bertujuan untuk membuktikannya adanya pengaruh antar variabel bebas CSR, ROA dan *Firm Size* terhadap variabel terikat (Nilai Perusahaan). Menggambarkan jenis/bentuk penelitian yang mendasari penelitian. Dalam pendekatan penelitian ini menggunakan jenis asosiatif yang merupakan suatu pertanyaan penelitian bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2019). Sementara itu, dalam pendekatan asosiatif ini dimana kecenderungan data yang digunakan dalam metode kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk menilai pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau static dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Metode ini disebut dengan metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2019).

3.2 Objek dan Waktu penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara empiris dengan data dari Bursa Efek Indonesia untuk perusahaan Pertambangan tahun 2018 sampai tahun 2022. Penelitian yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia khususnya untuk perusahaan

pertambahan melalui media internet dengan menggunakan situs www.idx.co.id dan situs lainnya bila diperlukan dalam pengumpulan data.

3.2.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan dimulai dari pada Juli tahun 2024 sampai dengan Oktober 2024.

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No.	Proses Penelitian	Okt 2024				Nov 2024				Des 2024				Jan 2025				Feb 2025				Maret 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penulisan Proposal																								
2	Revisi Proposal																								
3	Seminar Proposal																								
4	Revisi seminar																								
5	Riset Penelitian																								
6	Bimbingan skripsi																								
7	Seminar Hasil																								
8	Revisi Seminar Hasil																								
9	Sidang Meja Hijau																								

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah definisi-definisi yang akan dipergunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan arah dan batasan dalam penyelesaian masalah. Pada penelitian ini, akan dijelaskan definisi operasional variabel yang akan digunakan di dalam penelitian.

Tabel 3.2
Defenisi Operasional

No	Defenisi	Indikator	Skala
1	Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Harjito, & Martono, 2019).	$PBV = \frac{\text{Harga saham}}{\text{Nilai buku saham}} \times 100\%$	Ordinal
2	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR). merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan. (Ardianto, E., & Machfudz, 2019)	$\text{Indeks CSR} = \frac{\text{Jumlah Skor Pengungkapan CSR}}{\text{Jumlah Skor Maksimal}}$	Ordinal
3	<i>Return On Asset</i> adalah merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia didalam perusahaan. (Syamsuddin, 2013)	$\text{Indeks CSR} = \frac{\text{Jumlah Skor Pengungkapan CSR}}{\text{Jumlah Skor Maksimal}}$	Ordinal
4	<i>Firm Size</i> atau ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (large firm), perusahaan menengah (medium size), dan perusahaan kecil (small firm). (Gitosudarmo, 2012)	$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln_ \text{Total Asset}$	Ordinal

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

3.4.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi merupakan sekelompok entitas yang lengkap yang dapat berupa orang, kejadian, atau benda yang mempunyai karakteristik tertentu, yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-

syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Jumlah populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI ada sebanyak 38 perusahaan.

3.4.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel merupakan bagian populasi yang digunakan untuk memperkirakan karakteristik populasi. Sedangkan ukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan suatu penelitian.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *non probability sampling*, khususnya metode *purposive sampling* yaitu teknik sampling dengan metode pengambilan sampel secara tidak acak tetapi berdasarkan atas tujuan dan pertimbangan atau kriteria tertentu. Adapun pertimbangan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022.
2. Perusahaan pertambangan yang mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan.

Dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, diperoleh 8 perusahaan pertambangan yang memenuhi kriteria diatas sebagai sampel penelitian :

Tabel 3.3
Sampel Penelitian Perusahaan Pertambangan

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AKKU	PT. Anugrah Kagum Karya Utama Tbk
2	AKPI	PT. Argha Karya Prima Ind Tbk
3	APLI	PT. Asiaplast Industries Tbk
4	BRNA	PT. Berlina Tbk
5	FPNI	PT. Lotte Chemical Titan Tbk
6	IGAR	PT. Champion Pacific Indonesia Tbk
7	SIMA	PT. Siwani Makmur Tbk
8	TRST	PT. Trias Sentosa Tbk

Sumber : Bursa Efek Indonesia (2024)

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pemilihan sampel dalam penelitian ini didasarkan pada kriteria perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022 dan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) dalam laporan tahunan secara berturut-turut dari tahun 2018 hingga 2022. Dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI, diperoleh 8 perusahaan yang memenuhi kriteria tersebut sebagai sampel penelitian.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sebagai bahan penelitian ini berupa studi dokumentasi yang merupakan langkah paling utama dalam penelitian yang cenderung menggunakan data sekunder, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data keuangan berupa laporan laba rugi, laporan neraca dan laporan tahunan perusahaan yang berasal dari hasil riset pada perusahaan pertambangab yang terdaftar Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.

3.5.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif merupakan data berbentuk angka-angka berupa laporan keuangan yaitu dengan cara mempelajari, mengamati, dan menganalisis dokumen-dokumen yang berhubungan dengan objek penelitian.

3.5.2 Sumber data

Sumber data penelitian ini adalah dokumen yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui url www.idx.co.id berupa laporan tahunan dengan periode waktu Antara tahun 2018 sampai tahun 2022.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan teknik analisis data dibawah ini :

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2019). Dalam statistik deskriptif antara lain adalah penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean (pengukuran tendensi sentral), perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan persentase. Pada penelitian ini penyajian data menggunakan tabel dan analisis datanya

menggunakan mean

2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut :

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, *dependent variable* dan *independent variable* keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sugiyono, 2019). Mendeteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik *normal P-P Plot*. Adapun pengambilan keputusan:

- 1) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Ghozali, 2013). Pada penelitian ini untuk menguji ada tidaknya gejala autokorelasi menggunakan uji Durbin-

Watson (DW test). Menentukan ada tidaknya masalah yang terjadi autokorelasi dengan uji Durbin-Waston (DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 2) Terjadi autokorelasi positif, jika nilai DW dibawah -2 ($DW < -2$)
- 3) Terjadi autokorelasi negatif, jika nilai DW diatas +2 atau $DW > +2$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi diantara sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2018).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Sugiyono, 2019). Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar diatas dan dibawah

angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sugiyono, 2019) analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap profitabilitas, maka digunakan alat teknik yang dimasukkan variabel independen dan dependen kedalam model persamaan regresi, sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y = Variabel terikat Nilai Perusahaan

X_1 = *Corporate Social Responsibility*

X_2 = *Return on Asset*

X_3 = *Firm Size*

α = Konstanta.

β = Slope atau Koefisien estimate.

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis adalah analisis data yang paling penting karena berperan untuk menjawab rumusan masalah penelitian, dan membuktikan hipotesis penelitian (Juliandi et al., n.d.)

a. Uji - t

Menurut (Ghozali, 2018) uji parsial (t test) digunakan untuk

mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Uji parsial dalam data penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

Uji-t bertujuan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) (Iskandar & Hafni, 2015). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *Significance Level* 0,05 ($\alpha=5\%$). Uji-t dipergunakan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

Untuk menguji signifikan hubungan digunakan rumus uji statistik t sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber (Juliandi & Irfan, 2013)

Keterangan : t = nilai hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya korelasi

Tahap – tahap :

1) Bentuk pengujian

a) $H_0 : r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel (Y).

b) $H_0 : r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

2) Kriteria pengambilan keputusan

a) jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pada $\alpha = 5\%$, $df = n-2$ maka H_0 diterima.

b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $t_{hitung} < -t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

b. Uji F (F-test)

Uji F disebut juga sebagai Uji ANOVA yaitu kegunaan uji F hampir sama dengan uji t. Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata atau nilai tengah suatu data (Sugiyono, 2017).

Sebuah program aplikasi SPSS, dimana jika struktur modal (p-value) < 0,005, maka secara simultan keseluruhan variabel independen memiliki pengaruh secara bersama-sama pada tingkat signifikan 5%.

Pengujian Uji F (F-test) sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2)(n - k - 1)}$$

(Sugiyono, 2017).

Keterangan : F_h = Nilai F hitung

R = Koefisien koreksi ganda

K = Jumlah variable independent

N = Jumlah sampel

Tahap – tahap :

1) Bentuk pengujian

- a) $H_0 : \beta = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen
- b) $H_0 : \beta \neq 0$, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

2) Pengambilan keputusan

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$, maka H_0 ditolak.
- b) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau $-F_{hitung} \geq -F_{tabel}$, maka H_0 diterima.

5. Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel dependen dengan cara mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya koefisien determinasi ini dinyatakan dalam bentuk persentase (%).

Rumus Uji Koefisien Determinasi :

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugiyono, 2012).

Keterangan : D = Determinasi

R = Nilai korelasi

100% = persentase kontribusi

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *return on asset* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022 sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Semakin baik implementasi CSR yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata investor. Hal ini disebabkan karena CSR dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan, sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi.
2. *Return on Asset* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan yang diukur dengan ROA, maka semakin baik pula nilai perusahaan di mata investor. Hal ini karena ROA mencerminkan efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dimiliki, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan.

3. *Firm Size* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022. Ukuran perusahaan bukan merupakan faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan dalam sektor pertambangan. Terdapat faktor-faktor lain yang lebih dominan dalam menentukan nilai perusahaan, seperti profitabilitas dan pengungkapan CSR.
4. Secara simultan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Return on Asset* (ROA), dan *Firm Size* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2022. Ketiga faktor tersebut secara bersama-sama dapat menjelaskan variasi nilai perusahaan dalam sektor pertambangan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi perusahaan pertambangan:
 - a. Meningkatkan komitmen dan implementasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berkelanjutan. Perusahaan dapat mengidentifikasi isu-isu sosial dan lingkungan yang relevan dengan bisnisnya, serta menyusun program CSR yang sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan.
 - b. Mempertahankan dan meningkatkan profitabilitas perusahaan, khususnya *Return on Asset* (ROA), melalui pengelolaan aset yang efektif dan efisien.

- c. Memperhatikan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan tata kelola perusahaan.
2. Bagi investor:
 - a. Mempertimbangkan informasi mengenai implementasi CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dalam mengambil keputusan investasi pada perusahaan pertambangan.
 - b. Melakukan analisis yang komprehensif terhadap berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, tidak hanya terbatas pada CSR, ROA, dan *Firm Size*.
 3. Bagi peneliti selanjutnya:
 - a. Memperluas cakupan sampel penelitian, tidak hanya pada sektor pertambangan, tetapi juga sektor-sektor lain yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
 - b. Menambahkan variabel-variabel lain yang diduga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti struktur modal, pertumbuhan penjualan, dan tata kelola perusahaan.
 - c. Menggunakan metode analisis yang lebih kompleks, seperti analisis regresi data panel atau persamaan struktural, untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyana, N., & Rahmawati, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Solabilitas, Ukuran Perusahaan dan Ukuran KAP Terhadap Audit Delay Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015 108-124. *Jurnal Nominal*, 2(1), 108–124.
- Ardianto, E., & Machfudz, D. (2019). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Elex Media Komputindo. Elex Media Komputindo.
- Bendriani, M. (2019). Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Set Kesempatan Investasi (IOS) Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi Ventura*, 12(1), 71–86.
- Brigham, E. F. & J. F. H. (2016). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 11. Salemba Empat.
- Daft, R. L. (2019). *Era Baru Manajemen*. Salemba Empat.
- Dewi, I. R., Handayani, S. R., & Nuzula, N. F. (2014). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2009-2012). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 17(1), 1–9.
- Fahmi, I. (2018). *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modelling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen Keuangan (Edisi 4)*. BPFE.
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu.
- Harjito, A., & Martono, M. (2019). *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua, Cetakan Pertama. Penerbit EKONISIA.
- Hery, H. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian Terkini Dalam Bidang Akuntansi Dan Keuangan* (A. Pramono (ed.); pertama). PT Gasindo, Anggota IKAPI.
- Husnan, S. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*,. Edisi Ketujuh.
- Joni, & Lina. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Struktur Modal. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(2), 82–97.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan* (Edisi Satu). Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Kasmir. (2018). *Analisis laporan keuangan* (s. Rinaldy (ed.); revisi). pt

rajagrafindo persada.

Margaretha, F. (2018). *Manajemen Keuangan untuk Manajer Nonkeuangan*. Erlangga.

Martono. (2015). *Manajemen Keuangan. Edisi Kedua, Cetakan. Pertama*. EKONISIA.

Munawir, S. (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Liberty.

Mursitama, T. N. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi Studi Kasus Community Development Riau Pulp. Institute for Development of Economics and Finance (INDEF)*. Pradnya Paramita.

Nurdizal, M., & Rachman, A. F. (2019). *Asep Efendi dan Emir Wicaksana*. Penebar Swadaya.

Reeve, M. (2014). *Pengantar Akuntansi Adaptasi-Indonesia*. Salemba Empat.

Riyanto, B. (2015). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. BPFE.

Rusdianto, U. (2017). *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Graha Ilmu.

Sartono, A. (2018). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. BPFE.

Sawir, A. (2018). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Simorangkir, J. (2012). *Pengantar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank*. Ghalia Indonesia.

Sinamo, J. (2015). *Etos Kerja Profesional*. Sipirit Mahardika.

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana.

Sjahrial, D. (2016). *Manajemen Keuangan, edisi 3*. Mitra Wacana Media.

Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan. Edisi Kedua*. Erlangga.

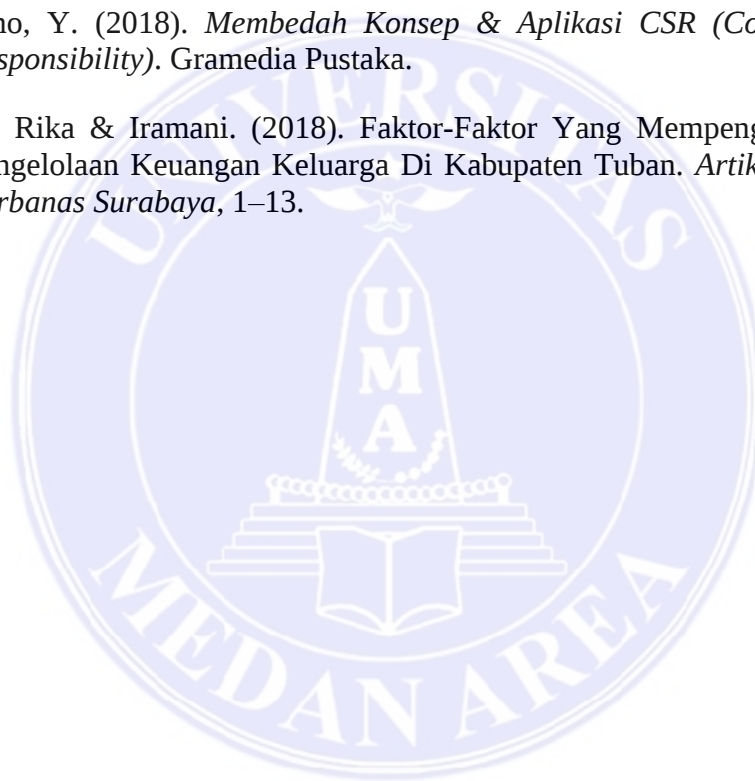
Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan*. In Alfabeta.

Suharto, E. (2020). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*. Alfabeta.

Susanto, A. (2020). *A Strategic Management Approach, CSR*. The Jakarta Consulting Group.

Sutrisno, E. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana.

- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(3), 1248–1277.
- Syamsuddin, L. (2013). *Manajemen Keuangan Perusahaan, Edisi Baru*. Gramedia Pustaka Utama.
- Tandelilin, E. (2014). *Portofolio dan Investasi: Teori dan Aplikasi. Edisi 1*. Kanisius.
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2020). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi. In-Trans Publishing*. In-Trans Publishing.
- Wibisono, Y. (2018). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Gramedia Pustaka.
- Yulistia Rika & Iramani. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga Di Kabupaten Tuban. *Artikel Ilmiah STIE Perbanas Surabaya*, 1–13.





Lampiran 1. Data Penelitian**Data Rasio CSR Perusahaan Pertambangan di BEI Tahun 2018-2022**

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	0,59	0,97	0,72	0,56	0,54	0,68
ARTI	0,80	0,77	0,84	0,80	0,75	0,79
ELSA	0,76	0,73	0,75	0,63	0,89	0,75
ENRG	0,63	0,66	0,61	0,61	0,57	0,62
INCO	0,97	0,43	0,80	0,76	0,63	0,72
MEDC	0,72	0,62	0,56	0,51	0,47	0,58
PSAB	0,56	0,76	0,72	0,56	0,56	0,63
RUIS	0,56	0,47	0,92	0,84	0,84	0,73
Rata-Rata	0,70	0,68	0,74	0,66	0,66	0,69

ROA Periode 2018-2022

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	0,59	15,19	1,87	3,52	4,75	1,88
ARTI	0,81	3,62	4,21	1,70	0,64	2,20
ELSA	0,76	3,16	5,55	9,85	8,62	5,59
ENRG	1,00	1,33	7,48	0,80	3,98	1,33
INCO	0,97	2,89	1,69	7,38	2,21	3,03
MEDC	0,72	3,87	18,88	0,71	0,63	4,96
PSAB	0,56	0,43	3,60	13,10	15,30	0,25
RUIS	0,56	2,16	0,33	2,46	2,32	1,57
Total	0,75	3,97	4,55	0,79	2,62	2,54

Firm Size Periode 2018-2022

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85	0.85
ARTI	0.95	0.95	0.87	0.79	0.85	0.88
ELSA	1.00	1.00	1.00	1.00	1.01	1.00
ENRG	0.88	0.88	0.90	0.88	0.89	0.89
INCO	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99	0.99
MEDC	1.13	1.14	1.14	1.14	1.14	1.14
PSAB	1.13	1.11	1.11	1.11	1.11	1.11
RUIS	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20	1.20
Rata-rata	1.02	1.02	1.01	1.00	1.01	1,01

PBV Periode 2018-2022

Emiten	2018	2019	2020	2021	2022	Rata-Rata
ANTM	1,56	0,95	0,81	0,84	0,41	0,91
ARTI	1,66	0,48	0,31	0,17	0,78	0,68
ELSA	0,28	0,62	1,05	2,04	0,68	0,93
ENRG	0,50	0,29	0,39	0,27	0,48	0,39
INCO	1,40	1,25	1,60	0,64	1,12	1,20
MEDC	1,04	0,67	0,64	0,64	0,71	0,74
PSAB	5,21	1,37	0,57	0,85	0,82	1,76
RUIS	0,80	0,05	0,56	0,59	0,53	0,51
Rata-rata	1,56	0,71	0,74	0,76	0,69	0,91

Lampiran 2. Hasil Uji SPSS

<i>Descriptive Statistics</i>					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
CSR	40	.43	.97	.68	.13435
ROA	40	.33	18.8	4.00	4.61502
Firm Size	40	.85	1.20	1.08	.12232
Price to Book Value	40	5.00	521.00	90.35	85.50
Valid N (listwise)	40				

Sumber: Data Diolah (2025)

<i>Coefficients^a</i>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.312	.200		1.565	.126		
CSR	.215	.264	.139	4.815	.000	.932	1.073
ROA	.177	.149	.116	3.217	.018	.968	1.033
Firm Size	.015	.113	.024	.136	.892	.906	1.104

a. Dependent Variable: Price to Book Value

Model Summary^b

Model	R	R Square		Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
		R Square	Adjusted R Square			F	df1	df2		
1	.859 ^a	.737	.652	.22204	.529	.361	3	36	15.782	2.180

a. Predictors: (Constant), Firm Size, ROA, CSR

b. Dependent Variable: Price to Book Value

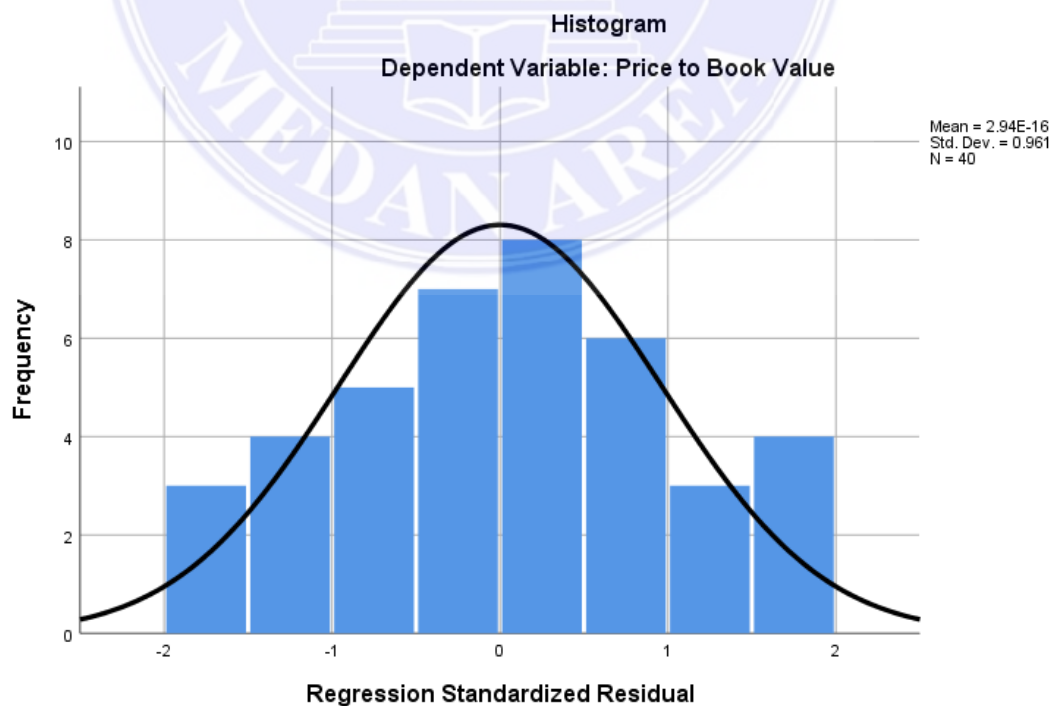
ANOVA^a

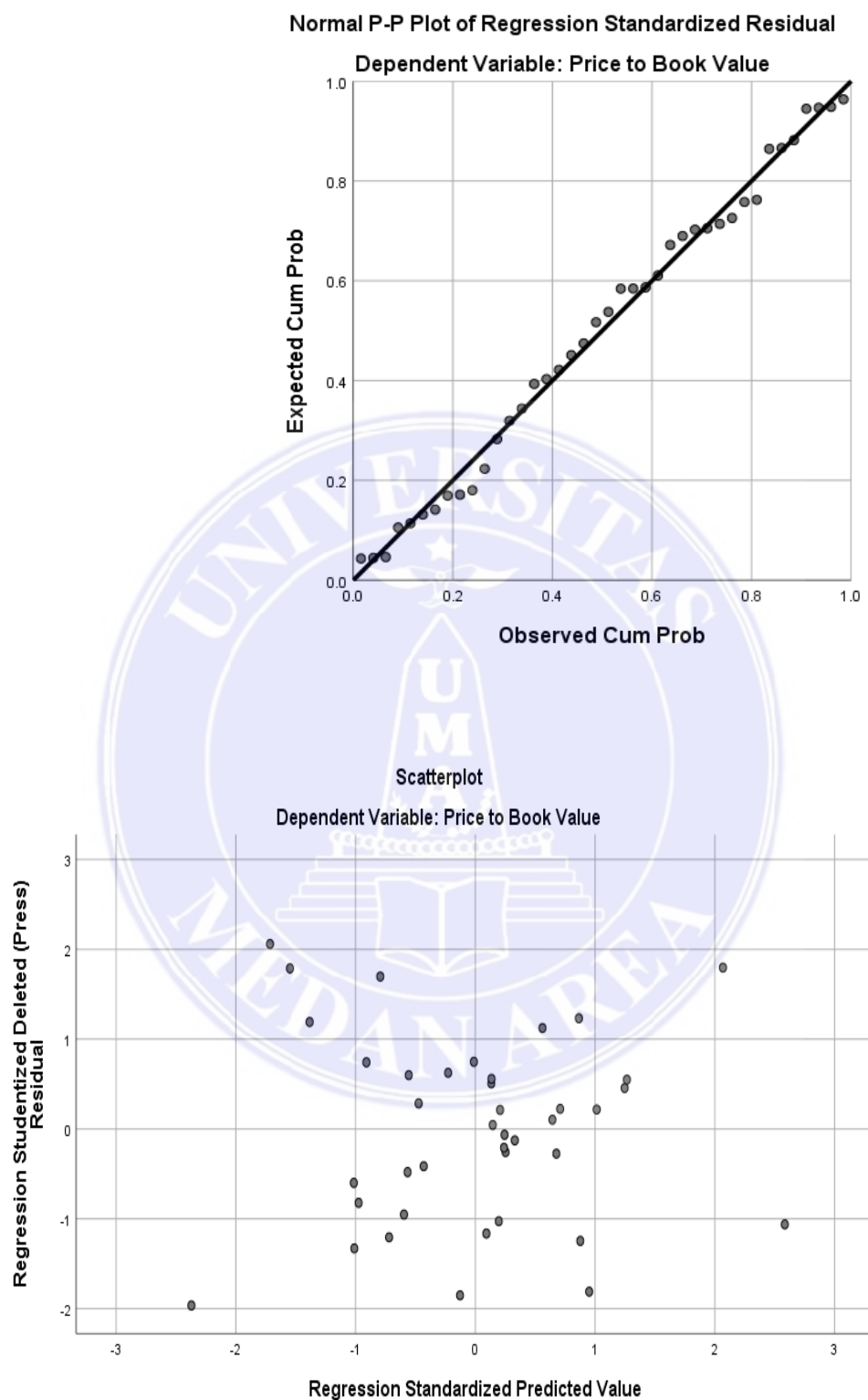
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.053	3	.018	15.785	.000 ^b
	Residual	11.775	36	.049		
	Total	11.828	39			

a. Dependent Variable: Price to Book Value

b. Predictors: (Constant), Firm Size, ROA, CSR

Charts





Lampiran 3. Surat Selesai Riset

UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223

Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122

Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ.medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 314/FEB.1/06.5/I/2025

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area dengan ini menerangkan :

Nama : Ika Fauziah Syahputri

NPM : 198320234

Program Studi : Manajemen

Bahwa mahasiswa tersebut diatas telah melaksanakan pengambilan data / riset untuk penulisan skripsi dari jalur Internet yang berjudul :

‘Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Return On Asset Serta Firm Size Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022’

Selama melakukan pengambilan data / riset mahasiswa mengikuti arahan sesuai peraturan dan tetap berperilaku baik. Surat keterangan ini dikeluarkan untuk mahasiswa memperoleh data.

Demikian surat keterangan ini diperbuat untuk dipergunakan seperlunya.

A.n Dekan, 30 Januari 2025

Ketua Program Studi Manajemen



Fitriani Tobing, SE., M.Si

**FORMULIR KETERANGAN**

Nomor : Form-Riset-00044/BELPSR/01-2025

Tanggal : 30 Januari 2025

Kepada Yth. : Alfito, SE, M.Si
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi
Universitas Medan Area

Alamat : Jalan Kolam No. 1
Medan

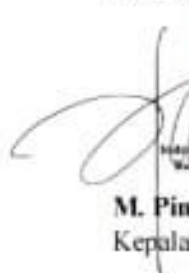
Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ika Fauziah Syahputri
NIM : 198320234
Jurusan : Manajemen

Telah menggunakan data yang tersedia di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk penyusunan skripsi dengan judul " **Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Return On Asset Serta Firm: Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018- 2022** "

Selanjutnya mohon untuk mengirimkan 1 (satu) copy skripsi tersebut sebagai bukti bagi kami dan untuk melengkapi Referensi Penelitian di Pasar Modal Indonesia.

Hormat kami,



M. Pintor Nasution
Kepala Kantor

Indonesia Stock Exchange Building, Tower 16th Floor, Jl. Jend. Sudirman Kav. 52-53, Jakarta 12190 – Indonesia
Phone +6221 5150515, Fax: +6221 5150330, Toll Free: 0800 100 9000, Email: callercenter@idx.co.id