

Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Dividen Dan Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023

PERNANDUS GINTING

*Program Studi Akuntansi, Universitas Medan Area, Indonesia
Email*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas secara parsial terhadap nilai perusahaan, untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan dividen secara parsial terhadap nilai perusahaan, untuk menguji dan menganalisis pengaruh kebijakan hutang secara parsial terhadap nilai perusahaan dan untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas, kebijakan dividen dan kebijakan hutang secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. Populasi pada penelitian ini Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI sebanyak 24 perusahaan dan sampel dari penelitian pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman sebanyak 8 perusahaan dengan 5 tahun pengamatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif, analisis Regresi Linear Berganda, Uji Parsial, Uji Determinan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, secara parsial Kebijakan Dividen tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, secara parsial Kebijakan Hutang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan secara simultan menunjukkan bahwa Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Kebijakan Hutang berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023

Kata Kunci : *Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan*

Abstract. The purpose of this research is to test and analyze the effect of partial profitability on company value, to test and analyze the effect of dividend policy partially on company value, to test and analyze the effect of partial debt policy on company value and to test and analyze the effect of profitability, dividend policy and debt policy simultaneously on company value in Food and Beverage Sub-Sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange 2019-2023. The population in this study was 24 companies in the Food and Beverage Sub Sector listed on the IDX and the sample from research on Food and Beverage Sub Sector Companies was 8 companies with 5 years of observation. The data collection technique used in this research is documentation. The analysis techniques used in this research are descriptive statistics, Multiple Linear Regression analysis, Partial Test, Determinant Test. The research results show that partially Profitability has a positive and significant effect on Company Value, partially Dividend Policy has no effect on Company Value, partially Debt Policy has a positive and significant effect on Company Value and simultaneously shows that Profitability, Dividend Policy and Debt Policy have a significant effect on Company Value in Food and Beverage Sub-Sector Manufacturing Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange 2019-2023

Keywords: *Profitability, Dividend Policy, Debt Policy and Company Value*

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan terlihat pada harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat memakmurkan pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Dimana pengukuran atas nilai perusahaan dapat

diukur dengan menggunakan *Price Book Value* (PBV). Menurut (Husnan & Pudjiastuti, 2012) *Price Book Value* (PBV) merupakan perbandingan antara harga pasar dan nilai buku saham. Untuk perusahaan yang berjalan dengan baik, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, antara lain kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang bisa diukur melalui rasio profitabilitas, kebijakan hutang yang dilakukan perusahaan, skala dari perusahaan tersebut, harga saham, dan keputusan investasi yang diambil perusahaan tersebut (Arifianto dan Chabachib, 2016). Profitabilitas yang diperoleh sebuah perusahaan akan mempengaruhi besarnya jumlah dividen yang akan dibayarkan kepada para pemegang saham. Jika perusahaan memperoleh laba jumlah besar, maka kemampuan membayar dividen semakin besar. Sehingga, besarnya jumlah dividen mempengaruhi nilai perusahaan (Azhar, Ngatno, & Wijayanto, 2018). Selain profitabilitas, kebijakan dividen juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, dimana dividen digunakan sebagai sinyal bagi prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Rasio pembagian dividen atau *dividend payout ratio* dinilai sangat penting bagi investor karena sangat erat kaitannya dengan kebijakan perolehan laba perusahaan. Pengukuran atau parameter besaran dividen yang akan dibagikan kepada pemegang saham (Wati, Stiyanto, & Khaerunisa, 2018). Selain profitabilitas dan kebijakan dividen, kebijakan hutang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan memerlukan dana yang besar dalam mendanai belanja modal perusahaan. Sumber pendanaan tersebut dapat diperoleh dari internal yaitu laba ditahan atau eksternal dengan melakukan pinjaman dalam bentuk hutang atau menerbitkan saham di pasar modal. Hutang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Kebijakan hutang adalah kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam rangka mendapatkan sumber dana dari pihak ketiga untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan, yaitu perimbangan antara modal asing atau hutang dengan modal sendiri (Setiana, 2017)

Data Profitabilitas, Kebijakan Dividen, Kebijakan Hutang, dan Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman Di BEI 2019 – 2023

Kode Perusahaan	Tahun	DER	DPS	ROA	PBV
CEKA	2019	0.20	0.29	0.08	2.26
	2020	0.23	0.32	0.15	3.18
	2021	0.24	0.31	0.12	3.78
	2022	0.22	0.26	0.11	4.38
	2023	0.26	0.38	0.09	4.21
DLTA	2019	0.18	2.20	0.22	8.82
	2020	0.18	2.52	0.22	6.91
	2021	0.20	1.06	0.10	3.57
	2022	0.30	1.04	0.14	4.72
	2023	0.41	1.30	0.10	3.71
INDF	2019	0.93	0.32	0.05	4.24
	2020	0.77	0.38	0.06	4.89
	2021	1.06	0.36	0.05	5.7
	2022	1.07	0.45	0.06	6.76
	2023	1.62	0.34	0.01	5.51
MLBI	2019	1.47	0.05	0.42	8.86
	2020	1.53	0.001	0.42	8.77
	2021	1.03	1.50	0.10	6.29
	2022	1.66	1.02	0.23	4.27
	2023	2.11	0.70	0.21	4.07
MYOR	2019	1.06	0.23	0.10	1
	2020	0.92	0.32	0.11	0.86
	2021	0.75	0.99	0.11	1.37
	2022	0.75	0.27	0.06	1.04
	2023	0.62	0.24	0.03	0.89

Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada beberapa perusahaan tahun 2019 sampai tahun 2023 untuk profitabilitas yang dilakukan perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan, dimana dengan menurunnya nilai perusahaan menunjukkan bahwa profitabilitas tidak mampu membuat perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada beberapa perusahaan tahun 2019 sampai tahun 2023 untuk kebijakan dividen yang dilakukan perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan. Berdasarkan dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada beberapa perusahaan tahun 2019 sampai tahun 2023 untuk kebijakan hutang yang dilakukan perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan, dimana dengan menurunnya nilai perusahaan menunjukkan bahwa kebijakan dalam penggunaan hutang tidak mampu membuat perusahaan dalam mengembangkan usahanya.

LANDASAN TEORI

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai saham perusahaan yang bersangkutan (Martono & Harjito, 2010) Menurut (Sartono, 2016) 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.” Menurut (Brigham & Houston, 2018) : “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 dapat diukur dengan suatu rasio yang disebut rasio penilaian. (Sutrisno, 2010) mendefinisikan rasio penilaian adalah suatu rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai pada masyarakat (investor) atau pada para pemegang saham. 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, 2014) adalah sebagai berikut:

1. *Earning per share* (EPS)

Menurut (Fahmi, 2014) Earning Per Share dapat diukur melalui :

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

2. *Price Book Value* (PBV)

Menurut (Margaretha, 2021) Price Book Value (PBV) adalah sebagai berikut: “*Price Book Value* menggambarkan seberapa besar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan”. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

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

(Fahmi, 2014)

Profitabilitas

Menurut (Sartono, 2016) yang menyatakan bahwa : Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Menurut (Kasmir, 2015) yang menyatakan bahwa : Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Menurut (Irawati, 2012) yang menyatakan bahwa Rasio keuntungan atau profitability ratio adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya

semesteran, triwulanan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien. Menurut (Kasmir, 2015) beberapa faktor yang mempengaruhi profitabilitas adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan tanpa peningkatan beban biaya secara proporsional.
2. Mengurangi harga pokok penjualan atau beban operasi perusahaan.
3. Meningkatkan penjualan secara *relative* atas dasar nilai aset, baik dengan meningkatkan penjualan atau mengurangi jumlah investasi pada aset perusahaan.
4. Meningkatkan penggunaan utang *relative* terhadap ekuitas, sampai pada titik yang tidak membahayakan kesejahteraan keuangan perusahaan.

Menurut (Kasmir, 2015) tujuan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun pihak luar perusahaan, yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba tahun sekarang.
4. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
5. Untuk menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
7. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan baik modal sendiri.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk :

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari tahun ke tahun.
4. Mengetahui besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Menurut (Jufrizen & Sari, 2019) *Return On Asset* (ROA) digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. Menurut (S. Hanum, 2021) menyatakan bahwa "*The proportion of total compensation to add up to resources estimates the profit from all out resources (ROA) after interest and charges*". Menurut (Rivai, Permata, & Permata, 2013) "rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen bank baik dalam memperoleh keuntungan (laba) secara keseluruhan. Semakin besar ROA suatu bank, maka semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai bank tersebut dan semakin baik pula posisi bank tersebut dalam dari segi penggunaan asset". Menurut (Riyanto, 2010) menyatakan bahwa istilah *Return On Asset* (ROA) dengan *Net Earning Power Ratio* (ROI) yaitu kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan neto. Menurut (Kasmir, 2015) tujuan dalam penggunaan rasio *Return On Assets* (ROA) yaitu :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.
5. Mengukur produktivitas atas seluruh dana perusahaan yang digunakan, baik dari modal pinjaman maupun modal sendiri yang dimiliki oleh perusahaan.
6. Untuk mengukur produktifitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan.

Sedangkan untuk manfaat atas penggunaan *Return On Assets* (ROA) yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
2. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
3. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
4. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana yang dimiliki perusahaan perusahaan yang dapat digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Return On Assets (ROA) digunakan sebagai tolak ukur prestasi manajemen dalam memanfaatkan assets yang dimiliki perusahaan untuk memperoleh laba. Menurut (Brigham & Houston, 2018) mengemukakan bahwa besarnya ROA dipengaruhi oleh dua faktor, antara lain:

1. *Turnover* dari *Operating Assets* (tingkat perputaran aktiva yang digunakan untuk operasi). Kas, piutang, dan persediaan, perputaran total aktiva maupun perputaran aktiva tetap yang merupakan bagian dari aset yang dapat mempengaruhi ROA (*Return On Asset*).
2. *Profit Margin* yaitu besarnya keuntungan operasi yang dinyatakan dalam presentase dan jumlah penjualan bersih. *Profit Margin* ini mengukur tingkat keuntungan yang dapat dicapai oleh perusahaan dihubungkan dengan penjualannya.

Return on assets merupakan rasio yang dilakukan dalam pengukuran profitabilitas yang sering digunakan oleh manajer keuangan perusahaan untuk dapat mengukur efektifitas atas keseluruhan dalam menghasilkan laba dengan aset perusahaan yang tersedia. Rumus perhitungan ROA sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Setelah Bunga dan Pajak}}{\text{Total Aktiva}} \times 100\%$$

Sumber : (Subramanyam & John, 2021)

Kebijakan Dividen

Menurut Hery (2018) adalah "*Dividend Payout Ratio* (DPR) merupakan rasio yang menunjukkan hasil perbandingan antara dividen tunai perlembar saham dengan laba perlembar saham. Rasio ini menggambarkan jumlah laba dari setiap lembar saham yang dialokasikan dalam bentuk dividen". Dengan begitu rasio ini digunakan sebagai salah satu proksi (pendekatan) dalam menetapkan kebijakan dividen yaitu saat mengambil keputusan.

Menurut Harmono (2017) bahwa : "*Dividend Payout Ratio* merupakan rasio pembayaran dividen, ikut menentukan besarnya jumlah laba yang ditahan perusahaan harus dievaluasi dalam kerangka tujuan pemaksimalan kekayaan para pemegang saham. Jika marginal return para investor tidak berada pada kondisi *indifferent* antara dividen sekarang dengan *capital gains*". Jika perusahaan itu kepemilikan sahamnya relatif tertutup, manajemen biasanya mengetahui dividen yang diharapkan oleh pemegang saham dan dapat bertindak dengan tepat. Dengan *Dividend Payout Ratio* yang rendah tentunya dapat diperkirakan apakah perusahaan akan menahan laba untuk kesempatan berinvestasi. Menurut Murhadi (2017) bahwa "*Dividend Payout Ratio* (DPR) adalah rasio yang menggambarkan besarnya proporsi dividen yang dibagikan terhadap pendapatan bersih perusahaan". Berikut ini adalah jenis - jenis dividen menurut Brigham & Houston (2018) adalah sebagai berikut:

1. *Cash Dividend* (dividen tunai)
2. *Stock Dividend* (dividen saham)
3. *Property dividend* (dividen barang)
4. *Scrip Dividend*
5. *Liquidating dividend*

Menurut Horne & Wachowicz (2018) faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen suatu perusahaan antara lain:

1. Kandungan Informasi.
2. Keinginan untuk mendapatkan penghasilan.
3. Pertimbangan Institusional.

Sedangkan menurut Sartono (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan dividen ada lima yaitu:

1. Kebutuhan dana perusahaan
2. Likuiditas perusahaan
3. Kemampuan meminjam
4. Keadaan pemegang saham
5. Stabilitas dividen

Dividend Payout Ratio (DPR) merupakan persentase pendapatan yang akan dibayarkan kepada pemegang saham yang akan dibayarkan sebagai dividen kas. Persentase dari pendapatan yang akan dibayarkan kepada pemegang saham dengan perbandingan antara *Dividen Per Share* (DPS) dan *Earning Per Share* (EPS). Sedangkan menurut Brigham & Houston (2018) *Dividend payout ratio* (DPR) dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$DPR = \frac{\text{Dividen Per Share}}{\text{Earning Per Share}} \times 100\%$$

Sumber: Brigham & Houston (2018)

Kebijakan Hutang

Menurut (Setiana, 2019) Kebijakan hutang adalah kebijakan yang diambil oleh pihak manajemen dalam rangka mendapatkan sumber dana dari pihak ketiga untuk membiayai aktivitas operasional perusahaan, yaitu perimbangan antara modal asing atau hutang dengan modal sendiri. Sedangkan menurut (Abdurrahman, 2019) kebijakan hutang merupakan keputusan yang sangat penting dalam perusahaan, dimana kebijakan hutang merupakan salah satu bagian dari kebijakan pendanaan perusahaan.

Menurut (Gatot & Mardiyati, 2015) Kebijakan hutang merupakan kebijakan perusahaan tentang seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang sebagai sumber pendanaannya.

Menurut (Sudana, 2015) menyatakan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi atas kebijakan hutang perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Tingkat Pertumbuhan Penjualan
Perusahaan yang tingkat pertumbuhan penjualan relatif tinggi dimungkinkan untuk dibelanjai dengan menggunakan utang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah, karena keuntungan yang diperoleh dari peningkatan penjualan tersebut diharapkan masih bisa menutup biaya bunga utang.
2. Stabilitas Penjualan
Perusahaan yang penjualannya stabil dapat menggunakan utang yang jumlahnya lebih banyak daripada perusahaan yang penjualannya berfluktuasi. Karena jika perusahaan yang penjualannya berfluktuasi menggunakan utang yang besar, maka perusahaan tersebut akan mengalami kesulitan keuangan.
3. Karakteristik Industri
Karakteristik industri dapat dilihat dari berbagai aspek, misalnya apakah perusahaan termasuk dalam industri yang padat modal.
4. Sikap Manajemen Perusahaan

Manajer perusahaan yang berani menanggung risiko cenderung mendanai investasi perusahaannya dengan utang yang lebih banyak dibandingkan dengan manajer perusahaan yang tidak menanggung risiko.

5. Sikap Pemberi Pinjaman

Dewasa ini bank dituntut untuk lebih berhati-hati dalam penyaluran kredit kepada nasabah atau lebih dikenal dengan sikap prudential.

Menurut (Kasmir, 2015) manfaat dengan mengetahui rasio ini antara lainnya adalah :

1. Dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lain.
2. Menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bersifat tetap.
3. Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Guna mengambil keputusan penggunaan sumber dana ke depan.

Bagi perusahaan sebaiknya penggunaan hutang tidak melebihi modal sendiri. *Debt to Equity Ratio* dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Debt to equity ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Sumber: Horne & Wachowicz (2018)

Total debt merupakan total liabilities (baik hutang jangka pendek maupun jangka panjang); sedangkan total modal sendiri merupakan total modal sendiri (total modal saham yang disetor dan laba yang ditahan) yang dimiliki perusahaan. Rasio ini menunjukkan komposisi dari total hutang terhadap total ekuitas. Semakin tinggi *Debt to Equity Ratio* menunjukkan komposisi total hutang semakin besar dibanding dengan total modal sendiri, sehingga berdampak semakin besar beban perusahaan terhadap pihak luar (kreditur).

Menurut (Sartono, 2012) 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. Menurut (Brigham & Houston, 2010) : “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”. Menurut (Fahmi, 2014): “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”. Menurut (Sudana, 2015) Tujuan memaksimalkan Nilai Perusahaan adalah :

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

Adapun jenis-jenis pengukuran rasio ini menurut (Fahmi, 2014) adalah sebagai berikut:

- a. *Earning per share* (EPS)
- b. *Price Earning Ratio* (PER) atau Rasio Harga Laba
- c. *Price Book Value* (PBV)

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (Suharto, 2010) 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 & Machfudz, 2011) 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 (Susanto, 2010) 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.

Menurut (Wibisono, 2010) Indikator-indikator menurut Sembiring yang terdiri dari 7 item sebagai berikut :

1. Lingkungan
 - a. Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi
 - b. Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
 - c. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.
 - d. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
 - e. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
 - f. Penggunaan material daur ulang
 - g. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
 - h. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
 - i. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
2. Energi
 - a. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
 - b. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
 - c. Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
 - d. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
 - e. Peningkatan efisiensi energi dan produk.
3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja
 - a. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
 - b. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
 - c. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.

- d. Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
 - e. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
 - f. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
4. Lain-lain Tentang Tenaga Kerja
- a. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat.
 - b. Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan.
 - c. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
 - d. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
 - e. Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja bidang pendidikan.
 - f. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
 - g. Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
 - h. Mengungkapkan statistik tenaga kerja.
 - i. Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - j. Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
 - k. Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
5. Produk
- a. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
 - b. Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan;
 - c. Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan;
 - d. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat.
6. Keterlibatan Masyarakat
- a. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni;
 - b. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar;
 - c. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;
 - d. Membantu riset medis;
7. Umum
- a. Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat;
 - b. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas

Menurut (Rusdianto, 2013) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

1. Keinginan mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu

Adapun pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

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

Ukuran Perusahaan

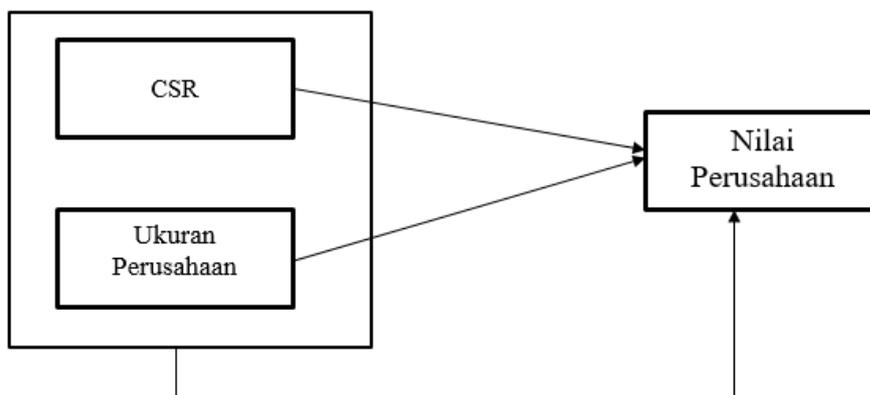
Menurut (Brigham & Houston, 2010) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut : “Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”. Menurut (Hartono, 2010) ukuran perusahaan (*firm size*) adalah sebagai berikut : “besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”. Ukuran perusahaan menunjukkan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan. Menurut (Torang, 2012) adalah : “Ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan”. (Khasanah, 2019) mengatakan bahwa: “ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan. Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha 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 langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah 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 sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah

Menurut (Lina, 2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio skala Rasio. Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva}$$

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Hipotesis

1. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.
2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2021
3. *Corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Sektor Perbankan yang terdaftar di BEI Tahun 2016-2021

METODE PENELITIAN

Jenis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian asosiatif, penelitian asosiatif adalah penelitian dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel (variabel bebas dan variabel terikat). Penelitian yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia khususnya untuk perusahaan Perbankan tahun 2016 sampai tahun 2021. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan daftar pernyataan (angket). Populasi penelitian sebanyak 44 perusahaan perbankan, dengan sampel perusahaan sebanyak 13 perusahaan dengan tahun pengamatan selama 6 tahun. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23, dengan pengujian instrument, pengujian asumsi klasik, dan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

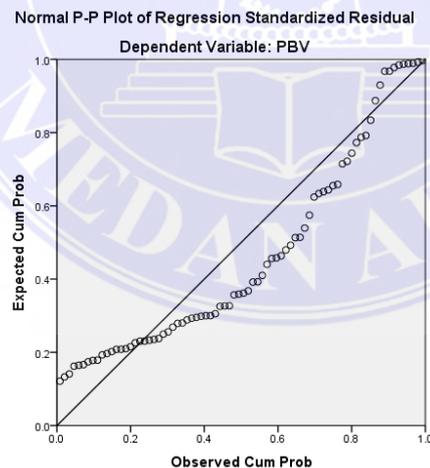
HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Hasil Penelitian

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Grafik



Berdasarkan gambar grafik diatas normal *probability plot* di atas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal

Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000

	Std. Deviation	.96420235
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.120
Test Statistic		.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

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

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa *Kolmogrov Smirnov* menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan berdistribusi normal karena masing-masing variabel memiliki *Test Statistic* 0,160 atau lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan memiliki data yang normal

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas Coefficients^a

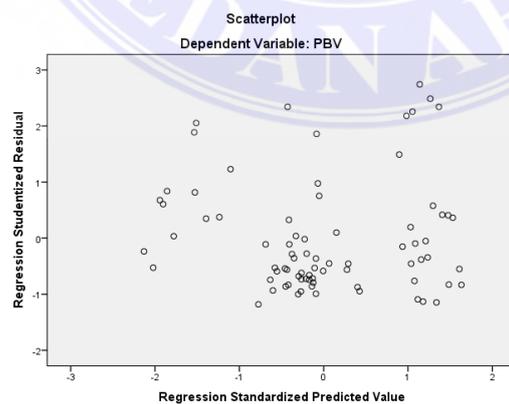
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.180	1.861		-2.246	.028		
	CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
	UK	.323	.087	.395	3.703	.000	.993	1.008

a. Dependent Variable: PBV

1. *Corporate Social Responsibility* (X_1) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,993 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,008 lebih kecil dari 10.
2. Ukuran Perusahaan (X_2) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,993 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,008 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan tidak terdapat variabel bebas serupa atau korelasi antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar diatas grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.861		-2.246	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.395	3.703	.000	.993	1.008

a. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :
 $Y = -4.180 - 0,764 X_1 + 0,323 X_2 + e$

1. Nilai konstanta sebesar 4.180 apabila variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dianggap nol, maka nilai perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021 adalah sebesar 4.180.
2. Nilai koefisien *corporate social responsibility* (X_1) sebesar -0,764 jika mengalami setiap kenaikan *corporate social responsibility* satu kali maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,764
3. Nilai koefisien ukuran perusahaan (X_2) sebesar 0,323 jika mengalami setiap kenaikan ukuran perusahaan satu kali maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,323.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.861		-2.246	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.395	3.703	.000	.993	1.008

a. Dependent Variable: PBV

1. *Corporate Social Responsibility* (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar -0,466 dengan nilai signifikan 0,643 sedangkan t_{tabel} yaitu $n-k = 78-2 = 76$ sebesar 1,991 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya $t_{hitung} (-0.466) < t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikan $0,643 > 0,05$ yang berarti bahwa secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.
2. Ukuran Perusahaan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,703 dengan nilai signifikan 0,000 sedangkan t_{tabel} yaitu $n-k = 78-2 = 76$ sebesar 1,991 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya $t_{hitung} (3,703) > t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara parsial variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.109	2	6.554	6.867	.002 ^b
Residual	71.586	75	.954		

Total	84.694	77		
-------	--------	----	--	--

a. Dependent Variable: PBV

b. Predictors: (Constant), UK, CSR

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari uji-F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 6,867 dengan nilai signifikan 0,002 pada F_{tabel} dengan tingkat kepercayaan 0,95 dengan signifikan 0,05, dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,66, maka diperoleh $F_{hitung} (6,867) > F_{tabel} (3,12)$ dengan nilai signifikan 0,002 dibawah nilai 0,05 menunjukkan bahwa variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.393 ^a	.155	.132	.97697	.751

a. Predictors: (Constant), UK, CSR

b. Dependent Variable: PBV

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R Square* sebesar 0,155 atau 15,5% yang berarti bahwa hubungan antara nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan adalah rendah. Pada tabel juga ditunjukkan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,155 atau 15,5% yang artinya variasi dari *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Sedangkan sisanya 84,5% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji statistik *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat nilai signifikan 0,643. Nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($\alpha=5\%$) atau nilai $0,643 > 0,05$. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai $t_{hitung} (-0.466) < t_{tabel} (1,991)$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.

Tingkat level pengungkapan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan pengungkapan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu meningkatkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan direspon oleh investor melalui peningkatan harga saham (Candrayanthi & Saputra, 2013) .

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Lovianda & Ibrahim, 2018) menunjukkan terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan Gas Bumi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti (Yuliana & Juniarti, 2015) hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Retail dan Trade, Healthy Care, Computer dan Service, dan Investment Company.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji statistik Ukuran Perusahaan terdapat nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($\alpha=5\%$) atau nilai $0,000 < 0,05$. Variabel Ukuran Perusahaan mempunyai $t_{hitung} (3,703) > t_{tabel} (1,991)$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan para investor memperhatikan ukuran perusahaan dan lebih memperhatikan informasi-informasi baik (*good news*) yang lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal Ukuran Perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Disisi sudut pandang investor ada kemungkinan besarnya aset belum tentu menghasilkan laba karena aset yang besar belum mampu menghasilkan keuntungan sesuai target atau aset yang besar dari aktiva tetap akan meningkatkan bunga hutang untuk membayar aktiva tetap sehingga jumlah aset yang besar akan menurunkan Nilai Perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan (Dewi & Wirajaya, 2013)

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Rumondor, Mangantar, & Sumarauw, 2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Plastik Dan Pengemasan Di BEI. Peneliti (Pristianingrum, 2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa secara simultan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021, dikarenakan hasil $F_{hitung} (6,867) > F_{tabel} (3,12)$ dengan nilai signifikan 0,002 dibawah nilai 0,05. Dengan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,155 atau 15,5% yang artinya variasi dari *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Sedangkan sisanya 84,5% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Cecilia, Rambe, & Torong, 2015) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran, Perusahaan Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Peneliti (Pristianingrum, 2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Secara parsial *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021, hal ini dilihat dari nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($\alpha=5\%$) atau nilai $0,643 > 0,05$. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai $t_{hitung} (-0,466) < t_{tabel} (-1,991)$.
2. Secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021, hal ini dilihat dari nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($\alpha=5\%$) atau nilai $0,000 < 0,05$. Variabel Ukuran Perusahaan mempunyai $t_{hitung} (3,703) > t_{tabel} (1,991)$

3. Secara simultan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021, hal ini dilihat dari nilai $F_{hitung} (6,867) > F_{tabel} (3,12)$ dengan nilai signifikan 0,002 dibawah nilai 0,05

Saran

1. Sebaiknya pengungkapan CSR perusahaan lebih dioptimalkan yakni dengan mengungkapkan semua aspek yang termasuk dalam pengungkapan CSR. Adanya pengungkapan yang lengkap maka akan menjadi informasi penting bagi penggunanya termasuk oleh investor yang dalam hal ini akan menurunkan tingkat skeptisme investor pada kinerja keuangan perusahaan.
2. Sebaiknya manajemen perusahaan mampu mengembangkan usahanya lebih besar lagi agar dapat menarik minat para stakholder untuk menanamkan modal keperusahaannya, sehingga perusahaan dapat lebih berkembang lagi dimasa yang akan datang
3. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan penerapan dan pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan standar yang telah dikeluarkan oleh *Global Reporting Index* (GRI). Selain itu, perusahaan hendaknya menerbitkan Laporan CSR secara terpisah yaitu Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Reporting*). Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W., Syariati, A., & Hamid, R. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Interest Based Debt (IBD) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2016. *Jurnal Manajemen Ide dan inspirasi*, 4(2), 122–135.
- Ardianto, E., & Machfudz, D. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ardila, I. (2019). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility indikator Kinerja Lingkungan Pada PT Indo Tambangraya Megah Tbk. *Prosiding Frama*, 1(1), 319–321.
- Brigham, E., & Houston, F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Devita, E. Y. (2015). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dimoderasi Oleh Debt Equity Ratio (DER). *Jom FEKON*, 2(2), 1–11.
- Dewi, A. S. M., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 358–372.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, R., Agustina, & Wijaya, S. W. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* (Vol. 3).
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hartono, J. (2010). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE UGM.

- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2012). *Dasar – Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Keenam*. Yogyakarta.: YPKN, UPP STIM.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Khasanah, S. K. (2019). Pengaruh Firm Size, Current Ratio, Profitabilitas, Dan Hutang Harga Saham Dengan Deviden Sebagai Moderating Variabel. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 3(1), 8–24.
- Lako, A. (2011). *Corporate Social Responsibility of Business*. Jakarta: Erlangga.
- Lina. (2013). Faktor-Faktor Penentu Pengungkapan Modal Intelektual. *Media Riset Akuntansi*, 3(1), 48–64.
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan*, 18(1), 1–26.
- Lovianda, R. J., & Ibrahim, M. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan Gas Bumi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *JOM FISIP*, 5(3), 1–13.
- Margaretha, F. (2011). *Manajemen Keuangan untuk Manajer Nonkeuangan*. Jakarta: Erlangga.
- Martono, & Harjito, A. (2010). *Manajemen Keuangan (Edisi 3)*. Yogyakarta.: Ekonisia.
- Mursitama, T. N. et. al. (2011). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi Studi Kasus Community Development Riau Pulp*. Jakarta: Institute for Development of Economics and Finance (INDEF).
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Perolehan, Ukuran Perusahaan, Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA*, 3(1), 961–971.
- Pristianingrum, N. (2017). Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 353–364.
- Rahma, D. A., Makhdalena, & Trisnawati, F. (2017). The Effect Of Csr, Profitability, Firm Size And Leverage To The Value Of The Company In Registered Manufacturing Company In Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 1–13.
- Rahmantari, N. L. L., Sitiari, N. W., & Dharmanegara, I. B. A. (2019). Effect of Corporate Social Responsibility on Company Value With Company Size and Profitability as Moderated Variables in Pharmaceutical Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Jagaditha*, 6(2), 121–129.
- Reeve, W. (2010). *Accounting Pengantar Akuntansi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rovita, D. I., 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.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, I. G. M. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394–4422.
- Sudana, I. M. (2015). *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori & Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharto, E. (2010). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. (2010). *A Strategic Management Approach, CSR*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.

- Sutrisno. (2010). *Manajemen Keuangan Teori, Konsep dan Aplikasi, Edisi Pertama, Cetakan Ketujuh*. Yogyakarta.: Ekonisia.
- Tandelilin, E. (2010). *Portofolio dan Investasi Teori dan Aplikasi. Edisi Pertama*. Yogyakarta.: Kanisius.
- Torang, S. (2012). *Metode Riset Struktur dan Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2010). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.
- Wibisono, Y. (2010). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: Gramedia.

