



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

Mohamad Rizky Saputra^{1*}, Ati Sumiati, S.Pd., M.Si.², Dra. Sri Zulaihati, M.Si.³

¹²³Jakarta State University

*Corresponding Author (rizky17422@gmail.com)

ABSTRACT

This study means to decide if there is an impact of profitability, firm size, and Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value. This study utilizes quantitative strategies. This study involves auxiliary information as budget summaries of related organizations contained in the authority site of the Indonesia Stock Exchange (IDX), to be specific www.idx.co.id. This study utilizes a non-likelihood testing procedure with a purposive examining method. The populace utilized in this study were all organizations recorded in Kompas100 which were recorded on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2020 with a sum of 100 which were then gathered utilizing specific measures into 62 organizations. The outcomes show that benefit emphatically affects firm value, firm size impacts firm value, CSR didn't affects firm value.

Keywords: *firm value, profitability, firm size, CSR*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan strategi kuantitatif. Kajian ini melibatkan informasi tambahan sebagai rangkuman anggaran organisasi terkait yang terdapat dalam situs otoritas *Indonesian Stock Exchange* (IDX), tepatnya www.idx.co.id. Penelitian ini menggunakan prosedur pengujian *nonprobability sampling* dengan metode pengujian *purposive*. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh organisasi yang tercatat di Kompas100 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020 dengan jumlah 100 yang kemudian dikumpulkan menggunakan kriteria tertentu menjadi 62 organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas secara tegas mempengaruhi nilai perusahaan, ukuran perusahaan memengaruhi nilai perusahaan, CSR tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Kata Kunci: Nilai perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, CSR

How to Cite:

Saputra, M. R., Sumiati, A., Zulaihati, S., (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan, dan Auditing*, Vol. 3, No. 1, hal 181-192. <https://doi.org/xx.xxxx/JAPA/xxxxx>.

PENDAHULUAN

Pasar modal sudah menjadi hal lumrah bagi perusahaan untuk mendaftarkan perusahaannya demi untuk mendapatkan kepercayaan bagi investor untuk investasi kedalam perusahaan mereka. Dikutip dari undang-undang Republik Indonesia No 8 Tahun 1995, Pasar Modal merupakan suatu perbuatan yang berhubungan dengan jual-beli dan pertukaran efek, Organisasi yang mempunyai hubungan dengan pemberi efek, dan yayasan dan pemanggilan yang berhubungan dengan Proteksi. Perlindungan adalah perlindungan, sebagai penegasan kewajiban, saham, obligasi, bukti kewajiban, perlindungan usaha, Unit Kerja Sama kontrak spekulasi agregat, kontrak nasib tentang Perlindungan, dan setiap bawahan efek.

Para koordinator dan pemasok kerangka kerja dan juga kantor-kantor untuk menyatukan penawaran perlindungan perdagangan terhadap berbagai pertemuan jual beli Perlindungan di antara mereka seperti yang ditunjukkan oleh Peraturan No. 8 Tahun 1995 disebut sebagai Perdagangan Saham. Perdagangan saham atau tempat jual-beli saham yang ada di Indonesia yaitu *Indonesian Stock Exchange (IDX)* atau Bursa Efek Indonesia (BEI). Dalam perdagangan saham ini terdapat perbedaan data terkait dengan organisasi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Mulai dari Laporan Moneter, Laporan Tahunan, Informasi Pasar, Saham, dan lain sebagainya. Untuk menarik perhatian para investor untuk berinvestasi dalam perusahaannya, ada beberapa cara yang dilakukan perusahaan di antaranya adalah dengan menaikkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dinilai penting untuk menambah jumlah investor yang masuk dalam perusahaan. Seperti yang dilakukan oleh Gojek dan Tokopedia. Mereka menggabungkan perusahaan mereka menjadi satu kesatuan, alhasil nilai saham mereka pun melejit sangat drastis seperti yang dilansir oleh (sindonews.com). Dalam pemberitaannya, Promoting Master, Yuswohady, mengatakan konsolidasi Gojek-Tokopedia ke dalam GoTo Gathering dinilai sebagai kerja sama terbesar di Indonesia. "Tentunya konsolidasi akan memperkuat keduanya," ujarnya, Selasa (18/5/2021). Seperti yang ditunjukkan oleh uang tunai, pemahaman konsolidasi muncul ketika Gojek dan Tokopedia - masing-masing didukung oleh pendukung keuangan kelas berat di seluruh dunia - berusaha meningkatkan produktivitas setelah sekitar 10 tahun berdiri, dengan menggabungkan administrasi mereka di bawah satu tahap.

Profitabilitas adalah proporsi kapasitas organisasi atau elemen untuk menciptakan keuntungan keseluruhan dari berbagai strategi dan pilihan yang dipilih oleh suatu asosiasi dalam periode pembukuan. Sasaran manfaat antara lain untuk memutuskan berapa banyak manfaat yang diperoleh dalam periode tertentu, untuk mengukur peningkatan manfaat sesekali, untuk mengukur berapa banyak manfaat setelah dibebankan dengan modal sendiri, untuk mengukur efisiensi semua organisasi. mensubsidi yang digunakan baik dengan menggunakan keuangan perusahaan maupun keuangan yang dapat diperoleh dari luar perusahaan, dan untuk mengukur efisiensi semua cadangan organisasi yang digunakan.

Tidak hanya profitabilitas, tentu saja merger antara Gojek dan Tokopedia juga mempengaruhi ukuran perusahaan mereka. Bagaimana tidak, Gojek dan Tokopedia merupakan dua perusahaan unicorn yang ada di Indonesia. Berdasarkan <https://industri.kontan.co.id/news/gojek-tokopedia-merger-berapa-valuasinya> value dari perusahaan ini mencapai US\$ 18 miliar.

Selain profitabilitas dan ukuran perusahaan, ada hal lain yang tidak kalah penting untuk membangun nilai organisasi, yaitu Corporate Social Obligation (CSR). Mengingat (kontan.co.id) Membangun kembali kepercayaan publik tidak akan cukup dengan pernyataan penerimaan norma-norma perincian praktis. Ini akan membutuhkan investasi pembuktian yang stabil dalam jangka panjang sebelum target pengumuman keterkelolaan dapat dicapai. Salah satu metode untuk membangun kembali kepercayaan itu adalah dengan membuat laporan CSR.

Dari penggambaran di atas, penulis berpendapat harus melakukan penelitian lebih jauh dengan mengangkat judul skripsi yaitu **“Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Kompas100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020”**

TINJAUAN TEORI

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga pasar yang akan bersedia dikeluarkan untuk calon pemegang saham untuk kewajiban dan perlindungan nilai dengan mengevaluasi kelebihan administrasi yang menjalankan organisasi. Menurut Sartono dalam (Utomo 2019) nilai perusahaan adalah nilai yang bersedia ditawarkan dari sebuah asosiasi sebagai bisnis yang berkelanjutan, setiap transaksi kelimpahan atas likuidasi harga adalah nilai dari asosiasi administrasi yang menjalankan asosiasi. Keown dalam (Utomo 2019) juga menambahkan bahwa nilai perusahaan juga dapat dilihat sebagai manfaat pasar dari perlindungan kewajiban yang luar biasa dan nilai perusahaan. Husnan dalam (Utomo 2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan dapat disimpulkan sebagai nilai yang akan dibayar pembeli dengan asumsi organisasi tersebut dijual. Berdasarkan (Fauziah 2017), nilai perusahaan dapat diperkirakan dengan menggunakan *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio* (PER), *Price Book Value* (PBV). Salah satu petunjuk estimasi yang digunakan menurut (Utomo 2019) adalah menggunakan teknik pendekatan biaya persediaan, khususnya *Tobin's Q*.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah proporsi kapasitas suatu organisasi atau substansi untuk menciptakan keuntungan keseluruhan dari berbagai strategi dan pilihan yang dipilih oleh suatu asosiasi dalam periode pembukuan. Produktivitas adalah proporsi kapasitas suatu organisasi atau substansi tunggal untuk menciptakan manfaat dengan mempertimbangkan modal yang digunakan (Zaharudin 2006). Sesuai Prosetyorini dalam (Hery 2017) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kapasitas organisasi untuk menghasilkan keuntungan keseluruhan dari latihan yang diselesaikan dalam periode pembukuan. Profitabilitas merupakan konsekuensi bersih dari bermacam-macam pengaturan dan pilihan yang diambil dari administrasi suatu asosiasi (Pearce/Robinson 2007).

Dari pengertian-pengertian di atas, dapat diduga bahwa profitabilitas merupakan bagian dari kapasitas suatu organisasi atau substansi untuk menciptakan keuntungan bersih dari berbagai strategi dan pilihan yang dipilih oleh suatu asosiasi dalam periode pembukuan.

Mengingat (Kariyoto 2017) Manfaat profitabilitas dapat diperkirakan dengan menggunakan beberapa petunjuk, yaitu Pendapatan bersih, Pengembalian Spekulasi (laba atas investasi modal awal), Pengembalian Nilai (ROE), dan Pengadaan per Penawaran.

Pointer yang dapat digunakan untuk mengukur produktivitas untuk mengukur manfaat adalah (1) *Return on investment* (ROI), (2) Rasio keuntungan terhadap nilai sendiri atau (ROE), (3) Proporsi pengembalian sumber daya terhadap aset atau ROA, (4) Pendapatan Bersih Keseluruhan, (5) Efisiensi, (6) *Gross margin dan operational margin* (Rangkuti 2013).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala yang menggambarkan ukuran organisasi yang dapat diperkirakan dengan menggunakan logaritma yang dapat disurvei dari sumber daya lengkap yang dicatat dalam ringkasan anggaran organisasi hingga akhir periode. Ukuran organisasi adalah tindakan yang menggambarkan ukuran organisasi yang dapat disurvei dari sumber daya organisasi yang lengkap (Hery 2017). Ukuran perusahaan adalah tolak ukur besaran ukuran suatu organisasi yang diperkirakan dengan memanfaatkan logaritma reguler dari seluruh aset perusahaan yang dimiliki oleh organisasi tersebut. Semakin diperhatikan sumber daya suatu kemajuan untuk menumbuhkan ukuran organisasi, begitu pula sebaliknya (Nurahman, Efendi, and Wicaksana 2011). Ukuran perusahaan dapat diasumsikan sebagai suatu nilai yang menunjukkan besaran ukuran suatu perusahaan yang dapat diperkirakan dengan menggunakan logaritma dari seluruh sumber daya yang dimiliki oleh organisasi yang tercatat dalam ringkasan anggaran organisasi menjelang akhir periode (Machmuddah 2020). Ukuran perusahaan adalah ukuran organisasi yang diperkirakan dengan memanfaatkan logaritma reguler dari sumber daya lengkap yang diklaim oleh organisasi. Semakin menonjol sumber daya suatu kemajuan untuk menumbuhkan ukuran organisasi, begitu pula sebaliknya (Effendi and Ulhaq 2021). Ukuran perusahaan adalah ukuran organisasi yang diprosikan dengan sumber daya yang lengkap, yang diperkirakan menggunakan logaritma reguler dari sumber daya absolut (Supriadi 2020).

Dari definisi di atas, dapat dikatakan bahwa untuk mengukur ukuran organisasi adalah dengan melacak logaritma reguler atau melalui jumlah dari sumber daya absolut organisasi.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan tanggung jawab dan kewajiban sosial perusahaan terhadap wilayah setempat sebagai campuran tugas bisnis dengan menitikberatkan pada moral, peraturan, pasar, mendukung mitra, pembeli, peredaran tenaga kerja dan produk, dan lain-lain yang memiliki dampak langsung atau koneksi backhand langsung ke organisasi. CSR dicirikan sebagai perpaduan kegiatan bisnis dan keuntungan dari semua kepentingan mitra, termasuk pelanggan, penyedia tenaga kerja dan produk, pendukung keuangan dan iklim yang tercermin dalam pendekatan dan kegiatan organisasi (Nurahman et al. 2011).

CSR merupakan tanggung jawab dan kewajiban sosial perusahaan untuk menawarkan bantuan bagi perbaikan daerah setempat (Maheka 2012). CSR adalah mengarahkan bisnis dengan cara yang melampaui apa yang diharapkan oleh moral, peraturan, pasar, dan lebih dari apa pun yang diantisipasi populasi secara keseluruhan dari bisnis (Yusuf 2017). Berdasarkan (Maria and Nindita Radyati 2014), sejauh mana CSR dapat mengacu pada aturan untuk membuat sampul latihan kewajiban sosial perusahaan. Panduan ini diberikan oleh GRI, dan dikenal sebagai laporan rawatan. Berdasarkan (Wati 2019), aturan yang dijadikan sebagai bahan acuan dalam pengungkapan CSR adalah Global Reporting Index (GRI). GRI adalah organisasi berbasis asosiasi yang telah memelopori kemajuan dunia, menggunakan sistem pengungkapan manajemen yang paling umum digunakan dan berfokus pada peningkatan dan pelaksanaan terus-menerus di seluruh dunia. Berdasarkan (Syairozi 2019), Organisasi akan dievaluasi seberapa banyak paparan sesuai dengan petunjuk untuk mengelompokkan tingkat wahyu. Pointer yang terlibat adalah penanda yang ada di GRI

Metode

Penelitian ini melibatkan informasi kuantitatif karena melibatkan angka sebagai penanda faktor penelitian untuk menjawab permasalahan penelitian. Didalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat, yaitu nilai perusahaan dan memiliki tiga variabel bebas, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Studi ini melibatkan informasi sekunder sebagai ringkasan anggaran tahunan organisasi terkait yang terdapat di situs otoritas Bursa Efek Indonesia (BEI). yaitu www.idx.co.id

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan strategi pengujian *purposive*. *Nonprobability sampling* adalah metode pemeriksaan yang tidak mempunyai kesetaraan dalam menentukan setiap variabel atau memiliki variabel yang dijadikan patokan untuk setiap komponen atau individu dari masyarakat untuk dipilih sebagai contoh. Untuk sementara, pemeriksaan bertujuan adalah prosedur pengujian dengan beberapa pertimbangan:

Populasi yang diteliti dalam jurnal ini adalah organisasi yang tercatat di Kompas100 yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020 dengan jumlah 100 organisasi. Setelah memilih organisasi mana yang diingat untuk langkah-langkah yang ditentukan sebelumnya, hasilnya adalah 62 organisasi.

Tabel 1. Kriteria Menunjukkan Populasi Terjangkau

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1	Populasi penelitian	100
2	Menggunakan mata uang selain Rupiah	(-13)
3	Menggunakan rupiah tetapi merugi dalam Laporan Tahunan 2018	(-5)
4	Tidak terdapat laporan pertanggungjawaban dalam Laporan Tahunan 2018	(-2)
5	Tidak terdapat laporan keuangan tahunan konsolidasian 2018 (financial report)	(-9)
6	Tidak terdapat Laporan Tahunan 2020	(-9)
Jumlah Populasi Terjangkau		62

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda berarti memutuskan apakah ada dampak dari setidaknya dua faktor bebas (X) pada variabel terikat (Y).

Tabel 2. Analisis Regresi Berganda

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	62	-13,38%	136,01%	12,1123%	18,17616%
Ukuran Perusahaan	62	582325570 294,00	140848725 3333333,20	1178872616794 39,3600	2836630115317 97,56000
CSR	62	,10	,55	,3508	,10214
Nilai perusahaan	62	,37	17,33	2,2389	3,01416
Valid N (listwise)	62				

Berdasarkan klarifikasi di atas, dapat dilihat bahwa informasi yang dipertimbangkan bertambah menjadi 62 organisasi, dengan tiga faktor bebas dan satu variabel terikat. Dengan perincian yaitu:

Variabel X1 dalam penelitian ini adalah profitabilitas dengan jumlah data sebanyak 62 perusahaan yang memiliki nilai minimal - 13,36% dan nilai maksimal 136,01%. profitabilitas ini memiliki mean sebesar 12,11% dengan standar deviasi 18,18%.

Variabel X2 dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan dengan jumlah data sebanyak 62 perusahaan yang memiliki nilai minimal 582325570294.00 dan nilai maksimal 140848725333333,20. Ukuran perusahaan ini memiliki mean 117887261679439,36 dengan standar deviasi 283663011531797,56.

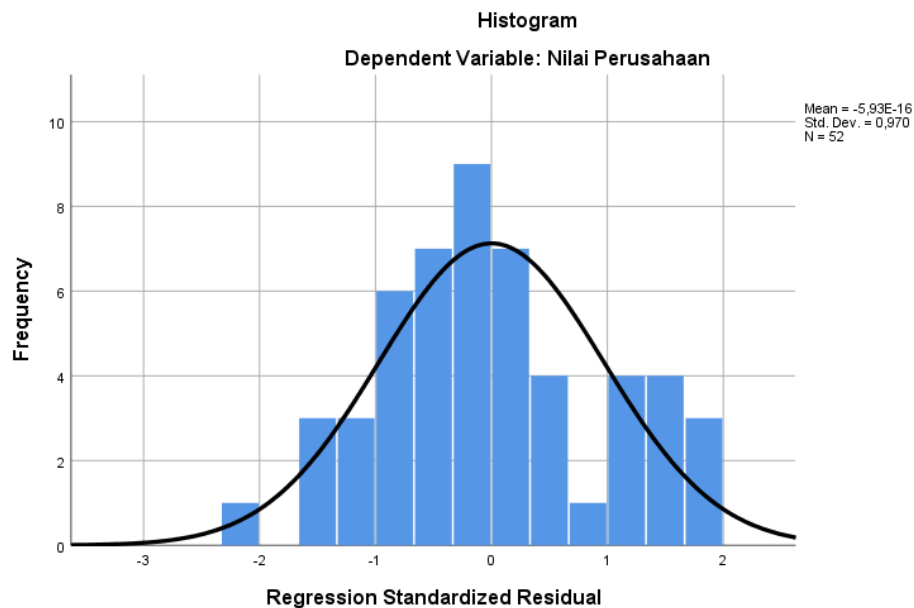
Variabel X3 dalam penelitian ini adalah CSR dengan jumlah data sebesar 62 perusahaan yang memiliki nilai minimal 0,10 dan nilai maksimal 0,55. CSR ini memiliki mean 0,35 dengan standar deviasi 0,10

Variabel Y dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dengan jumlah data sebanyak 62 perusahaan yang memiliki minimal 0,37 dan nilai maksimal 17,33. Nilai perusahaan ini memiliki mean 2,24 dengan standar deviasi 3,014.

Uji Persyaratan Analisis

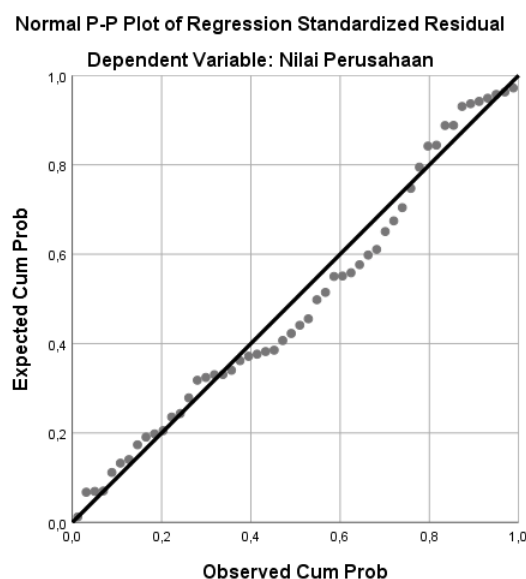
Normalitas

Diagram 1. Histogram



Berdasarkan diagram diatas dapat dilihat bahwa garis sudah membentuk sebuah lonceng sempurna maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa data berdistribusi secara normal.

Diagram 2. Normal P-P Plot



Dilihat dari garis besar di atas, sangat terlihat bahwa fokusnya tidak jauh dari garis miring yang menyiratkan bahwa informasi tersebut berdistribusi secara normal.

Linearitas

Tabel 3. Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual * PRE_New	Between Groups	(Combined)	3,646	10	,365	1,887	,075
		Linearity	,017	1	,017	,088	,768
	Deviation from Linearity		3,629	9	,403	2,087	,053
	Within Groups		7,923	41	,193		
Total			11,570	51			

Berdasarkan tabel di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi yang diperiksa diingat untuk klasifikasi langsung karena nilai signifikan linieritas menunjukkan berbagai 0,786 yang lebih besar daripada 0,050. Dengan begitu data dapat diterima dan dilanjutkan menuju pengujian selanjutnya.

Uji Hipotesis

Uji T

Tabel 4. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,657	1,862		4,111	,000
	Profitabilitas	,893	,212	-,494	4,212	,000
	Ukuran Perusahaan	,134	,055	-,290	2,441	,018
	CSR	,328	,208	,187	1,574	,122

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

1) Pengujian Hipotesis pertama (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $4,323 > t$ tabel $2,007$, sehingga dapat diduga bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan positif antara X1 terhadap Y.

2) Pengujian Hipotesis kedua (H2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah $0,018 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,441 > t$ tabel $2,007$, sehingga dapat diduga bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan positif antara X2 terhadap Y.

3) Pengujian Hipotesis ketiga (H3)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah $0,122 > 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $1,574 < t$ tabel $2,007$, sehingga dapat diduga bahwa H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X3 terhadap Y.

Uji F

Tabel 5. Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,982	3	1,994	8,272	,000 ^b
	Residual	11,570	48	,241		
	Total	17,552	51			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

Uji F diharapkan untuk memutuskan apakah ada dampak bersamaan (bersama-sama) yang diberikan oleh variabel bebas (X) pada variabel terikat (Y).

Berdasarkan hasil di atas, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1, X2, dan X3 secara bersamaan terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai F yang ditentukan adalah $8,272 > F$ tabel 2,79 sehingga sangat baik dapat diduga bahwa ada dampak dari X1, X2, dan X3 sepanjang waktu. bersamaan dengan Y.

Uji Determinasi

Uji determinasi menggambarkan tingkat dampak yang diberikan oleh faktor X secara keseluruhan terhadap variabel Y.

Berdasarkan informasi yang telah ditangani, diketahui bahwa nilai R Square adalah 0,191. Hal ini berarti pengaruh faktor X1, X2, dan X3 secara keseluruhan terhadap variabel Y adalah 19%.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis uji H1, yang didapatkan dari uji T-tabel adalah 2,029 dan T-hitung adalah 4,323 dan memiliki nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan hal ini, sangat mungkin disimpulkan bahwa variabel X1, profitabilitas secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini menyiratkan bahwa profitabilitas atau kemampuan organisasi untuk mencari keuntungan memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menentukan nilai suatu organisasi, jika suatu organisasi tidak menghasilkan keuntungan, maka dapat dipastikan bahwa nilai organisasi ini akan jatuh.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang diarahkan oleh (Suffah and Riduwan 2016) yang mendapat penelitian menghasilkan jenis manfaat tinggi memperluas biaya saham organisasi yang juga akan membangun nilai organisasi. Demikian pula, penelitian yang diarahkan oleh (Sucuahi and Cambarihan 2016) spesialis dari Filipina menemukan jenis produktivitas fraksional yang secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan. Efek samping dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian (Setiawati 2018) yang menunjukkan bahwa manfaat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dilihat dari pengujian hipotesis uji H2, didapatkan hasil dari uji T-tabel adalah 2,029 dan T-hitung adalah 2,767 dan memiliki nilai signifikansi 0,008. Mengingat hal ini, cenderung dianggap bahwa variabel X2, khususnya ukuran perusahaan, secara bermakna mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan tinjauan ini dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, semakin besar nilai perusahaan tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai ukuran perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan. Pemeriksaan ini sesuai dengan penelitian (Al-Slehat 2019) seorang ahli dari

Yordania yang memperoleh hasil bahwa semakin besar ukuran organisasi, semakin menonjol nilai organisasi. Efek samping dari penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dipimpin oleh (Panggabean 2018) yang memiliki penelitian yang menghasilkan jenis ukuran organisasi hasil konstruktif kritis pada nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dipimpin oleh (Rudangga and Sudiarta 2014) yang mendapatkan penelitian menunjukkan jenis ukuran organisasi sampai batas tertentu mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan.

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

Berdasarkan nilai uji hipotesis H3, mendapatkan nilai uji T-tabel adalah 2,029 dan T-hitung adalah 1,574 dan memiliki nilai signifikansi 0,274. Berdasarkan hal tersebut, cenderung beralasan bahwa variabel X3, khususnya CSR, tidak secara keseluruhan mempengaruhi nilai perusahaan.

Konsekuensi dari penelitian ini sesuai dengan penelitian yang diarahkan oleh (Panggabean 2018) yang menemukan bahwa konsekuensi dari pengujian sebagai *Corporate Social Responsibility* secara fundamental tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang diarahkan oleh (Putri, Sudarma, and Purnomosidhi 2016) yang memperoleh penelitian menghasilkan jenis perusahaan yang layak tidak terpengaruh oleh *Corporate Social Responsibility*. Daripada penelitian yang diarahkan oleh (Seo, Kim, and Park 2015) spesialis dari Korea Selatan yang memperoleh hasil antara CSR dan nilai perusahaan memiliki hubungan positif yang sangat besar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Terdapat pengaruh positif dan kritis antara manfaat dan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai produktivitas suatu organisasi, maka semakin tinggi pula nilai organisasi tersebut.
2. Ada dampak positif dan luar biasa antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah ukuran suatu organisasi, semakin tinggi nilai organisasi tersebut
3. Tidak ada dampak yang masif antara Corporate Social Obligation (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Saran

1. Saran pertama untuk peneliti selanjutnya adalah usahakan perusahaan-perusahaan yang sedang diteliti berada dalam satu koridor yang sama. Sebab persaingan, harga bahan baku, dll untuk tiap perusahaan pastinya berbeda dan akan mengalami kesulitan dalam menormalisasi data-data yang sudah ada.
2. Annual report biasanya dipublish ke publik sekitar bulan juli, tetapi tidak sedikit perusahaan yang pada bulan tersebut masih belum mengeluarkan annual report tahun sebelumnya. Untuk meminimalisir resiko ini sebaiknya dalam memilih tahun penelitian sebaiknya dilakukan riset awal apakah semua data bisa terkumpul terlebih dahulu atau yang lebih simpelnya lakukan penelitian dengan minimal memiliki jarak dua tahun dari tahun penelitian agar penelitian bisa dilakukan secara menyeluruh tanpa adanya data yang hilang.
3. CSR memiliki ruang lingkup yang terlalu luas sebab terdapat 91 item yang harus diteliti. Sebaiknya ruang lingkup penelitiannya dipersempit dan tidak semua bagian dari CSR yang diteliti. Didalam GRI 4 terdapat 6 kategori yang bisa dijadikan acuan dalam meneliti CSR. Kategori itu ada ekonomi, lingkungan, sosial, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung

jawab atas produk. Memilih salah satu harusnya masih dapat masuk kedalam ranah CSR yang bisa diteliti,

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Slehat, Zaher Abdel Fattah. 2019. "Impact of Financial Leverage, Size and Assets Structure on Firm Value: Evidence from Industrial Sector, Jordan." *International Business Research* 13(1):109.
- Effendi, Erfan, and Ridho Dani Ulhaq. 2021. *Pengaruh Audit Tenur, Reputasi Auditor, Ukuran Perusahaan Dan Komite Audit*. Indramayu: Adab.
- Fauziah, Fenty. 2017. *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen Dan Nilai Perusahaan Teori Dan Kajian Empiris*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Hery. 2017. *Riset Akuntansi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kariyoto. 2017. *Analisa Laporan Keuangan*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Machmuddah, Zaky. 2020. *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi*. Deepublish.
- Maheka, Arya. 2012. *Bagaimana Cara Membuat Perusahaan Yang Baik Dan Aman*. Yogyakarta: Kanisus.
- Maria, R., and Ph. .. Nindita Radyati. 2014. *Sustainable Business & Corporate Social Responsibility (CSR): First Edition*. CECT.
- Nurahman, Nuridzal, Asep Efendi, and Emir Wicaksana. 2011. *Panduan Lengkap Perencanaan CSR*. Jakarta: PenebarSwadaya.
- Panggabean, Muhammad Rizal. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility , Ukuran Perusahaan, Struktur Modal Dan Tax Avoidance Terhadap Nilai Perusahaan." *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha* 26(1):82–94.
- Pearce/Robinson. 2007. *Manajemen Strategies I*. 10th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Putri, Ayu Kumala, Made Sudarma, and Bambang Purnomosidhi. 2016. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Jumlah Dewan Komisaris Sebagai Variabel Pemoderasi." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 14(2):344–58.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *SWOT BALANCED SCORECARD*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rudangga, I. Gusti Ngurah Gede, and Gede Merta Sudiarta. 2014. "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 3(5):253779.
- Seo, Hae-jong, Kee-woong Kim, and Jin-woo Park. 2015. "A Study on Relation between Corporate Social Responsibility and Profitability-and-Corporate Value." *International Journal of Business and Social Research* 5(10):45–54.
- Setiawati, Loh Wenny. 2018. "Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015." *Jurnal Akuntansi* 12(1):29–57.
- Sucuahi, William, and Jay Mark Cambarihan. 2016. "Influence of Profitability to the Firm Value of Diversified Companies in the Philippines." *Accounting and Finance Research* 5(2).
- Suffah, Roviqotus, and Akhmad Riduwan. 2016. "Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan." *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi* 5(2):1–17.
- Supriadi, Imam. 2020. *Metode Riset Akuntansi*. Sleman: Deepublish.
- Syairozi, Muhamad Imam. 2019. *Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Manufaktur Dan Perbankan Tidar Media*. 1st ed. Magelang: Tidar Media.
- Utomo, Mohamad Nur. 2019. *Ramah Lingkungan Dan Nilai Perusahaan*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya.

Wati, Lela Nurlaela. 2019. *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myria Publisher.

Yusuf, Mohamad Yaser. 2017. *I CSR*. 1st ed. Depok: Kencana.

Zaharudin, Harmaizar. 2006. *Menggali Potensi Wirausaha*. 2nd ed. Bekasi: CV Dian Anygrah Prakasa.