

THE EFFECT OF COMPANY SIZE, LEVERAGE, CSR COSTS AND PROFITABILITY ON COMPANY VALUE

(In Manufacturing Industry Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2021)

Novita Sely Lutfiani, Rahandhika Ivan Adyaksana, Vidya Vitta Adhivinna

Akuntansi, Universitas PGRI Yogyakarta
rahandhika@upy.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of firm size, leverage, CSR costs and profitability on firm value. The sampling technique used in this study was purposive sampling. The number of samples in this study were 33 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for 2017-2021. The analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results of the study show that firm size, leverage, CSR costs have no significant effect on firm value, while profitability has a significant positive effect on firm value.

Keywords: company size, CSR costs, profitability, firm value

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan, leverage, biaya CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 33 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2021. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, leverage, biaya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: ukuran perusahaan, biaya CSR, profitabilitas, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan yang berorientasi pada laba salah satunya dapat meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham (Dewantari et al., 2019). Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri (Suwardika & Mustanda, 2017). Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi. Harga saham yang tinggi akan berbanding lurus dengan nilai perusahaan yang tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat rasa percaya seorang investor terhadap perusahaan akan meningkat (Suwardika & Mustanda, 2017). Pentingnya nilai perusahaan tersebut telah membuat para peneliti untuk melakukan penelitian mengenai praktik dan motivasi perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Beberapa penelitian terkait dengan nilai perusahaan telah banyak dilakukan. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan (Devi & Manuari, 2021).

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, biaya CSR dan profitabilitas. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi, baik dari faktor eksternal maupun internal perusahaan. Banyak peneliti yang telah melakukan penelitian terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Berbagai penelitian yang telah dilakukan sebelumnya menemukan hasil yang beragam seperti yang ditunjukkan dengan hasil penelitian bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Dewi & Praptoyo, 2022).

Penelitian ini memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian, yang pertama adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI terdiri dari berbagai sub sektor industri sehingga dapat mencerminkan reaksi pasar modal secara keseluruhan. Disamping itu perusahaan industri manufaktur juga memiliki jumlah perusahaan terbanyak di Bursa Efek Indonesia. Alasan lainnya menurut (Sembiring & Trisnawati, 2019) bahwa saham-saham perusahaan manufaktur paling tahan terhadap krisis ekonomi di banding sektor lain karena dalam kondisi krisis atau tidak sebagian besar manufaktur tetap dibutuhkan. Sehingga industri ini harus tetap dikembangkan agar dapat muncul industri-industri manufaktur yang baik serta dapat memberikan manfaat bagi masyarakat indonesia. Maka peneliti ini mengangkat judul penelitian "Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Pengungkapan Biaya CSR Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021)".

LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS

Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Brigham dan Houston (2019) menyatakan bahwa sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. *Signaling Theory* merupakan teori yang menjelaskan bagaimana perusahaan dalam memberikan sinyal kepada pihak eksternal baik berupa sinyal yang positif maupun sinyal yang negatif yang tercermin dalam laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan. Apabila sinyal yang diberikan perusahaan berupa sinyal yang positif mengindikasikan bahwa kinerja dari perusahaan tersebut baik sehingga investor akan menerima *good news* (kabar baik), sebaliknya apabila sinyal yang diberikan perusahaan berupa sinyal yang negatif mengindikasikan bahwa kinerja dari perusahaan tersebut sedang mengalami penurunan atau sedang dalam keadaan yang kurang baik sehingga investor akan menerima *bad news* (kabar buruk).

Nilai Perusahaan

Salah satu hal yang dipertimbangkan oleh calon investor sebelum melakukan investasinya adalah melihat nilai perusahaan sebelum menanamkan modal pada perusahaan tersebut (Nandita & Kusumawati, 2018). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang tercermin pada harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi nilai perusahaan (Rasyid & Yuliandhri, 2018). Tujuan utama sebuah perusahaan adalah memaksimumkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of firm*). Nilai perusahaan tercermin dari nilai sekarang atas semua keuntungan yang diperoleh perusahaan yang diharapkan di masa depan (Sintyana & Artini, 2019).

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan dapat digambarkan kepada seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat digambarkan kepada total aset, jumlah penjualan, rata-rata penjualan dan rata-rata total dari aset perusahaan (Nugraha & Alfarisi, 2020). Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan tinggi memiliki akses yang mudah karena telah mempunyai kedudukan yang kuat pada pasar modal sehingga perusahaan yang memiliki skala ukuran yang besar dapat dengan mudah mendapatkan tambahan dana dari pihak eksternal yang selanjutnya perusahaan dapat memperoleh laba/keuntungan yang maksimal guna meningkatkan nilai perusahaan (Dewi & Praptoyo, 2020).

Leverage

Leverage merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan. *Leverage* juga sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam rangka meningkatkan keuntungan. Hutang berasal dari bank atau pembiayaan lainnya. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang, dianggap tidak sehat karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar (Dewantari et. al., (2019).

Biaya CSR

Biaya CSR merupakan biaya yang telah dianggarkan perusahaan untuk menjalankan kewajibannya yang berhubungan dengan lingkungan serta dapat mengatasi masalah sosial masyarakat akibat dari adanya kegiatan operasional perusahaan (Sugiana, 2020). Pelaksanaan CSR sangat memerlukan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR pada dasarnya tidak dibatasi secara khusus (Wardana et. al., 2021).

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam hal menghasilkan laba/keuntungan berdasarkan tingkat penjualan, aset serta modal saham tertentu (Dewi & Praptoyo, 2022). Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan suatu perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan melihat profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mengelola kekayaan perusahaan secara efektif dan efisien dalam memperoleh laba setiap periode (Dewantari et. al., 2019).

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah salah satu tolak ukur dalam mengukur nilai perusahaan yang dapat dilihat dari sisi seberapa besar *equity* (modal), *sales* (penjualan) dan aset perusahaan. Perusahaan yang memiliki skala atau ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki total aset yang besar karena perusahaan tersebut biasanya sudah banyak melakukan ekspansi dan mencapai tahap kedewasaan arus kas perusahaan dalam kondisi yang baik untuk jangka waktu yang relatif lama. Ukuran perusahaan yang besarpun akan terlihat lebih stabil dan mampu dalam menghasilkan keuntungan atau laba karena memiliki total aset yang besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki total aset yang kecil (Nugraha & Alfarisi, 2020).

H1: Ukuran Perusahaan positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Leverage merupakan ukuran besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai total asset (Nurminda et. al., 2017). *Leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban atau hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dengan menjaminkan aset yang dimiliki perusahaan (Nugraha & Alfarisi, 2020). *Leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan oleh kreditor, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aktiva suatu perusahaan. Apabila investor melihat sebuah perusahaan dengan asset yang tinggi namun resiko *leverage* nya juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Karena dikhawatirkan asset tinggi tersebut di dapat dari hutang yang akan meningkatkan risiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibanya tepat waktu (Sutama & Lisa, 2018).

H2: leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh biaya CSR terhadap nilai perusahaan

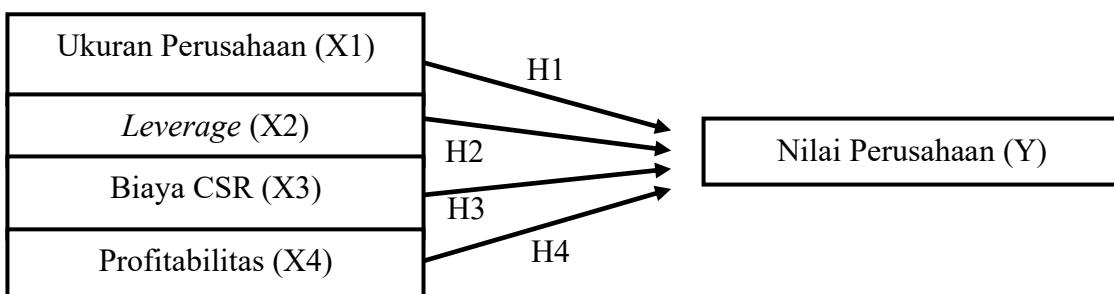
Pada dasarnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib untuk perusahaan pada bidang tertentu saja yaitu yang berhubungan dengan sumber daya alam. Sedangkan untuk perusahaan di bidang yang tidak berkaitan dengan sumber daya alam pelaksanaan CSR merupakan kegiatan yang bersifat sukarela. Pelaksanaan CSR sangat memerlukan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR pada dasarnya tidak dibatasi secara khusus (Wardana et. al., 2021). Perusahaan yang mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR akan memiliki potensi yang lebih besar dalam meningkatkan nilai perusahaan dari pada perusahaan yang tidak mengeluarkan biaya untuk kegiatan CSR (Yudharma et al., 2016).

H3: Biaya CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan pendapatan di masa depan dan merupakan salah satu indikator keberhasilan sebuah perusahaan (Sembiring & Trisnawati, 2019). Untuk menarik minat investor dalam berinvestasi, pihak manajemen akan berusaha untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dengan meningkatnya laba, maka akan memberikan dampak positif terhadap peningkatan harga saham di pasar modal, yang berarti nilai perusahaan dalam posisi yang baik. Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan. Karena, dengan meningkatnya profitabilitas maka nilai perusahaan pun akan baik di mata investor (Nurmind et al. , 2017).

H4: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan



Kerangka Berpikir

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Yogyakarta bulan Mei 2022 – Februari 2023. Tempat penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder diperoleh peneliti dari media perantara yang mendukung penelitian ini. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *proposive sampling*. *Proposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. (Sugiyono, 2018). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021, menerbitkan laporan keuangan 5 tahun berturut-turut, dengan nilai rupiah dan laba.

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Periode pengamatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dari tahun 2017-2021. Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode *proposive sampling*, sehingga sampel yang digunakan dengan kriteria-kriteria tertentu yaitu sebanyak 33 perusahaan manufaktur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 Hasil Pemilihan Sampel

No	Keterangan	Data
1	Populasi data perusahaan manufaktur (160x5)	800
2	Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangannya 5 tahun berturut-turut (22x5)	(110)
3	Perusahaan yang nilai nominalnya bukan rupiah (21x5)	(105)
4	Perusahaan yang tidak laba (84x5)	(420)
5	Data yang dioutlier	(81)
Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian		84

Sumber: Data Sekunder, 2023

Hasil statistik deskripsi nilai minimum dari nilai perusahaan yang diperkirakan PBV memiliki nilai sebesar 0,17 dan memiliki nilai maksimum sebesar 6,84. Nilai rata-rata yang dimiliki 84 sampel dalam kurun waktu 5 tahun menunjukkan hasil yang positif sebesar 1,1889 sehingga dapat diartikan persentase nilai perusahaan sebesar 1,19%. Hasil statistik deskripsi nilai minimum dari ukuran perusahaan yang diperkirakan SIZE memiliki nilai sebesar 12,73 dan memiliki nilai maksimum sebesar 29,90. Nilai rata-rata yang dimiliki 84 sampel dalam kurun waktu 5 tahun menunjukkan hasil yang positif sebesar 24,642 sehingga dapat diartikan persentase ukuran perusahaan sebesar 24,64%.

Hasil statistik deskripsi nilai minimum dari *leverage* yang diperkirakan LEV memiliki nilai sebesar 0,06 dan memiliki nilai maksimum sebesar 0,77. Nilai rata-rata yang dimiliki 84 sampel dalam kurun waktu 5 tahun menunjukkan hasil yang positif sebesar 0,3739 sehingga dapat diartikan persentase *leverage* sebesar 0,37%. Hasil statistik deskripsi nilai minimum dari biaya CSR yang diperkirakan B_CSR memiliki nilai sebesar 6,99 dan memiliki nilai maksimum

sebesar 9,99. Nilai rata-rata yang dimiliki 84 sampel dalam kurun waktu 5 tahun menunjukkan hasil yang positif sebesar 8,5045 sehingga dapat diartikan presentase biaya CSR sebesar 8,51%.

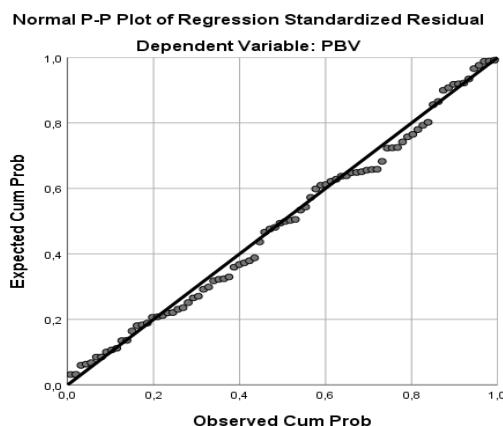
Hasil statistik deskripsi nilai minimum dari profitabilitas yang diperkirakan ROA memiliki nilai sebesar 0,00 dan memiliki nilai maksimum sebesar 0,51. Nilai rata-rata yang dimiliki 84 sampel dalam kurun waktu 5 tahun menunjukkan hasil yang positif sebesar 0,0743 sehingga dapat diartikan presentase profitabilitas sebesar 0,07%. Hasil perhitungan statistik deskriptif ditunjukkan pada tabel 2 berikut:

Tabel 1
Hasil Perhitungan Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PBV	84	0,17	6,84	1,1889	1,01870
SIZE	84	12,73	29,90	24,642	5,22227
LEV	84	0,06	0,77	0,3739	0,18052
B_CSR	84	6,99	9,99	8,5045	0,90163
ROA	84	0,00	0,51	0,0743	0,08222

Sumber: Data diolah, 2023

Normalitas data dari penelitian ini digunakan uji Normal P-P Plot dan *Kolmogorov Smirnov*, dengan nilai signifikansi harus diatas 5% (Ghozali, 2018). Pengujian normalitas data dengan menggunakan uji Normal P-P Plot dan *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan bahwa terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal dan nilai signifikansinya berada di atas 5%. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar 1 dan tabel 3.



Gambar 2 Grafik Normal P-Plot

Sumber: Olahan Data, 2023

Tabel 2
Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,61698621
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,064
	Negative	-,036
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah, 2023

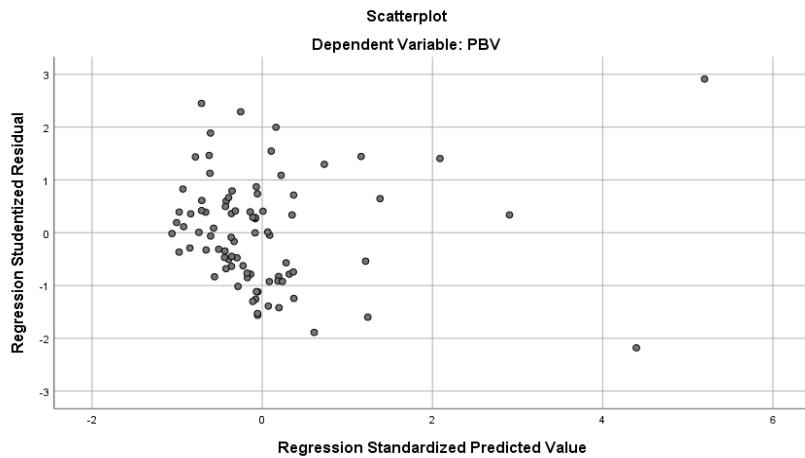
Jika nilai *Tolerance* di bawah 0,10 dan nilai VIF di atas 10 maka antar variabel independen terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018). Berdasarkan nilai *Tolerance* dan VIF terlihat bahwa tidak ada nilai *Tolerance* di bawah 0,10, begitu juga dengan nilai VIF tidak ada yang berada di atas 10. Hal ini berarti bahwa keempat variabel independen tersebut tidak terjadi hubungan multikolinearitas dan dapat digunakan untuk memprediksi nilai perusahaan. Berdasar output SPSS, dapat ditunjukkan besarnya VIF dari masing-masing variabel independen. Hasil tersebut dapat terlihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

	Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
1	(Constant)		
	SIZE	0,947	1,056
	LEV	0,916	1,091
	B_CSR	0,921	1,085
	ROA	0,943	1,061

Sumber: Data Olahan, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi. Berdasarkan output SPSS maka hasil uji heteroskedastisitas dapat ditunjukkan dalam gambar 2 berikut:



Sumber: Olahan Data, 2023

Gambar 3
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Uji autokorelasi ini menggunakan uji Durbin_watson dalam mendeteksi autokorelasi. Hasil perhitungan pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,180. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi dalam data penelitian ini. Berikut adalah hasil output SPSS uji Durbin-Watson ditunjukan dengan tabel 5.

Tabel 3
Hasiil Pengujian Autokorelasi Durbin-Watson

Model	Durbin-Watson
1	2,180

Sumber: Olahan Data, 2023

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dirumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS. Dari ke empat variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi dapat dilihat hasilnya variabel nilai perusahaan yang dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, *leverage*, biaya CSR dan profitabilitas dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,220 - 0,021X_1 + 0,729X_2 + 9,534X_3 + 0,060X_4$$

Adapun ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS tersebut sebagai berikut:

Tabel 4
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	0,220	0,851	0,259	0,796

	SIZE	-0,021	0,014	-1,550	0,125
	LEV	0,729	0,402	1,815	0,073
	ROA	9,534	0,869	10,965	0,000
	B_CSR	0,060	0,080	0,748	0,457

Sumber: Olahan Data, 2023

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka hasil pengujian secara parsial dapat ditunjukkan tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 5
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
1	(Constant)	0,220	0,851	0,259
	SIZE	-0,021	0,014	-1,550
	LEV	0,729	0,402	1,815
	B_CSR	0,060	0,080	0,748
	ROA	9,534	0,869	10,965

Sumber: Data Olahan, 2023

Pengujian model regresi dilakukan dengan menggunakan uji F. Dengan menggunakan program SPSS maka dihasilkan nilai signifikansi F sebesar 0,000. Hal ini mengindikasikan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini mempunyai *goodness of fit* yang baik untuk memprediksi model regresi dan variabel independen yang meliputi ukuran perusahaan, *leverage*, biaya CSR dan profitabilitas. Maka hasil pengujian uji F ditunjukkan tabel 8 sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,538	4	13,635	34,091	,000 ^b
	Residual	31,596	79	,400		
	Total	86,134	83			

Sumber: Data Olahan, 2023

Koefisiesn determinasi merupakan penunjuk mengenai besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai adjusted R². Hasil penelitian ini memberikan nilai adjusted R² sebesar 0,615. Hal ini mengindikasikan bahwa 61,5% variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan, *leverage*, biaya CSR dan profitabilitas, sedangkan selebihnya 38,5% variabel nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model ini. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di tunjukan tabel 9 sebagai berikut:

Tabel 7
Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,796 ^a	,633	,615

Sumber: Data Olahan, 202

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, mendapatkan hasil H1 tidak didukung dengan penjelasan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperoleh dari nilai uji statistik t dimana nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar $0,125 > 0,05$. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total asset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada diperusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik aset-asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019).

Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, mendapatkan hasil H2 tidak didukung dengan penjelasan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperoleh dari nilai uji statistik t dimana nilai signifikansi lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar $0,073 > 0,05$. Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi seluruh kewajiban atau hutang, baik hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang dengan menjaminkan aset yang dimiliki perusahaan (Nugraha & Alfarisi, 2020).

Pengaruh Biaya CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, mendapatkan hasil H3 tidak didukung dengan penjelasan bahwa biaya CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperoleh dari nilai uji statistik t dimana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar $0,457 > 0,05$. Pada dasarnya pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan bersifat wajib untuk perusahaan pada bidang tertentu saja yaitu yang berhubungan dengan sumber daya alam. Sedangkan untuk perusahaan di bidang yang tidak berkaitan dengan sumber daya alam pelaksanaan CSR merupakan kegiatan yang bersifat sukarela. Pelaksanaan CSR sangat memerlukan biaya. Besarnya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk CSR pada dasarnya tidak dibatasi secara khusus (Wardana et. al., 2021).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, mendapatkan hasil H4 didukung dengan penjelasan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut diperoleh dari nilai uji statistik t dimana nilai signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Profitabilitas dalam penelitian ini menggunakan proksi *Return On Aset* (ROA). *Return On Asets* (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset tertentu. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pada kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan (Sutama & Lisa, 2018).

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pengaruh dari variabel-variabel ukuran perusahaan, leverage, biaya CSR dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan perusahaan dengan ukuran yang besar belum tentu memiliki kinerja yang baik sehingga perusahaan belum tentu menghasilkan laba yang tinggi. Jadi investor dalam berinvestasi tidak melihat besar kecilnya ukuran perusahaan.
2. *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan penggunaan hutang yang tinggi akan menyebabkan timbulnya kebangkrutan, biaya keagenan, beban bunga yang semakin besar, dan sebagainya.
3. Biaya CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sebabkan CSR merupakan kegiatan yang bersifat sukarela kemungkinan semua investor tidak semua melihat biaya CSRnya.
4. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sebabkan perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang sehingga dapat memicu investor untuk menanamkan saham pada perusahaan.

Keterbatas dan Saran

Keterbatasan dalam penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan manufaktur sebagai data namun ketika semua perusahaan manufaktur digunakan dan diolah datanya justru tidak normal. Ketidak normalnya data kemungkinan disebabkan ada data yang terlalu signifikan perbedaanya dengan data lainnya. Hal ini menyebabkan peneliti banyak mengoutlier data untuk data bias berasumsi normal. Sarannya agar peneliti selanjutnya menggunakan setor-setor perusahaan batu bara apa saja yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Cheryta, A. M., Indrawati, N. K., & Moeljadi. (2017). The Effect Of Leverage, Profitability, Information Asymmetry, Firm Size On Cash Holding And Firm Value Of Manufacturing Firms Listed At Indonesian Stock Exchange. *International Journal Of Research In Business Studies And Management*, 4(4), 21–31. <Http://Dx.Doi.Org/10.22259/Ijrbsm.0404004>
- Devi, N. L. N. S., & Manuari, I. A. R. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(12), 3148–3161. <Https://Doi.Org/10.24843/Eja.2021.V31.I12.P09>
- Dewantari, N. L. S., Cipta, W., & Susila, G. P. A. J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverages Di Bei. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 74–83. <Https://Doi.Org/10.23887/Pjmb.V1i2.23157>
- Dewi, L. A., & Praptoyo, S. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(3), 1–19.
- Dewi, N. P. I. K., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(5), 3028–3056. <Https://Doi.Org/10.24843/Ejmunud.2019.V08.I05.P16>
- Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Forum Ekonomi*, 21(1), 67–75.
- Kolamban, D. V., Murni, S., & Baramuli, D. N. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Emba*, 8(3), 174–183.
- Kusnadewi, K., & Suputra, D. G. (2021). Pengungkapan Penerapan Corporate Social Responsibility Pada Hotel Aston Kuta. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1680–1691. <Https://Doi.Org/10.24843/Eja.2021.V31.I07.P06>
- Nandita, A., & Kusumawati, R. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Size Dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan. *Cam Journal*, 12.
- Nugraha, R. A., & Alfarisi, M. F. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Mirai Management*, 5(2), 370–377.
- Octaviany, A., Hidayat, S., & Miftahudin, M. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 30–36. <Https://Doi.Org/10.35130/Jrimk.V3i1.48>
- 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*, 353–364.

- Rahmadani, F. D., & Rahayu, S. M. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance (Gcg), Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Ekonam: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 1(2), 173–182. <Https://Doi.Org/10.37577/Ekonam.V1i2.216>
- Rasyid, F. A., & Yuliandhari, W. S. (2018). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Bumn Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi*, 4(2), 1137–1148. <Https://Doi.Org/10.33197/Jabe.Vol4.Iss2.2018.177>
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*. <Https://Doi.Org/10.24843/Jiab.2019.V14.I01.P06>
- Setiawati, L. W., & Lim, M. (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. <Https://Doi.Org/10.25170/Jara.V12i1.57>
- Sutama, D. R., & Lisa, E. (2018). Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food And Beverage Yang Terdaftar). *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*, 10(1), 21–39.
- Suwardika, I. N. A., & Mustanda, I. K. (2017). *Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti*. 6(3), 30.
- Wulandari, N. M. I., & Wiksuana, I. G. B. (2017). Peranan Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(3), 1278–1311.
- Zahara, A. H., Mulyatini, N., & Basari, A. (2019). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan. *Bisnis Management Dan Entreperneuship Journal*, 1(3), 155–168.