

**ANALISIS PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA
TAHUN 2017–2019**

Vincent Loekito*
Loh Wenny Setiawati†

ABSTRACT

Firm value is an important factor for the company because the firm value is not only a determinant of the condition of the company, but it can also attract investors to invest in the company. High stock prices make the market believe in the company's current performance and also the company's prospects. This means that company managers must think about the company's image in the eyes of shareholders by implementing corporate social responsibility. The size of the company is very important for the company because the size of the company is considered capable of influencing the value of the company. Every company will always try to increase its profitability so that the company will easily maintain its existence and attract investors to invest. This will have an impact on increasing the value of the company on the stock market. This study aims to analyze the effect of corporate social responsibility, firm size, and profitability on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2017–2019. This study used a purposive sampling technique with 156 observation data using multiple linear regression. The results of this study indicate that corporate social responsibility does not affect firm value, while firm size and profitability affect firm value.

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

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan pasti memiliki satu tujuan yang sama untuk menghasilkan laba yang semaksimal mungkin. Namun, seiring berkembangnya waktu dan zaman, perusahaan dituntut untuk tidak hanya memikirkan pendapatan, tetapi juga nilai perusahaan. Hery (2017) menyatakan bahwa harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan yang sesungguhnya. Harga saham yang tinggi membuat

* Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

† Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

pasar percaya dengan kinerja perusahaan saat ini dan juga terhadap prospek perusahaan pada masa mendatang.

Menurut Hery (2017), harga saham yang tinggi membuat pasar percaya dengan kinerja perusahaan saat ini dan juga terhadap prospek perusahaan pada masa mendatang. Ini berarti manajer perusahaan harus memikirkan citra perusahaan di mata para pemegang saham. Jika citra perusahaan di mata para pemegang saham buruk, kesejahteraan para pemegang saham akan menurun. Untuk mencegah hal itu terjadi, setiap perusahaan melakukan tanggung jawab sosial perusahaan atau yang dikenal *corporate social responsibility* (CSR).

Menurut Wati (2019), CSR adalah sebuah pendekatan yang memperlihatkan perusahaan dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dalam bisnis mereka. Pengukuran yang digunakan dalam pengungkapan CSR adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah sebuah jaringan berbasis informasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia.

Implementasi pembangunan berkelanjutan dapat diterapkan pada suatu usaha/bisnis melalui konsep *triple-P* atau *triple bottom line* dengan memadukan tiga aspek pada pelaksanaan bisnis usahanya. *Triple-P* mencakup keuntungan (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan hidup (*planet*) (Hadad & Maftuchah, 2015). Penggunaan konsep *triple bottom line* juga didukung oleh Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang menerbitkan peraturan terbaru OJK Nomor 51/POJK.03/2017 tentang penerapan keuangan berkelanjutan bagi lembaga jasa keuangan, emiten, dan perusahaan publik untuk mengembangkan dan menerapkan instrumen ekonomi lingkungan hidup, termasuk di dalamnya adalah kebijakan peduli kepada sosial dan lingkungan hidup di bidang perbankan, pasar modal, dan industri

keuangan nonbank sehingga pelaporan berkelanjutan wajib bagi perusahaan di bidang perbankan, pasar modal, dan industri keuangan nonbank.

Fadli *et al.* (2016) menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan CSR secara tidak langsung akan memperoleh manfaat. Hal ini bisa dilihat dari terbangunnya hubungan yang baik antara perusahaan dan masyarakat, terciptanya lingkungan hidup yang baik di sekitar perusahaan, dan terjaganya kelestarian sumber daya alam yang dapat menjadi sumber keberlangsungan bisnis perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Murnita dan Putra (2018) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan publik sektor pertambangan, sedangkan penelitian yang dilakukan Fajari dan Isynuwardhana (2019) menunjukkan bahwa variabel CSR secara parsial tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Menurut Hery (2017), ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecil usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Ukuran perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran atau skala perusahaan, akan semakin mudah bagi perusahaan dalam memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal (Hery, 2017). Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Perusahaan besar memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan sumber dana karena memiliki aset besar dan para investor atau kreditur akan lebih tertarik untuk meminjamkan modalnya. Selain itu, perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber pendanaan eksternal (Hery, 2017). Oleh karena itu, nilai perusahaan akan mudah untuk ditingkatkan dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Besar atau kecil ukuran perusahaan dihitung dari jumlah total aset yang dimiliki perusahaan (Supriadi, 2020). Hery (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan

menurut berbagai cara, antara lain dengan total aset dan nilai pasar saham. Penelitian yang dilakukan oleh Pratama dan Wiksuana (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Suryandani (2018) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan atau besar kecil perusahaan dianggap tidak memengaruhi nilai perusahaan.

Menurut Septiana (2019), profitabilitas merupakan faktor yang seharusnya mendapat perhatian penting karena untuk dapat melangsungkan hidup, suatu perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Hal ini membuat profitabilitas sangat penting bagi perusahaan karena setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya; semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin (Hery, 2017). Dengan keberlangsungan hidup badan usaha yang terjamin, perusahaan dengan mudah mempertahankan eksistensinya dan membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Hal ini berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan pada pasar saham. Penelitian tentang pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Languju *et al.* (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tarima *et al.* (2016) menunjukkan bahwa profitabilitas secara parsial tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah CSR berpengaruh pada nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan?

Batasan masalah pada penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2019.

2. TINJAUAN LITERATUR

Kerangka Teoretis

Nilai Perusahaan

Menurut Utomo (2019), nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan jual di atas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga pasar saham perusahaan. Indrarini (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan penilaian kolektif investor tentang kinerja suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan, sedangkan Hery (2017) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan tersebut semakin meningkat.

Tingginya harga saham juga akan berdampak pada tingginya tingkat pengembalian kepada investor sehingga semakin tinggi nilai perusahaan terkait dengan tujuan perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Selain itu, tingginya harga saham menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan baik sehingga masyarakat mau membayar lebih tinggi sesuai dengan harapan masyarakat untuk mendapatkan *return* yang tinggi pula.

Franita (2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang

investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Menurut Wati (2019), teori *stakeholder* merupakan kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. *Stakeholder* dibagi dalam dua kategori (Wati, 2019).

1. *Inside stakeholder*

Inside stakeholder terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada di dalam organisasi perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk ini adalah pemegang saham (*stockholder*), manajer, dan karyawan.

2. *Outside stakeholder*

Outside stakeholder terdiri atas orang-orang atau pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan, bukan pemimpin perusahaan, bukan pula karyawan perusahaan, melainkan mereka yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan yang dipengaruhi oleh keputusan yang diambil oleh perusahaan. Pihak-pihak yang termasuk dalam kategori *outside stakeholder* ini adalah pelanggan (*customer*), pemasok (*supplier*), pemerintah, masyarakat lokal, dan masyarakat secara umum.

Berdasarkan penjelasan teori ini, perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, tetapi harus memberikan manfaat kepada *stakeholder*-nya. Untuk memenuhi keinginan *stakeholder*, CSR menjadi salah satu strategi perusahaan. Para *stakeholder* akan memberi dukungan penuh kepada aktivitas perusahaan apabila pengungkapan CSR dapat dilakukan dengan baik sehingga tujuan perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mencapai laba dapat tercapai (Wati, 2019).

CSR

Menurut Said (2018), CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan. CSR menjadi acuan komitmen berkelanjutan kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberikan sumbangan pada pembangunan sekaligus memperbaiki mutu hidup angkatan kerja beserta keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan.

Metode yang digunakan untuk mengukur CSR adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). Menurut Wati (2019), GRI adalah sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan berkelanjutan dan berkomitmen untuk terus-menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Dalam penilaian luas pengungkapan CSR, ada beberapa item yang akan diberikan skor yang mengacu pada indikator kinerja yang disebutkan dalam *global reporting initiative guidelines*.

Indikator kinerja tersebut terbagi dalam tiga komponen utama, yaitu (a) ekonomi; dimensi ekonomi menyangkut keberlanjutan organisasi agar berdampak pada kondisi ekonomi *stakeholder* dan sistem ekonomi pada tingkat lokal, nasional, dan tingkat global. Indikator ekonomi dalam prosesnya menggambarkan arus modal berbagai pemangku kepentingan, dan dampak utama dari organisasi seluruh masyarakat kinerja keuangan merupakan hal yang mendasar untuk memahami organisasi dan keberlanjutannya; (b) lingkungan; dimensi lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi yang berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara, dan air. Kinerja mereka mencakup kinerja yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, kepatuhan lingkungan, dan informasi yang berkaitan lainnya, seperti limbah yang dapat merusak ekosistem lingkungan serta dampak dari produk dan jasa yang dihasilkan; (c) sosial; dimensi sosial menyangkut

keberlanjutan sebuah organisasi yang telah berdampak dalam sistem sosial yang beroperasi. Indikator kinerja sosial mengidentifikasi kunci aspek kinerja yang meliputi praktik perburuhan/tenaga kerja, hak asasi manusia, masyarakat/sosial, dan tanggung jawab produk.

Ukuran Perusahaan

Menurut Machmuddah (2020), ukuran perusahaan merupakan sebuah nilai yang menunjukkan besar kecil suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai nilai yang menunjukkan besar kecil suatu perusahaan yang diukur menggunakan logaritma dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan yang tercantum di dalam laporan keuangan pada akhir periode. Ukuran perusahaan juga dapat diartikan sebagai perbandingan besar atau kecil usaha suatu perusahaan atau organisasi (Hery, 2017).

Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*) (Hery, 2017). Besar kecil perusahaan akan memengaruhi kemampuan dalam menanggung risiko yang mungkin timbul dari berbagai situasi yang dihadapi oleh perusahaan. Hery (2017) menyatakan bahwa perusahaan besar memiliki risiko lebih rendah daripada perusahaan kecil karena perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi.

Menurut Rahmawati (2017), ukuran perusahaan diprediksi memiliki efek terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan dengan ukuran yang besar memiliki keunggulan dalam mengakses sumber-sumber daya yang tersedia dalam peningkatan kapasitas operasionalnya. Hery (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan, maka akan semakin mudah untuk memperoleh sumber pendanaan, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan besar

memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Oleh karena itu, para investor akan lebih merespon secara positif terhadap perusahaan besar sehingga akan meningkatkan nilai bagi perusahaan berskala besar.

Menurut Supriadi (2020), metode yang dapat digunakan untuk mengukur ukuran perusahaan adalah total aset. Dengan dana yang lebih banyak, perusahaan dapat menciptakan peluang pertumbuhan sehingga kinerja perusahaan lebih baik. Hery (2017) menambahkan bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai cara melalui total aset dan nilai pasar saham.

Profitabilitas

Menurut Hery (2017), profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) pada periode tertentu. Pengertian lain menyebutkan bahwa profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan. Septiana (2019) menyatakan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang menunjukkan berapa besar laba perusahaan dalam memanfaatkan semua sumber daya yang ada. Rasio profitabilitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui semua kemampuan dan sumber yang ada, seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, dan jumlah cabang.

Rasio profitabilitas memiliki arti yang sangat penting bagi semua pengguna laporan keuangan, terutama investor ekuitas dan kreditur. Bagi investor ekuitas, laba (*profit*) merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai dari sebuah efek sekuritas, sedangkan bagi kreditur, laba dan arus kas operasi umumnya merupakan sumber pembayaran bunga dan pokok. Rasio profitabilitas memiliki tujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu. Selain itu, rasio profitabilitas juga memberikan gambaran tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasinya (Septiana, 2019).

Selain itu, rasio profitabilitas juga memiliki tujuan untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala, manajemen dapat secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi (Hery, 2016).

Hipotesis Konseptual

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Wati (2019), CSR dikatakan sebagai komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya serta komunitas lokal dan masyarakat luas umumnya. Pengungkapan CSR merupakan cara mengomunikasikan informasi kepada *stakeholder*. Dengan demikian, *stakeholder* akan dapat mengetahui aktivitas sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini akan berdampak pada meningkatnya reputasi dan citra perusahaan. Oleh karena itu, CSR akan menjadi strategi bisnis dalam perusahaan untuk menjaga atau meningkatkan daya saing melalui reputasi dan citra perusahaan.

Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Murnita dan Putra (2018) yang menemukan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini juga didukung oleh Tjipto dan Juniarti (2016) yang menunjukkan hasil serupa. Namun, hasil ini memiliki simpulan yang berbeda dengan penelitian Fajari dan Isyuardhana (2019), yaitu variabel CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : CSR berpengaruh pada nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017), ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecil usaha dari suatu perusahaan atau organisasi. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau

skala perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal. Selain itu, perusahaan besar mempunyai lebih banyak sumber daya untuk meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Hasil penelitian yang dilakukan Pratama dan Wiksuana (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Sakdiah (2019) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Suryandani (2018) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan dianggap tidak dapat memengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hery (2017), rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Profitabilitas memiliki arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik pada masa yang akan datang atau tidak. Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Languju *et al.* (2016) menyatakan bahwa *return on equity* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini didukung oleh penelitian Wilson (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tarima *et al.*

(2016) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃ : Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan

3. METODE PENELITIAN

Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Metode yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Fauziah (2017) menyatakan bahwa PBV merupakan rasio harga saham per lembar terhadap nilai buku per lembar saham perusahaan. Rumus untuk menghitung PBV ialah *stock price* dibagi dengan *book value*.

Variabel Independen

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. CSR

Kinerja CSR perusahaan dapat diukur dengan menggunakan indikator *Sustainability Reporting Guidelines* (SRG), yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). Pedoman yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah *Global Reporting Initiative Generation 4* (GRI G4) yang dikeluarkan GRI pada Mei 2013 (Rezaee *et al.*, 2019). Pedoman GRI G4 memiliki sembilan puluh satu indikator yang terbagi dalam tiga aspek utama, yaitu

1. kinerja ekonomi yang terdiri atas sembilan indikator;
2. kinerja lingkungan yang terdiri atas tiga puluh empat indikator;
3. kinerja sosial yang terdiri atas empat puluh delapan indikator.

Secara singkat, indikator GRI G4 dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Corporate Social Responsibility Index (CSRI)} = \frac{\text{Company Disclosed Item (CDI)}}{\text{Number of Disclosure Item (NDI)}}$$

Keterangan :

CSRI = indeks CSR

CDI = total indikator yang diungkapkan perusahaan

NDI = jumlah indikator pengungkapan = sembilan puluh satu indikator

2. Ukuran Perusahaan

Menurut Supriadi (2020), ukuran perusahaan diprosikan oleh total aset, yang diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset. Dengan dana yang lebih banyak, perusahaan dapat menciptakan peluang pertumbuhan sehingga kinerja perusahaan lebih baik. Rumus untuk menghitung ukuran perusahaan adalah *firm size = log total assets*.

3. Profitabilitas

Menurut Hery (2017), rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Metode yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah *return on assets* (ROA), yang digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rumus untuk menghitung ROA adalah *(earnings after tax / total assets) x 100%*.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan-perusahaan manufaktur yang telah diaudit dan dipublikasikan selama periode 2017--2019 dan terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Laporan keuangan tahunan diperoleh dari sumber situs resmi BEI, yaitu *www.idx.co.id*. Populasi yang digunakan adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar pada

BEI selama periode 2017–2019 sebanyak 179 perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel penelitian dari populasi yang memenuhi kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam memilih sampel sebagai berikut: (1) merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017–2019; (2) menerbitkan laporan keuangan yang berakhir pada 31 Desember dan menggunakan mata uang rupiah; (3) tidak memiliki kerugian selama periode 2017– 2019; (4) memiliki data yang lengkap dan sesuai dengan variabel yang diteliti. Dari populasi tersebut, terpilih 82 perusahaan manufaktur yang dapat dijadikan objek penelitian. Jumlah tersebut dikali tiga tahun menjadi 246 perusahaan, lalu terdapat *outlier* sebanyak 90 sehingga diperoleh 156 data observasi.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda karena ingin menguji pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan menggunakan *program IBM Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 25 dengan nilai signifikansi 5%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data kuantitatif yang terlihat dari nilai rata-rata (*mean*), minimum, maksimum, dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang digunakan di dalam penelitian.

Tabel 4.1
Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics				
N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation

Nilai Perusahaan	156	.05472	5.00391	1.613256 0	1.20789426
<i>Corporate Social Responsibility</i>	156	.02198	.49451	.2190054	.11435190
Ukuran Perusahaan	156	11.20293	13.98470	12.46288 43	.60714100
Profitabilitas	156	.00042	.16881	.0646143	.03932139
Valid N (listwise)	156				

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.1, ditemukan hal-hal berikut.

1. Nilai perusahaan dengan rasio nilai minimum sebesar 0,05472 kali dimiliki oleh PT Nusantara Inti Corpora dan rasio nilai maksimum sebesar 5,00391 kali dimiliki oleh PT Semen Baturaja. Untuk nilai *mean*, nilai perusahaan memiliki rasio nilai sebesar 1,6132560 kali dengan standar deviasi sebesar 1,20789426 kali.
2. CSR dengan indeks nilai minimum sebesar 0,02198 (2,198%) dimiliki oleh PT Sepatu Bata dan PT Tempo Scan Pasific, sedangkan untuk indeks nilai maksimum sebesar 0,49451 (49,451%) dimiliki oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul serta PT Phapros. Nilai *mean*, CSR memiliki indeks nilai 0,2190054 (21,90054%) dengan standar deviasi sebesar 0,11435190 (11,43519%).
3. Ukuran perusahaan dengan nilai minimum sebesar 11,20293 (Rp11.202.930.000,00) dimiliki oleh PT Pyridam Farma dan nilai maksimum sebesar 13,98470 (Rp13.984.700.000.000,00) dimiliki oleh PT Indofood Sukses Makmur. Untuk nilai *mean*, ukuran perusahaan memiliki nilai 12,4628843 (Rp 12.462.884.300.000,00) dengan standar deviasi sebesar 0,60714100 (Rp 607.141.000.000,00).
4. Profitabilitas dengan rasio nilai minimum sebesar 0,00042 (0,042%) dimiliki oleh PT Buana Artha Anugerah dan rasio nilai maksimum sebesar 0,16881 (16,881%) dimiliki oleh PT Siantar Top. Untuk nilai *mean*, profitabilitas memiliki rasio nilai 0,0646143 (6,46143%) dengan standar deviasi sebesar 0,03932139 (3,932139%).

Uji Hipotesis

Uji asumsi klasik sudah dilakukan. Hasilnya data dalam model regresi penelitian ini terdistribusi secara normal, bersifat homokedastisitas, tidak terdapat heteroskedastisitas, dan bebas autokorelasi.

a. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Tabel 4.2
Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.526 ^a	.277	.253	1.04431528

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,253 atau 25,3%. Hal ini menggambarkan bahwa variabel independen (CSR, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas) dapat memengaruhi variabel dependen (nilai perusahaan) sebesar 25,3%, sedangkan sisanya 74,7% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

b. Uji F

Tabel 4.3
Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regressio	62.557	5	12.511	11.47	.000 ^b
	n				2	
	Residual	163.589	150	1.091		
	Total	226.146	155			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada tabel F hitung (0,000) lebih kecil daripada nilai signifikansi yang telah ditentukan (0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, semua variabel independen, yaitu CSR, likuiditas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, yaitu nilai perusahaan.

c. Uji t

Tabel 4.4
Uji Statistik t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.911	1.900		-4.165	.000
Corporate Social Responsibility	-.204	.819	-.019	-.249	.803
Ukuran Perusahaan	.693	.156	.349	4.452	.000
Profitabilitas	9.204	2.415	.300	3.811	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dibentuk persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -7,911 - 0,204 \text{ CSR} + 0,693 \text{ UP} + 9,204 \text{ PR} + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

α = konstanta

β_i = koefisien regresi

CSR = *corporate social responsibility*

LK = likuiditas

LR = *leverage*

UP = ukuran perusahaan

PR = profitabilitas

Hasil pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk CSR sebesar 0,803, lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

b. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk ukuran perusahaan sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan.

c. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk profitabilitas sebesar 0,000, lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan rendahnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Selain itu, investor perusahaan cenderung menganggap CSR tidak menjadi acuan dalam membeli saham. Sejak Mei 2013, *Global Reporting Initiative* (GRI) mengeluarkan pedoman terbaru yang digunakan dalam pengungkapan CSR adalah *Global Reporting Initiative Generation 4* (GRI G4) (Rezaee *et al.*, 2019). Namun, dalam penelitian ini, masih banyak perusahaan manufaktur yang menjadi sampel data penelitian yang belum menggunakan standar GRI G4. Ini terbukti dari rendahnya pengungkapan CSR yang dinyatakan perusahaan berdasarkan standar GRI G4.

Selain itu, investor tidak melihat CSR sebagai penentu pengambilan keputusan karena perusahaan masih dapat bertahan hanya dari sisi finansial. Berdasarkan teori *stakeholder*, perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi harus memberikan manfaat kepada *stakeholders*-nya. Menurut Wati (2019), *stakeholder* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *inside stakeholder*, yang terdiri atas orang-orang yang memiliki kepentingan dan tuntutan terhadap sumber daya perusahaan serta berada dalam organisasi perusahaan, dan *outside stakeholder*, yang terdiri atas pihak-pihak yang bukan pemilik perusahaan. Jadi, perusahaan masih dapat meningkatkan nilai perusahaannya tanpa harus melakukan tanggung jawab sosial perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Susilawati (2019) yang mengatakan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini menandakan bahwa perusahaan perbankan merupakan perusahaan yang bersifat fasilitatif dan tidak memiliki dampak lingkungan secara langsung. Sektor perbankan dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan tidak bersifat wajib, tetapi sukarela. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Stacia dan Juniarti (2015) yang mengatakan CSR secara parsial tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal

ini menunjukkan bahwa *shareholder* tidak terlalu memperhatikan kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Muniarti *et al.* (2018) bahwa CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan. CSR merupakan strategi jangka panjang yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik simpati *stakeholder* sehingga mampu mengangkat citra perusahaan dan diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan pengambilan keputusan oleh investor. Akan tetapi, sekarang ini investor jarang menggunakan CSR sebagai pertimbangan pengambilan keputusan dalam berinvestasi. Investor lebih mementingkan profit yang dihasilkan perusahaan dalam pertimbangan pengambilan keputusan untuk berinvestasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar nilai perusahaan. Umumnya, ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka perusahaan akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal (Hery, 2017). Oleh karena itu, dana yang melimpah akan mempermudah perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Selain itu, perusahaan besar mempunyai lebih banyak kesempatan untuk meningkatkan nilai perusahaan karena banyaknya sumber daya membuat perusahaan memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber pendanaan dari eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu, investor tentu akan lebih tertarik dengan perusahaan besar karena perusahaan besar memiliki risiko yang lebih rendah daripada perusahaan kecil dan perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi (Hery, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rudangga dan Sudiarta (2016) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan secara parsial

berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang besar dapat menjamin nilai perusahaan tinggi karena perusahaan besar berani melakukan investasi baru terkait dengan ekspansi sebelum kewajiban-kewajibannya (utang) terlunasi.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sakdiah (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Artinya, perusahaan besar dapat dengan mudah mengakses pasar modal. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wahyudi *et al.* (2016) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan (PBV). Hal ini disebabkan semakin besar ukuran perusahaan semakin fleksibel dan mudah bagi perusahaan untuk memperoleh dana, tetapi menyebabkan kekhawatiran pihak pemilik saham atas aset yang dimilikinya.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini membuktikan bahwa semakin besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka nilai perusahaan akan meningkat. Bagi investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai dari sebuah efek sekuritas. Oleh karena itu, profitabilitas memiliki arti penting dalam keberlangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang dan menunjukkan apakah perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik pada masa yang akan datang atau tidak (Hery, 2017).

Selain itu, profitabilitas dapat menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan karena profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian kondisi perusahaan (Hery, 2017). Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu meningkatkan profitabilitasnya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin (Hery, 2017).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Languju *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa *return on equity* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa *return on equity* menjadi tolak ukur bagi para investor akan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki secara efektif atau tidak.

Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Wilson (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan nilai perusahaan ditentukan oleh *earning power* maka semakin efisien perputaran aset atau semakin tinggi *profit margin* yang didapat oleh perusahaan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Ayu dan Suarjaya (2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan perspektif teori sinyal yang menjelaskan bahwa peningkatan profitabilitas yang tercantum dalam laporan keuangan merupakan upaya dalam memberikan sinyal positif kepada investor berkaitan dengan kinerja perusahaan dan pertumbuhan prospek usaha pada masa mendatang. Upaya tersebut dapat membangun sentimen positif dari investor sehingga berpengaruh pada kenaikan harga saham di pasar modal.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena rendahnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Karena itu, investor perusahaan cenderung menganggap bahwa CSR tidak menjadi acuan dalam membeli saham. Selain itu, banyak perusahaan manufaktur yang menjadi objek penelitian tidak menggunakan GRI G4 sebagai pedoman dalam program tanggung jawab sosial perusahaan mereka.

Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol ketiga berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan, perusahaan

akan semakin mudah memperoleh sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal (Hery, 2017). Oleh karena itu, dana yang melimpah akan mempermudah perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas sebagai variabel kontrol keempat berpengaruh pada nilai perusahaan. Hal ini karena investor ekuitas, laba merupakan satu-satunya faktor penentu perubahan nilai dari sebuah efek sekuritas. Dengan demikian, setiap perusahaan akan selalu meningkatkan profitabilitasnya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas maka kelangsungan hidup badan usaha akan lebih terjamin (Hery, 2017).

Saran

Perusahaan yang berada dalam sektor manufaktur diharapkan lebih sering melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya berdasarkan pedoman GRI G4. Hal ini agar perusahaan dapat menarik lebih banyak minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan karena saat ini prospek suatu perusahaan tidak hanya dilihat dari sisi finansial, tetapi investor juga melihat tanggung jawab perusahaan kepada sosial dan lingkungannya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Mediasi pada Perusahaan Pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112-1138.
- Fadli, M., Mukhlish., & Lutfi, M. (2016). *Hukum & Kebijakan Lingkungan*. Malang: UB Press.
- Fajari, M. A., & Isyнуwardhana, D. (2019). Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Jurnal Aksara Public*, 3(3), 89-100.

- Fauziah, F. (2017). *Kesehatan Bank, Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan Teori dan Kajian Empiris*. Samarinda: RV Pustaka Horizon.
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Hadad, M. D., & Maftuchah, I. (2015). *Sustainable Financing Industri Jasa Keuangan dalam Pembiayaan Berkelanjutan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Hery. (2016). *Financial Ratio for Business*. Jakarta: Grasindo.
- Hery. (2017). *Kajian Riset Akuntansi Mengulas Berbagai Hasil Penelitian dalam Bidang Akuntansi dan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo, Anggota IKAPI.
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan melalui Kualitas Laba (Good Corporate & Kebijakan Perusahaan)*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Languju, O., Mangantar, M., & Tasik, H. H. D. (2016). Pengaruh *Return on Equity*, Ukuran Perusahaan, *Price Earning Ratio* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan *Property and Real Estate* Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(2), 387-398.
- Machmuddah, Z. (2020). *Metode Penyusunan Skripsi Bidang Ilmu Akuntansi*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Muniarti, L., Rapini, T., & Sumarsono, H. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel *Intervening* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. *Jurnal: Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 26-36.
- Murnita, P., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Leverage* sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 1470-1494.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia.
- Pratama, I. G. B. A., & Wiksuana, I. G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5 (2), 1338-1367.

- Rahmawati, S. (2017). *Konflik Keagenan dan Tata Kelola Perusahaan di Indonesia*. Banda Aceh: Siah Kuala University Press.
- Rezaee, Z., Tsui, J., Cheng, P., & Zhou, G. (2019). *Business Sustainability in Asia Compliance, Performance, and Integrated Reporting and Assurance*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394-4422.
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Yogyakarta: Deepublish (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Sakdiah. (2019). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2018). *Society*, 10(2), 133-153.
- Septiana, A. (2019). *Analisis Laporan Keuangan Konsep Dasar dan Deskripsi Laporan Keuangan*. Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Stacia, E., & Juniarti. (2015). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. *Business Accounting Review*, 3(2), 81-90.
- Supriadi, I. (2020). *Metode Riset Akuntansi*. Yogyakarta: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA).
- Suryandani, A. (2018). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor *Property* dan *Real Estate*. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 1(1), 49-59.
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 31-46.
- Tarima, G., Parengkuan, T., & Untu, V. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Keputusan Investasi dan Keputusan Pendanaan terhadap Nilai Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di BEI Periode 2011-2014. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 465-474.
- Tjipto, E. P., & Juniarti. (2016). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor *Property and Real Estate*. *Business Accounting Review*, 4(1), 25-36.

- Undang-Undang No. 32 Tahun 2009. (2009). *Undang-Undang No. 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Jakarta: Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
- Utomo, M. N. (2019). *Ramah Lingkungan dan Nilai Perusahaan*. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Wahyudi, H. D., Chuzaimah., & Sugiarti, D. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan (Studi Penggunaan Indeks Lq-45 Periode 2010-2014). *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 156-164.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Wilson. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. *Prosiding seminar nasional pakar ke-3*, 2(61), 1-5.