

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN
DAN PERTUMBUHAN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-
2019)**

Umi Lathifatu Nur Tri Mukti*, Maslichah, Afifudin*****

Universitas Islam Malang

Email : umi.mukti94@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research to determine the effect of corporate social responsibility on firm value, 2) To determine the effect of firm size on firm value and 3) To determine the effect of profit growth on firm value. Using sample of Manufacturing industry listed on the Indonesia Stock Exchange and research period of 2017-2019, the results show that in general there is an influence between Corporate Social Responsibility, company size and profit growth on firm value. This research is an quantitative research and the sample used by the researchers using purposive sampling technique. The technique used by the researcher is Multiple Linear Regression Analysis with the help of SPSS 21. Based on the hypothesis testing and analysis of the variables of corporate social responsibility, firm size and profit growth on firm value that have been described, it can be concluded as follows : 1.) The results of testing the corporate social responsibility variable have a positive and significant effect on firm value, 2.) The test results of the firm size variable have a positive and significant effect on firm value and 3.) The results of testing the profit growth variable have no effect on firm value.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Company Size, Profit Growth and Company Value.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Sesuai Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, peraturan mengenai *Corporate Social Responsibility* hanya terdapat dalam 1 (satu) pasal yakni Pasal 74 yang menyatakan bahwa perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang mana kewajiban tersebut dianggarkan dan diperhitungkan sebagai upaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Apabila kewajiban tersebut tidak dijalankan maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Selanjutnya dalam penjelasan pasal tersebut ditegaskan pula mengenai tujuan diberlakukannya kewajiban *Corporate Social Responsibility*, “untuk tetap menciptakan hubungan perseroan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat”.

Corporate Social Responsibility (CSR) benar-benar berperan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Saat ini perusahaan tak hanya dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom lines* yaitu *profit*, *people* dan *planet*. Tanggung jawab terhadap masalah lingkungan dan sosial diwujudkan dalam bentuk kegiatan-kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan. Maka, melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan senantiasa memberikan kontribusi positif terhadap masyarakat, sosial dan lingkungan didalam menjalankan aktivitas operasinya (Jekwam dan Hermuningsih, 2016).

Prasetyorini (2013), menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan

semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendaanaan baik yang bersifat internal atau eksternal.

Menurut Boediono (2005), informasi didalam suatu laporan keuangan yang dapat menarik para investor yaitu informasi terkait dengan laba perusahaan. Laba seringkali digunakan sebagai suatu dasar bagi determinan pada kebijakan pembayaran dividen, pedoman investasi, pengambilan keputusan dan unsur prediksi. Hal ini menunjukkan bahwa laba adalah sesuatu yang paling dipertimbangkan oleh investor untuk mengambil keputusan sebelum melakukan investasi, menjual saham yang dimilikinya dan tetap mempertahankan investasi yang dimilikinya.

Sebuah perusahaan didirikan memiliki tujuan untuk meningkatkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham itu sendiri. Sehingga hampir semua perusahaan memiliki tujuan utama adalah untuk menguntungkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham, sehingga mereka akan menginvestasikan modalnya terhadap perusahaan yang demikian.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah 1.) Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba perusahaan terhadap nilai perusahaan? 2.) Bagaimana *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan? 3.) Bagaimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan? 4.) Bagaimana pertumbuhan laba perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah 1.) Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba perusahaan terhadap nilai perusahaan. 2.) Untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. 3.) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. 4.) Untuk mengetahui pengaruh pertumbuhan laba perusahaan terhadap nilai perusahaan.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Cecilia, dkk (2015) dalam penelitiannya yang berjudul Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia dan Singapura menyatakan bahwa terdapat perbedaan pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan perkebunan antara di Indonesia, Malaysia dan Singapura dilakukan uji beda yaitu *One-sampel Test*. Hal ini diakibatkan karena perbedaan letak geografis, kultur budaya, sosial, ekonomi dan politik serta regulasi di masing-masing Negara.

Ayem dan Nikmah (2019) melakukan penelitian tentang Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* oleh suatu perusahaan maka akan semakin besar nilai perusahaan. Karena investor tertarik untuk berinvestasi terhadap perusahaan dengan tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang tinggi. Dan berdasarkan hal penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Likha dan Fitria (2019) mengungkapkan dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Pertumbuhan Laba, Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi *Corporate Social Responsibility* bahwa pengaruh pertumbuhan laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena modal kerja yang dimiliki oleh perusahaan tidak mampu menutupi hutang jangka pendeknya yang dapat menyebabkan kerugian yang harus ditanggung oleh perusahaan, jika hal tersebut terjadi terus-menerus maka akan mengurangi aktiva lancar perusahaan yang nantinya akan membuat rendah nilai rasio yang akan berdampak pada pertumbuhan laba.

Tinjauan Teori Nilai Perusahaan

Husnan (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Maka dari itu perusahaan yang *go public* dianjurkan untuk menentukan nilai perusahaan dan tidak hanya memperhatikan satu arah yang mempengaruhi besar kecilnya nilai dari perusahaan itu. Untuk memaksimalkan nilai perusahaan tidak hanya nilai ekuitas saja yang diperhatikan, tetapi sumber keuangan seperti hutang maupun saham preferennya (Jensen, 2001).

Corporate Social Responsibility

Dalam Program Promosi Kesehatan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia menjelaskan bahwa CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu konsep tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai rasa tanggung jawab perusahaan terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu di daerah tersebut, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak, khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut berada. Kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang baik adalah kegiatan yang terus berkelanjutan dan efek positifnya dapat langsung dirasakan oleh masyarakat.

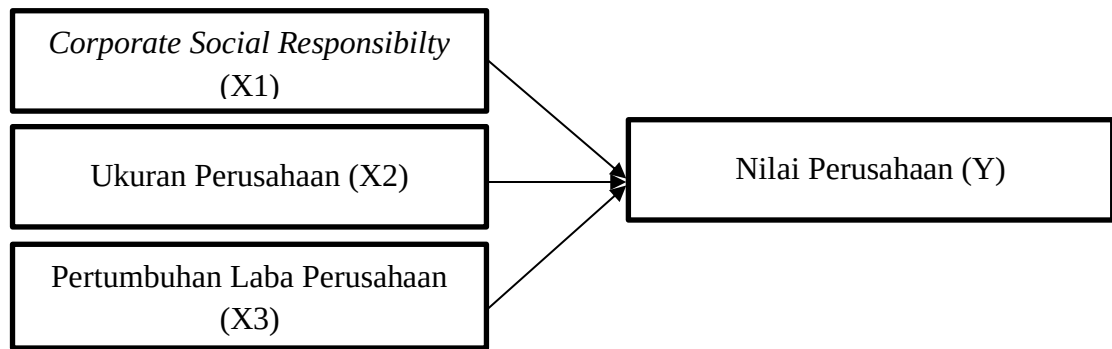
Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan. Maka dari itu banyak investor yang memeriksa nilai perusahaan sebelum berinvestasi karena untuk menjaga dari berbagai resiko (Suwito dan Herawaty, 2005)

Pertumbuhan Laba

Suatu perusahaan memiliki tujuan yaitu menghasilkan laba yang optimum. Adanya pertumbuhan laba dalam suatu perusahaan dapat menunjukkan bahwa pihak-pihak manajemen telah berhasil dalam mengelola sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Pertumbuhan laba dihitung dengan cara mengurangi laba periode sekarang dengan laba periode sebelumnya kemudian dibagi dengan laba pada periode sebelumnya (Likha dan Fitria, 2019).

KERANGKA KONSEPTUAL



Hipotesis Penelitian

H1 : *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Laba Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

H1a : *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1b : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

H1c : Pertumbuhan laba perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Data dan Sampel Penelitian

Sampel dari penelitian ini diambil dengan metode *purposive sampling* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019 dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan *annual report* secara konsisten dengan data keuangan yang lengkap tahun 2017-2019.
2. Perusahaan tidak mengalami kerugian selama tahun 2016-2019.
3. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember.
4. Perusahaan yang menggunakan satuan nilai mata uang rupiah dalam laporan keuangannya karena penelitian di lakukan di Indonesia.
5. Perusahaan yang tidak *delisting* dari Bursa Efek Indonesia selama tahun 2017-2019.
6. Perusahaan yang melaporkan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan CSR digunakan sebagai penentu tingkat pengungkapan kepedulian sosial perusahaan.

Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dua yaitu variabel independen dan variabel dependen. Yang termasuk dalam kategori independen adalah *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba. Sedangkan untuk variabel dependen adalah nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (X1) diukur dengan menggunakan checklist yang didasarkan pada pelaporan *Global Reporting Initiative* (GRI) G.4. Dalam Indeks *Global Reporting Initiative* (GRI) *Guidelines* disebutkan bahwa perusahaan harus menjelaskan dampak aktivitas perusahaan terhadap ekonomi, lingkungan dan sosial pada bagian standart *disclosure*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada laporan tahunan yang terdiri atas 6 fokus pengungkapan dan diukur menggunakan indikator empiris CSRDI.

$$CSRDI = \sum Xi : n$$

Keterangan:

CSRDI : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* atau indeks pengungkapan tanggung jawab sosial suatu perusahaan

X_i : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan, *Dummy Variable* : 1 = jika item diungkapkan, 0 = jika item tidak diungkapkan

n : Jumlah item untuk perusahaan

Ukuran Perusahaan (X2), secara matematis variabel ukuran perusahaan dihitung dengan rumus sebagai berikut (Hantono, 2016) :

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Total assets}$$

Pertumbuhan Laba (X3) dapat dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut : ntuk pertumbuhan laba dihitung menggunakan penghitungan sebagai berikut (Veronica dan Budiyo, 2021) :

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba Bersih tahun } (t) - \text{Laba Bersih tahun } (t - 1)}{\text{Laba Bersih tahun } (t - 1)}$$

Nilai Perusahaan (Y) diukur dengan menggunakan Tobin's Q menggunakan rumus (Herawaty, 2008) :

$$Q = \frac{MVE + D}{BVE + D}$$

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

MVE : Nilai pasar ekuitas atau *Equity Market Value* (closing price x jumlah saham yang beredar)

D : Nilai buku dari total hutang (kewajiban jangka pendek + kewajiban jangka panjang)

BVE : Nilai buku dari ekuitas atau *Equity Book Value*

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Metode Regresi Linier Berganda. Metode analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengukur kekuatan dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.CSR + \beta_2.UP + \beta_3.LP + e$$

Keterangan :

Y : Nilai Perusahaan

α : konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: *Slope* atau koefisien regresi

CSR : *Corporate Social Responsibility*

UP : Ukuran Perusahaan

LP : Pertumbuhan Laba Perusahaan

e : error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Sampel dari penelitian ini diambil dengan metode *purposive sampling* dihasilkan data sesuai yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2017-2019 adalah sebanyak 144 perusahaan, perusahaan manufaktur yang tidak menerbitkan *annual report* secara lengkap selama periode 2017-2019 adalah sebanyak 2 perusahaan, perusahaan manufaktur yang menyajikan data *annual report* menggunakan satuan mata uang bukan rupiah selama periode tahun 2017-2019 adalah sebanyak 17 perusahaan, perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian dalam laporan tahunan selama tahun 2016-2019 adalah sebanyak 111 perusahaan dan perusahaan yang masuk dalam kriteria sampel adalah sebanyak 14 perusahaan. Berikut daftar nama perusahaan yang masuk dalam sampel penelitian :

No	Kode	Nama Perusahaan
1.	ARNA	Arwana Citra Mulia, Tbk
2.	AUTO	Astra Otoparts, Tbk
3.	BUDI	Budi Starch & Sweetener, Tbk
4.	DVLA	Darya-Varia Laboratoria, Tbk
5.	GGRM	Gudang Garam, Tbk
6.	KLBF	Kalbe Farma, Tbk
7.	MYOR	Mayora Indah, Tbk
8.	PYFA	Pyridam Farma, Tbk
9.	SIDO	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul, Tbk
10.	SKLT	Sekar Laut, Tbk
11.	SMSM	Selamat Sempurna, Tbk
12.	SRSN	Indo Acidatama, Tbk
13.	STTP	Sinatar Top, Tbk
14.	WTON	Wijaya Karya Beton, Tbk

Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	42	.02	.12	.0748	.02873
Ukuran	42	25.80	32.00	28.9090	1.54457
Laba	42	.005	1.119	.23429	.221084
Nilai	42	.65	4.93	1.9688	1.09675
Valid N (listwise)	42				

Sumber : Output SPSS, 2021

Pembahasan

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 2
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-5.440	1.840		-2.957	.005
	CSR	-.338	.144	-.344	-2.347	.024
	Ukuran	4.619	1.584	.425	2.916	.006
	Laba	-.050	.047	-.155	-1.079	.287

a. Dependent Variable: Nilai

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Berganda di atas, didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1.CSR + \beta_2.UP + \beta_3.LP + e$$

$$Y = -5,440 + (-0,338 X_1) + 4,619 X_2 + (-0,050 X_3) + e$$

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			CSR	Ukuran	Laba	Nilai
N			42	42	42	42
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0748	28.9090	.23429	1.9688
	Std. Deviation		.02873	1.54457	.221084	1.09675
Most Extreme Differences	Absolute		.196	.148	.197	.135
	Positive		.131	.148	.197	.135
	Negative		-.196	-.105	-.150	-.115
Test Statistic			.196	.148	.197	.135
Asymp. Sig. (2-tailed)			.000 ^c	.022 ^c	.000 ^c	.053 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.064 ^d	.285 ^d	.062 ^d	.400 ^d
	99%	Lower Bound	.058	.273	.056	.387
	Confidence	Upper Bound	.070	.296	.069	.412
	Interval					

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1335104164.

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *Kolmogrov-Sminov* data pada Tabel 3 maka diketahui sebagai berikut:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikan 0,064. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig 0,064 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.
2. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan 0,285. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai sig 0,285 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.
3. Variabel Pertumbuhan Laba memiliki nilai signifikan 0,62. Hasil ini menunjukkan nilai sig 0,62 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.
4. Variabel Nilai Perusahaan memiliki nilai signifikan 0,400. Hasil ini menunjukkan nilai 0,400 > 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5.440	1.840		-2.957	.005		
	CSR	-.338	.144	-.344	-2.347	.024	.893	1.120
	Ukuran	4.619	1.584	.425	2.916	.006	.903	1.108
	Laba	-.050	.047	-.155	-1.079	.287	.926	1.080

a. Dependent Variable: Nilai

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas yang disajikan pada Tabel 4 maka dapat diketahui hasil sebagai berikut :

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,893 dan nilai VIF sebesar 1,120.
2. Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,903 dan nilai VIF sebesar 1,108.
3. Variabel Pertumbuhan Laba memiliki nilai *Tolerance* sebesar 0,926 dan nilai VIF sebesar 1,080.

Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai *Tolerance* > 0,01 dan nilai VIF < 10 sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540 ^a	.292	.235	.38109	1.724

a. Predictors: (Constant), Laba, CSR, Ukuran

b. Dependent Variable: Nilai

Sumber : Output SPSS, 2021

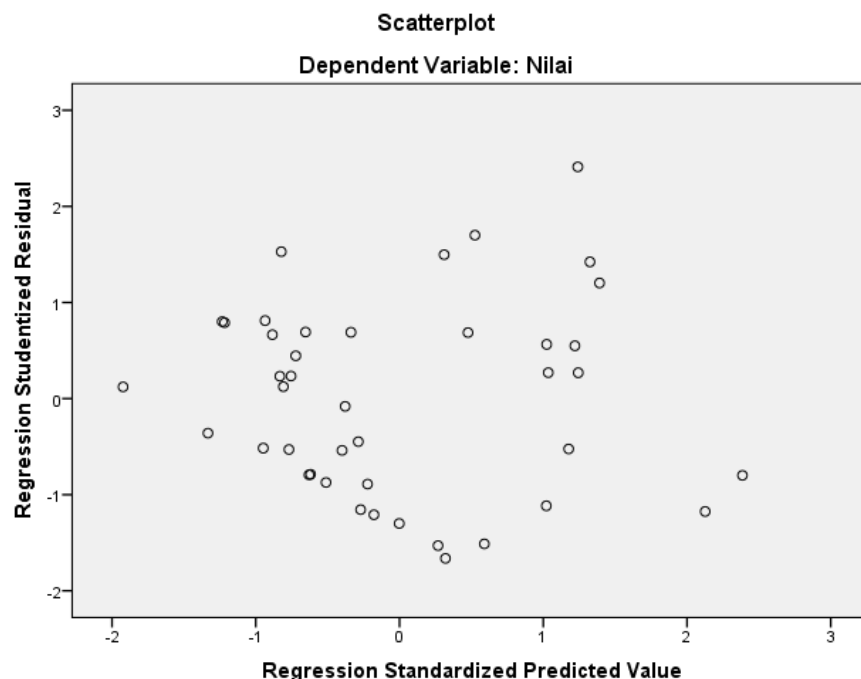
Berdasarkan hasil dari Uji Autokorelasi yang ditunjukkan pada Tabel 4.6 diketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,724 lebih besar dari batas atas (du) yakni 1,6617 dan kurang dari (4-du) $4 - 1,6617 = 2,3383$. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *Durbin-Watson* diatas, dapat disimpulkan bahawa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Output SPSS, 2021



Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas sesuai Gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada variabel dalam penelitian ini karena pola yang tergambar jelas, serta titik yang menyebar di bawah dan di atas angka nol pada sumbu Y.

Uji Hipotesis

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6
Hasil Uji Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.216	3	.739	5.086	.005 ^b
	Residual	5.374	37	.145		
	Total	7.589	40			

a. Dependent Variable: Nilai

b. Predictors: (Constant), Laba, Ukuran, CSR

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan dari Hasil Uji F pada Tabel 6, diperoleh nilai F sebesar 5,086 dan nilai signifikan sebesar 0,005. Nilai signifikan (0,005) lebih kecil dari α (0,05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Bahwa variabel independen, *Coporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Laba secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan.

Hal yang mendasari pengujian berpengaruh positif ini adalah pada dasarnya *coporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba dapat menarik minat para investor untuk membeli saham dan menempatkan dananya pada perusahaan tersebut sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540 ^a	.292	.235	.38109

a. Predictors: (Constant), CSR, Ukuran, Laba

b. Dependent Variable: Nilai

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada Tabel 7 di atas, didapatkan bahwa nilai R Square sebesar 0,292 atau sebesar 29,2%. Nilai R Square sebesar 0,292 menunjukkan bahwa variabel-variabel independen pada model, yaitu *coporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba tidak mampu memberikan informasi yang dibutuhkan untuk dapat memprediksi variabel dependen, yaitu Nilai Perusahaan sebesar 29,2% dan pengaruh dari model variabel lain adalah sebesar 70,8%.

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 8

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-5.440	1.840		-2.957	.005
	CSR	-.338	.144	-.344	-2.347	.024
	Ukuran	4.619	1.584	.425	2.916	.006
	Laba	-.050	.047	-.155	-1.079	.287

a. Dependent Variable: Nilai

Sumber : Output SPSS, 2021

Berdasarkan Hasil dari Uji Signifikansi Parsial (Uji t) Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel *coporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan dijelaskan di bawah ini :

1. Pengaruh *coporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Variabel *coporate social responsibility* memiliki nilai t sebesar -2,347 dengan nilai signifikan sebesar 0,024. Karena nilai Sig < 0,05 (0,024 < 0,05) maka H_0 ditolak dan H_{1a} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *coporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena tingkat keterbukaan, transparansi dan keikutsertaan perusahaan dalam program *coporate social responsibility* mampu menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Sehingga tersebut dapat meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Suryonugroho (2016) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai t sebesar 2,916 dengan nilai signifikan sebesar 0,006. Karena nilai Sig < 0,05 (0,006 < 0,05) maka H_0 ditolak dan H_{1b} diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan makin tinggi asset dan nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Suryonugroho (2016) menyatakan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan

Variabel pertumbuhan laba memiliki nilai t sebesar -1,079 dengan nilai signifikan sebesar 0,287. Karena nilai Sig > 0,05 (0,287 > 0,05) maka H_0 diterima dan H_{1c} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Walaupun dianggap bahwa perusahaan yang tidak menghasilkan tren laba yang meningkat dapat mengancam kondisi dan nilai perusahaan itu sendiri. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Hal ini sejalan dengan hasil dari penelitian Veronica dan Budiyanto (2021) yang menyatakan pertumbuhan laba berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Food and Beverage*.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *coporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan. Sampel dari penelitian ini diambil dengan metode menggunakan *purposive sampling* dengan didapatkan sebanyak 14 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2019.

Berdasarkan pengujian dan analisis hipotesis dari variabel *coporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian variabel *coporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Hasil pengujian variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Hasil pengujian variabel pertumbuhan laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Keterbatasan

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Memperoleh akses data yang lebih luas untuk memperoleh sampel yang lebih besar sehingga dapat digunakan mengidentifikasi laporan tahunan perusahaan.
2. Dapat ditambah variabel bebas lain agar dapat mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Saran

1. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memakai jenis perusahaan lain dengan sampel yang lebih luas , serta menggunakan rentang waktu penelitian lebih panjang .
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat ditambah variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan seperti *Good Corporate Governance* (GCG)

DAFTAR PUSTAKA

- Ayem, Sri dan Nikmah, Jamiatun. 2019. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)". *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*. Vol. 1, No. 2.
- Boediono, Gideon Sb. 2005. "Kualitas Laba : Studi Pengaruh Mekanisme *Corporate Governance* dan Dampak Manajemen Laba dengan menggunakan Analisis Jalur". *SNA VIII Solo*.
- Cecilia, Rambe, Syahrul dan Torong, M. Zainul Bahri. 2015. "Analisis Penaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang *Go Public* di Indonesia, Malaysia dan Singapura". *Jurnal Universitas Sumatera Utara*.
- Hantono, 2016. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, total Hutang, *Current Ratio* terhadap Kinerja Keuangan dan Harga Saham sebagai Variabel Moderating". *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil Universitas Prima Indonesia*. Vol. 6, No, 01.
- Herawaty, Vinola. 2008. "Peran Praktek *Corporate Governance* sebagai *Moderating Variable* dari Pengaruh *Earnings Management* terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Trisakti*. Vol. 20, No. 2.
- Husnan, Suad., 2008, *Manajemen Keuangan : Teori dan Penerapan Buku 1 Edisi 4*, Yogyakarta, BPFE
- Jekwam, Jendra Jaqualine dan Hermuningsih, Sri. 2018. "Memoderasi *Corporate Social Responsibility* dan Likuiditas terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI". *Jurnal Upajiwa Dewantara Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*. Vol. 2, No. 1.
- Jensen, Michael C. 2001. "*Value Maximization, Stakeholder Theory and The Corporate Objective Function*. *Journal of Applied Corporate Finance*. *Columbia Business School*
- Prasetyorini, Bhekti Fitri., 2013, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Negeri Surabaya*. Vol.1, No. 1.
- Suwito, Edy dan Herawaty, Arleen. 2005. "Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba yang dilakukan oleh Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta". *Jurnal Universitas Gunadarma*.

Veronica, Theresia dan Budiyo. 2021. “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Laba dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage*”. Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Vol. 10, No. 1.

***) Umi Lathifatu Nur Tri Mukti** adalah Alumni Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang

****) Maslichah** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang

*****) Afifudin** adalah Dosen Tetap Universitas Islam Malang