PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR ANEKA INDUTRI YANG TERDAFTAR DI BEI)

Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

ANISA DEWI SETYA NINGSIH

B 100 170 022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2021

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAANTERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDIEMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR ANEKA INDUTRI YANG TERDAFTAR DI BEI)

PUBLIKASI ILMIAH

oleh:

ANISA DEWI SETYA NINGSIH
B 100 170 022

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing

Zulfa Irawati, S.E., M.Si

NIK: 715

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAANTERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDIEMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR ANEKA INDUTRI YANG TERDAFTAR DI BEI)

OLEH

ANISA DEWI SETYA NINGSIH

B 100 170 022

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Sabtu, 30 Januari 2021
dan dinyatakan telah memenuhi

Dewan Penguji:

1. **Wiyadi, S.E., M.M, PhD** ( )
   (Ketua Dewan Penguji)
2. **Ahmad Mardalis, S.E., MBA.** ( )
   (Anggota I Dewan Penguji)
3. **Zulfa Irawati, S.E., M.Si.** ( )
   (Anggota II Dewan Penguji)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M
NIK. 131602918

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tiak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 30 Januari 2021

Penulis

ANISA DEWI SETYA NINGSIH

B 100 170 035

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAANTERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDIEMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SEKTOR ANEKA INDUTRI YANG TERDAFTAR DI BEI)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Coporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri yang Terdaftar di BEI). Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri. Populasi pada penelitian ini sebanyak 44 perusahaan, sedangkan sampel sebesar 15 perusahaan. Teknik pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *purposive sampling* dimana sampel ditentukan dengan kriteria tertentu. SPSS 15 digunakan dalam penelitian sebagai alat bantu analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *Coporate Social Responsibility* berpengaruh negatif signifikan pada Nilai Perusahaan; Profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan pada Nilai Perusahaan; Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *coporate social responsibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of Coporate Social Responsibility, Profitability adan Company Size on Firm Value (Empirical Study of Various Industry Sector Manufacturing Companies Listed on the IDX). This reseach is included in quantitative reseacrh. The populaction of this research is various industrial sector manufacturing companies. The population in this study werw 44 companies, while the sampel was 15 companies. The sampel selection technique in this research is using purposive sampling where the sampel is determined by certainn criteria. SPSS 15 is used in research as an analytcal tool. The results of this study indicate that: Coporate Social Responsibility has a significant negative effect on Firm Value; Profitability has not positive significant effect on Firm Value; Firm Size has a signiicant positive effect on Firm Value.

Keywords: coporate social responsibility, profitability, company size, company value

1. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan salah satu daya tarik bagi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Sehingga dalam hal ini keberhasilan manajemen perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menyejahterakan pemangku saham. Suatu perusahaan dikatakan

mempunyai nilai yang baik dapat dilihat dari kinerja perusahaan yang baik. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Investor cendurung lebih tertarik untuk menanam sahamnya pada perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dalam meningkatkan nilai perusahan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut Amiraya dan Atmini (2007), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah kebijakan deviden, profitabilitas, dan peryumbuhan jualan. Sedangkan menurut Dewi (2017), faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *Corporate Social Responbility* (CSR), ukuran perusahaan, dan deviden *payout ration*. Namun dalam peneltian ini hanya tiga faktor yang akan diteliti yairu *Corporate Social Respobility* (CSR), profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

Setiap perusahaan pasti memiliki orientasi untuk memperoleh laba bagi perusahannya, untuk itu perusahaan berusaha untuk membangun citra yang baik dimasyarakat dengan memberikan perhatiannya kepada lingkungan atau tanggung jawab sosial, yang lebih dikenal dengan *Corporate Social Respobility* (CSR) (Gosslimh dan Vocht, 2007). Menurut Suharto (2008:9) mengemukakan bahwa "CSR adalah kepedulian perusahaan yang mengyisihkan sebagain keuntungan (profit) bagi kepentingan pembangunan manusi (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional.".

Menurut Hanif (2015:2) mengemukakan bahwa semakin banyak bentuk petanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat yang dapat berpengaruh pada nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran dan kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut mampu bekinerja

dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. (Sudiarta, 2016). Apabila profitabilitas perusahaan baik maka *stakeholder* yang terdiri dari kreditur, supplier, dan investor akan melihat sejauh mana perusahaan dapat menghasilkan laba dari penjualan dan investasi perusahaa. Dengan baiknya kinerja perusahaan akan meningkakan pula nilai perusahaan.

Menurut Bright dan Houston (2010:90) mengemukakan bahwa "*Retrun On Assets* (ROA) adalah salah satu rasio profitabiltas yang mampu menunjukkan berapa banyak laba setelah pajak yang dapat dihasilkan dari rata-rata seluruh kekayaan yang dimiliki perusahaan". Oleh karena itu, semakin positif nilai ROA, maka semakin baik pula kemampuan perusahaan dalam mendayagunakan aset yang dimilikinya untuk menghasilkan laba.

Perusahaan yang besar memilki total aset yang besar, sehingga perusahaan mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan dengan aset yang dimilikinya sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang bersifat internal maupun eksternal untuk mencapai tujuan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan, dapat dilihat dengan menghiting seberappa besar aset yang dimilki oleh sebuah perusahaan.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk angka dengan menggunakan data sekunder yang akan diolah dan dianalisis dengan metode analisis regeresi berganda. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sekrtor aneka industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019. Informasi dalam penelitian ini dapat di akses melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id yang menerbitkan laporan tahunan lengkap. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik analisis dalam

penelitian adalah alaisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis.

a. Variabel Dependen

Untuk mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan rasio *Pice Book Value* (PBV) dan Tobins Q. Namun, dalam penelitian ini rasio yang digunakan adalah rasio PBV. Alasan digunakannya rasio PBV untuk mengukur nilai perusahaan adalah karena rasio PBV merupakan rasio yang sering digunakan untuk menentukan nilai perusahaan dan mengambil keputusan investasi dengan cara membandingkan harga pasar per saham dengan buku perusahaan.

$$PBV = \frac{Harga\ saham\ per\ lembar}{\text{Nilai buku per lembar saham}} \quad (1)$$

b. Variabel Independen

1) *Corporate Social Responsibility*

Menurut Solihin (2009: 3) mengemukakan bahwa CSR adalah salah satu dari bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *stakeholder*) tetapi juga keajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder)*.

$$CSRD = \frac{V}{\text{M}} \quad (2)$$

2) Profitabilitas

Menurut Sudana (2005: 25) mengemukakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aset, modal atau penjualan. Profitabilitas merupakan salah satu dasar penilaian kondisi suatu perusahaan, untuk itu dibutuhkan suatu alat analisis untuk bisa menilainya. Dalam penenlitian ini, rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas adalah Return On Asset (ROA).

$$ROA = \frac{Laba\ Setelah\ Pajak}{\text{Total Aset}} \quad (3)$$

3) Ukuran Perusahaan

Menurut Sujianto (2001: 21) mengemukakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total aset. Ukuran perusahaan yang diukur dengan aset perusahaan menunjukkan seberapa besar harta yang dimiliki perusahaan.

Size = Ln Total Aset (4)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
Nilai Perusahaan	25	0,31	1,61	0,8429	0,3966
CSR	25	0,05	0,46	0,2077	0,1079
Profitabilitas	25	0	1,62	2,2876	2,30467
Ukuran Perusahaan	25	28,27	35,27	32,3738	0,21473
Valid N (listwise)	25				

Berdasarkan tabel diatas variabel nilai perusahaan menunjukkan bahwa terdapat 25 data observasi, nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 0,31, nilai maksimum 1,61. Hal tersebut membuktikan bahwa nilai perusahaan pada penelitian ini dikisaran antara 0,31 sampai 1,61, dengan rata-rata (mean) sebesar 0,8429 dan stadar deviasi 0,3966.

Hasil analisis statsitik deskriptif diatas dikeitahui bahwa nilai minimum CSR sebesar 0,05, nilai maksimum 0,46. Hal tersebut membuktikan bahwa nilai CSR pada penelitian ini dikisaran antara 0,05 sampai 0,46 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,2077 dan standar deviasi 0,1079.

Profitabilitas dari hasil analisis stastistik deskriptif diatas diketahui bahwa nilai minimum profitabilitas sebesar 0,00, nilai maksimum 1,62. Hal tersebut membuktikan bahwa profitabilitas pada penelitian ini dikisaran antara 0,00 sampai 1,62, dengan rata-rata (mean) sebesar 2,2876 dan standar deviasi 2,30467.

Dari tabel diatas hasil statistik deskriptif diketahui bahwa nilai minimum ukuran perusahan sebesar 28,27, nilai maximum 35,27. Hal tersebut membuktikan

nilai perusahaan pada penelitian ini dikisaran 28,27 sampai 35,27, dengan rata-rata sebesar 32,3738 dan standar deviasi 0,21473.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas

Tabel 2.Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig (2-tailed)	Kolmogrov-Smirnov	Keterangan
0,737	0,685	Data Berdistribusi Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan *One Sampel Kolmogorov Sminov Test* diatas terlihat bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,737> 0,05. Nilai ini menunjukkan bahwa hasil pengujian lebih besar dari 0,05 sehingga data tersebut berdistribusi normal.

3.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolineartitas

Variabel	*Tolerance*	VIF	Keterangan
CSR	0,91	1,099	Data tidak terjadi multikolinearitas
Profitabilitas	0.897	1,115	Data tidak terjadi multikolinearitas
Ukuran Perusahaan	0,974	1,026	Data tidak terjadi multikolinearitas

Hasil Uji multikoliritas diketahui bahwa nilai Toleance > 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10. Ketiga variabel bebas tersebut memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF <10, sehingga dapat dikatakan bahwa antara variabel bebas tidak terjadi masalah multikolineritas.

3.2.3 Uji Heteroskedastistas

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskodastistas

Variabel	t_{hitung}	Sign	Kesimpulan
CSR	-0,721	0,479	Tidak Terjadi Heteroskedasitas
Profitabiltas	0,994	0,331	Tidak Terjadi Heteroskedasitas
Ukuran Perusahaan	1,388	0,18	Tidak Terjadi Heteroskedasitas

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa variabel CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan bebas dari heteroskedastisitas nilai sig > 0,05.

3.2.4 Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi dengan Uji Durbin-Watson

Nilai DW-hitung	Kriteria	Keterangan
1,815	1,5≥DW≤2,5	Data tidak terjadi autokorelasi

Dari tabel diatas diperoleh nilai DW sebesar 1,815 dimana terletas diantara angka 1,5 sampai 2,5 mqkq data tersebut tidak terjadi autokorelasi.

3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B	T	Sig
Constant	-1,753	-1,809	0,089
CSR	-1,424	-2,206	0,039
Profitabilitas	0,229	1,415	0,172
Ukuran Perusahaan	0,089	2,989	0,007

a. Nilai α sebesar -1,753 artinya jika variabel CSR X_1, profitabilitas X_2, dan ukuran perusahaan X_3 bernilai nol maka nilai perusahaan sebesar -1,753.
b. CSR bernilai negatif artinya variabel ini memiliki hubungan yang berlawan arah terhadap nilai perusahaan. Koefisien (β_1) = -1,424 menunjukkan bahwa jika profitabilitas dan ukuran perusahaan nilainya tetap sementara CSR ditingkatkan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -1,424.
c. Profitabilitas bernilai positif artinya variabel ini memiliki hubungan yang searah dengan nilai perusahaan. Koefisien (β_2) = 0,229 menunjukkan bahwa jika CSR dan ukuran perusahaan nilainya tetap sementara profitabilitas ditingkatkan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,229.
d. Ukuran perusahaan bernilai positif artinya variabel ini memiliki hubungan yang searah dengan nilai perusahaan. Koefisien (β_3) = 0,089 menunjukkan bahwa jika CSR dan profitabilitas nilainya tetap sementara nilai perusahaan ditingkatkan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami kenaikan sebesar 0,089.

3.4 Uji Hipotesis

3.4.1 Uji Statistik t

Tabel 7. Hasil Hasil Uji t

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Keterangan
CSR	-2,206	2,073	0,039	Berpengaru
Profitabilitas	1,415	2,073	0,172	Berpengaruh
Ukuran Perusahaan	2,989	2.073	0,007	Berpengaruh

a. Variabel CSR mempunyai t_{hitung} sebesar -2,206 dan t_{tabel} sebesar 2,073 (-2,206 > 2,073) dengan tingkat signifikansi 0,039 Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya CSR berpengaruh negatif dan signifkan tehadap nilai perusahaan. Hal ini tidak sesuai dengan H_1 yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
b. Variabel Profitabilitas mempunyai t_{hitung} sebesar 1,415 dan t_{tabel} sebesar 2,073 (1,415 < 2,073) dengan tingkat signifikansi 0,172. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H0 diterima dan H_2 ditolak yang artinya profitabilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan H_2 yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
c. Variabel Ukuran Perusahaan mempunyai t hitung sebesar 2,989 dan t table sebesar 2,073 (2,989 < 2,073) dengan tingkat signifikansi 0,007. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H0 ditolak dan H_3 diterima yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan H_2 yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

3.4.2 Uji Statistik F

Tabel 8. Hasil Uji F

F_{hitung}	F_{tabel}	Sig	Keterangan
4,879	3,44	0,01	H0 ditolak

Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 4,897. Karena nilai F hitung sebesar 4,879 > F tabel sebesar 3,44 maka H0 ditolak dan Ha diterima

dapat dikatakan bahwa semua varaibel independen (X) secara serentak berpengauh terhadap variabel dependen (Y).

3.4.3 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,641	0,441	0,327

Hasil analisis diatas diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,327 atau 32,7% yang berarti kemampuan variabel-variabel independen dapat menjalnkan variasi-variasi dependen sebesar 32,7%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 67,3% dipergunakan oleh variabel lain diluar penenlitian ini.

3.5 Pembahasan

3.5.1 Pengaruh variabel Corporate Social Responsibility terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil analisis data untuk hipotesis variabel petama menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar -2,206 > t_{tabel} sebesar 2,073 memiliki tingkat signfikan 0,039. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_1 ditolak sehingga dapat dinyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap varaibel nilai perusahaan. Menujukkan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam hubungan antara pengukuran CSR pada nilai perusahaan. Demikian, H_1 yang menyatakan bahwa manajemen laba memperlemah pengaruh pengukuran CSR pada nilai perusahaan. CSR belum mampu menyampaikan pengkuran CSR secara tepat kepada investor juga belum menangkap sebagai sesuatu yang perlu diperhatikan. Bertolak belakang dengan penelitian (Hartanti, 2006) dan sejalan dengan hasil penelitian (Kalvarina dan Saudana, 2019)

3.5.2 Pengaruh variabel profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian variabel kedua menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 1,415 < t_{tabel} sebesar 2,073 memiliki tingkat signifikani 0,1772. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H_2 ditolak. Dapat dinyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. Menunjukkan bahwa profitabilitas yang relatif rendah mencerminkan kemampuan

perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang relatif rendah bagi pemegang saham. Sejalan dengan hasil penelitian oleh (Rahmadani dan Siti, 2013)

3.5.3 Pengaruh variabel ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian variabel ketiga menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2,989 < t_{tabel} sebesar 2,073 memiliki tingakt siginifikan 0,007, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H_3 diterima. Dapat dinyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Arah positif meujukkan bahwa jika ukuran perusahaan meningkat maka nilai perusahaan meningkat pula. Sejalan dengan penelitian oleh (Sujoko, 2007).

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

a. Hasil pengujian menunjukkan variabel CSR berpengaruh signifikan dengan arah negatif. Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} -2,206 > t_{tabel} 2,073 sehingga H_1 yang meyatakan CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan tidak didukung pada penelitian ini.
b. Hasil pengujian menunjukkan variabel profitabilitas tidak berpengaruh dengarah arah positif. Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} 1,415 < t_{tabel} 2,073 sehingga H_2 yang menyatakan pofitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan tidak didukung pada penelitian ini.
c. Hasil pengujian menunjukkan varaibel ukuran perusahaan berpengaruh dengan arah positif. Dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 2,989 < t_{tabel} sebesar 2,073 sehingga H_3 yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan didukung pada penelitian ini.
d. Hasil uji F pada penelitian ini menyatakan bahwa F_{hitung} sebesar 4,897 > F_{tabel} sebesar 3,44 maka H0 ditolak dan Ha diterima artinya CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan secara serentak bepengaruh terhadap nilai perusahaaan. Hasil koefisen determinasi R^2 sebesar 0,327 menunjukkan bahwa pengaruh

CSR, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sebesar 32,7%.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan keterbatasan penelitian, maka peneliti dapat memberikan bebrapa saran, antara lain:

a. Bagi perusahaan

   Diharapkan perusahaan memperhatikan faktor CSR dan ukuran perusahaan karena keduanya mempengaruhi nilai perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan emiten untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja manajemen dimasa yang akan mendatang.

b. Bagi investor

   Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan investor dapat mempertimbangkan saat melakukan investasi pada perusahaan.

c. Bagi penelitian mendatang

   Bagi peneliti berikutnya, diharapkan untuk menambah variabel independen seperti *Current Ration*, Solvabilitas, Strukutur Modal dan pertumbuhan perusahaan. Dan dapat memperluas sampel penelitian misalnya memperpanjang periode pengamatan dan menambah sampel perushaan dari jenis sektor di pasar modal agar sampel yang di dapat lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Bida Sari, Maryanti Rahayu. (2008). Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Jurnal Fakultas Ekonomi*, Univesitas Persada Indonesia.

Gede Mertha Sudiartha, Dewa Ayu Intan Yoga Maha Dewi. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Pertumbuhan Aset terhadap Struktur Modal dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. Bali.

Gujarati, Damodar N (2006). *Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi Ketiga Jilid 1*. Penerbitan Erlangga. Jakarta.

Hanif, Fitri Nurlaili (2015). Pengaruh Corporate Social Respobility, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2011-2014. *Jurnal Universitas Sumatra Utara*. Medan.

Hotma Mentalita, Iskandar Muda, Keulana (2016). *The Effect of Liquidity, Profitability, Leverage and Corporate Social Responbility on Company Value with Dividend Policy as a Moderating Variable (Empirical Study LQ45 Companies Listed on IDX)*. *Internasional Jounal Accounting Study Program, Faculty og Economics and Business* Universitas Sumatra Utara. Medan.

Indriyani, Eka. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal STIE Panca Bhakti*. Palu.

Juniarti, Mutiara Tjiasmanto. (2015). Pengaruh Pengukuan Corporate Social Responbility terhadap Respon Investor dalam Sektor Aneka Industri. *Jurnal Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra*. Surabaya.

John M Wachowicz Jr, James C Van Horne (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen Keuangan Edisi 13 Buku 1*. Penerbit Slemba Empat. Jakarta.

Mukhtaruddin (2014). *Good Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Respobility Disclosure on Firm Value: Empirical Study On Listed Company in Indonesia Stock Exchange. Internasional Journal Universitas Sriwijaya. Palembang*.

Ni Ketut Rasmini, Mungky Felicia. (2015). Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pengukuran Coporate Social Respobility pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Udayana.* Bali.

Noor, Fauziah Marwah (2015). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasusu Perusahaan Makan dan Minum Yang Terdaftar Di Busa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2014*). Jurnal Univesitas Komputer Indonesia.*

Prestianingrum, Nurfina. (2017). Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengukuran CSR terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Magister Akuntansi Universitas Jember.* Jember.

Prsatika, Anita. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Kebijakan Deviden terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2014-2017. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP*. Puwokerto.