

Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Ni Putu Yeni Astiti

Universitas Mahasaraswati Denpasar
Correspondence: yeni.astiti@unmas.ac.id

ABSTRAK

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satu proksi yang dapat digunakan adalah *price book value* (PBV) atau membandingkan harga saham per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Penelitian ini populasi yang diambil adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan alasan lebih banyak perusahaan-perusahaan manufaktur yang memiliki dampak terhadap lingkungan sekitarnya akibat kegiatan operasional yang dilakukan dengan jumlah populasi yaitu 150 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel pada penelitian ini terdapat 50 perusahaan dengan 3 tahun pengamatan ajdi total pengamatan sebanyak 150 pengamatan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : profitabilitas, corporate social responsibility, good corporate governance, ukuran perusahaan, nilai perusahaan

ABSTRACT

The value of a company can basically be measured through several aspects, one of the proxy that can be used is the price book value (PBV) or comparing the price of shares per share with the book value per share. This population study is a manufacturing company listed on the Indonesian Stock Exchange on the grounds that more manufacturing companies have an impact on the surrounding environment as a result of operational activities carried out with a population of 150 companies. Sampling using purposive sampling is the technique of taking samples with specific consideration. The sample for this study is 50 companies with 3 years of observation and a total of 150 observations. Profitability has a positive impact on the value of the company. CSR has a negative impact on company value. GCG positively affects company value and company size does not affect the company's value.

Keywords: *profitability, corporate social responsibility, good corporate governance, corporate size, corporate value*

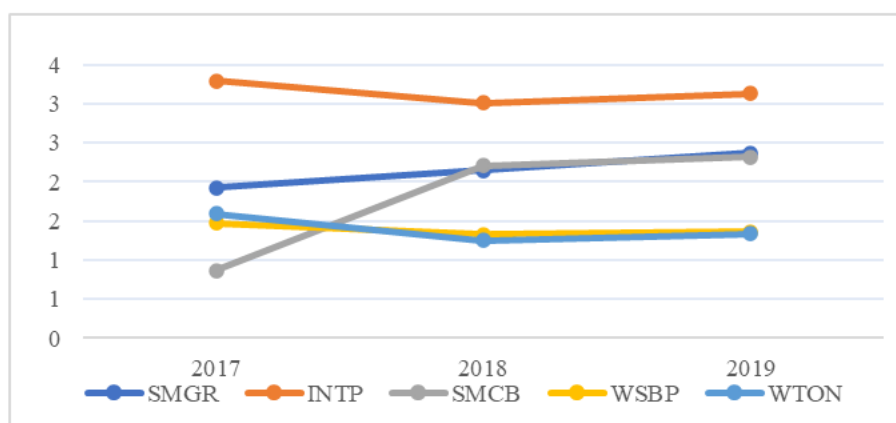
PENDAHULUAN

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi (Wardhani et al., 2021). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan kedepannya. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, sehingga kemakmuran dari pemilik dan pemegang saham sebagai tujuan perusahaan dapat tercapai sesuai dengan harapan sebelumnya.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satu proksi yang dapat digunakan adalah *price book value* (PBV) atau membandingkan harga saham per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Disamping itu investor juga akan menilai prospek perusahaan di masa yang akan datang. Industri manufaktur merupakan salah satu industri yang memiliki prospek bagus dan menjanjikan untuk masa yang akan datang. Prospek bisnis yang menjanjikan maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor untuk menanamkan modalnya (Dewi & Rahyuda,

2020). Berdasarkan data index saham yang tercatat di Bursa Efek Indonesia, terdapat fenomena dari beberapa perusahaan manufaktur sub sektor semen yang memiliki rata-rata rasio *price to book value* yang besar maupun kecil, sehingga rata-rata dari rasio tersebut nilainya menjadi fluktuatif setiap tahunnya. Hal ini yang membuat perlunya penelusuran atas faktor-faktor yang mempengaruhi nilai rasio yang fluktuatif tersebut.

Gambar 1 menggambarkan pergerakan PBV yang mempengaruhi suatu nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi dengan harga saham yang tinggi atau rendah. Harga saham tinggi maka nilai perusahaan juga akan ikut tinggi begitu pula sebaliknya apabila harga saham rendah maka nilai suatu perusahaan akan ikut turun. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan dimasa mendatang. Industri manufaktur merupakan industri yang mendominasi perusahaan – perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga industri manufaktur merupakan penopang utama perkembangan industri di suatu negara. Perkembangan industri manufaktur secara tidak langsung dapat digunakan untuk melihat perkembangan perekonomian secara nasional. Perusahaan manufaktur dengan kondisi perekonomian saat ini memicu persaingan usaha yang ketat antar perusahaan.



Sumber : Bursa Efek Indonesia (2022)

Gambar 1
Price to Book Value (PBV) Pada Perusahaan Sub Sektor Semen

Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Meningkatkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya. Karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan usaha, maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Investor yang menanamkan saham pada suatu perusahaan tentunya mempunyai tujuan untuk mendapatkan return, dimana semakin tinggi kemampuan perusahaan menghasilkan laba maka semakin besar pula return yang diharapkan investor sehingga mengakibatkan nilai perusahaan akan meningkat (Ramdhonah et al., 2019). Penelitian Hidayat & Khotimah (2022) mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Robiyanto et al (2020) mengenai profitabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian Farizki et al (2021) mengungkapkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pada saat ini banyak perusahaan yang semakin berkembang, yang diiringi pula dengan kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya terjadi. Maka dari itu di masa sekarang ini banyak perusahaan yang mulai sadar akan dampak negatif tersebut sehingga mulai mengembangkan suatu konsep *Corporate Social Responsibility*. *Corporate Social Responsibility* (CSR) sendiri pada saat ini merupakan hal yang wajib dilakukan oleh perusahaan untuk mempertanggungjawabkan kegiatan operasional perusahaan yang berdampak pada lingkungan dan masyarakat sosial. Program *corporat social responsibility* (CSR) dibuat sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terkait

dampak sosial dan lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan. Commission of The European Communities (2001) menggambarkan CSR sebagai sebuah konsep dimana perusahaan memutuskan untuk berkontribusi secara sukarela demi menciptakan sosial dan lingkungan yang lebih baik. CSR diharapkan dapat membuat operasi perusahaan tidak hanya dilatarbelakangi oleh keuntungan (profit), melainkan juga kesejahteraan orang (people) dan menjamin keberlangsungan hidup (planet). Adapun program CSR dapat diungkap melalui laporan pertanggung jawaban sosial dengan tujuan untuk memperlihatkan aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat serta lingkungan.

Menurut Anggraeni & Djakman (2018) teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari inisiasi perusahaan secara sukarela dalam mengungkapkan laporan CSR. Teori legitimasi merupakan suatu sistem yang mengutamakan kepentingan masyarakat atau lebih memihak kepada masyarakat. Pengungkapan CSR diharapkan dapat meningkatkan *image* perusahaan dan meningkatkan penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan CSR berharap akan direspon positif oleh para pelaku pasar seperti investor dan kreditor yang nantinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya penelitian yang dilakukan oleh (Khasanah and Sucipto, 2020) mengenai analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dimana hasil dari penelitian ini mengungkapkan tidak adanya pengaruh antara CSR dan nilai perusahaan. Penelitian Munzir et al. (2023) menemukan CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Praktik dan pengungkapan CSR merupakan konsekuensi logis dari implementasi konsep GCG. Pada prinsipnya perusahaan perlu memperhatikan kepentingan stakeholder-nya, sesuai dengan aturan yang ada dan menjalin kerja sama yang aktif dengan stakeholder demi keberlangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Mekanisme GCG di perusahaan dapat dijadikan sebagai infrastruktur pendukung terhadap praktik dan pengungkapan CSR di Indonesia, dengan adanya mekanisme GCG dapat mengurangi asimetri informasi. Konsep dari GCG dilatarbelakangi oleh masalah pemisahan antara kepemilikan dengan pengelolaan di dalam perusahaan, yang selanjutnya dimodelkan dengan *agency theory*. Penelitian Khasanah & Sucipto (2020) mengenai pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa GCG berpengaruh tidak signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian Anwar (2023) dan Wardhani et al (2021) mengungkapkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara GCG terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk mempengaruhi nilai perusahaan (Ramdhonah et al., 2019). Apabila ukuran perusahaan besar dan mempunyai potensi untuk terus tumbuh maka akan mendatangkan tingkat profit mendatang, kemudahan dalam pembiayaan yang mana hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan akan menjadi informasi yang sangat penting bagi investor. Selain itu, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan informasi sosial perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan dengan aset yang semakin lama semakin besar tidak hanya harus bertanggung jawab kepada investornya saja melainkan kepada *stakeholder* lainnya juga. Penelitian Hidayat & Khotimah (2022) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Octavus & Adiputra (2020) mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sementara penelitian Amaliyah & Herwiyanti (2020) menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan inkonsistensi temuan pada penelitian sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas, CSR, GCG dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, maka penelitian ini merupakan penelitian lanjutan yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur di Indonesia.

Tinjauan Teori
Teori Stakeholder

Teori stakeholder dikembangkan Freeman (1984) menyatakan kalau company tidak hanya entitas yang dilaksanakan untuk kepentingan company itu sendiri, tidak hanya menguntungkan pemilik saham, tetapi juga stakeholder. Kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, komunitas, analisis, dan organisasi lainnya. Selama empat puluh tahun terakhir, pengertian stakeholder sudah berbeda. Pertama, hanya pemilik saham yang dipandang sebagai stakeholder company, tetapi seiring waktu, pandangan tentang stakeholder sudah berkembang untuk mencakup kelompok lain, seperti organisasi yang tidak memberikan laba seperti regulator dan kelompok yang mempunyai kepentingan tertentu. Konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah mulai dikenal sejak awal 1970-an, yang secara umum dikenal dengan *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai perusahaan, pemenuhan kebutuhan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Teori *stakeholder* menjelaskan bahwa perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasikan keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Kleinhempel, 1984).

Teori Agency

Jensen & Meckling (1976) menyatakan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan adalah kumpulan kontrak antara pemilik dan manajemen yang mengelola dan mengendalikan sumber daya tersebut. Konflik kepentingan antara pemilik dan agen seringkali terjadi karena kemungkinan besar agen dalam menjalankan wewenangnya tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal, sehingga dapat memicu adanya biaya keagenan yang tinggi. Manajer sebagai agen mempunyai tanggung jawab moral kepada para pemilik untuk mengoptimalkan keuntungan dengan cara memperoleh kompensasi yang sesuai dengan kontrak. Konflik agensi yang sering terjadi dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan dapat diminimalisir dengan melalui penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Tujuan dari perbaikan tata kelola perusahaan adalah untuk mengurangi adanya konflik keagenan, sehingga daya saing perusahaan dan nilai perusahaan dapat meningkat. Selain itu, juga memberikan nilai tambah untuk semua pihak bagi yang berkepentingan secara continue dalam jangka panjang. Keberadaan *good corporate governance* mampu menjadi sebuah kebutuhan yang dapat menjembatani antara pihak investor dan pihak manajemen perusahaan (Firmana et al., 2017).

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari kegiatan operasionalnya. Makin tinggi laba, makin tinggi *return* yang diperoleh oleh investor. Tinggi rendahnya *return* yang mungkin diterima oleh investor biasanya mempengaruhi penilaian investor. Makin tinggi penilaian investor akan suatu saham, maka harga saham tersebut akan makin tinggi. Harga saham yang tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Utama & Lisa (2018) dan Herawan & Dewi (2021) menyatakan bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

H₁: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Menerapkan *Corporate Social Responsibility* menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan (Dewi & Sanica, 2017). *Corporate Social Responsibility* mempunyai peran penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas tanggung jawab sosial lingkungan sekitar. Para investor di Indonesia telah mempertimbangkan laporan tanggung jawab sosial perusahaan sehingga kebutuhan mengenai tanggung jawab sosial merupakan salah satu bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari (Fauzi & Suransi, 2016), Selvia & Sulfitri (2023) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₂: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran para pemegang saham, sehingga pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut. Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) mendefinisikan GCG sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan, mekanisme GCG yang digunakan dalam penelitian ini merupakan komite audit suatu perusahaan. Fauzi & Suransi (2016) dengan adanya penerapan *good corporate governance* atau GCG akan mempengaruhi tercapainya nilai perusahaan, karena diharapkan dengan penerapan GCG yang efektif dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Wiguna & Yusuf (2019) dan Butar-Butar (2023) menyatakan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

H₃: *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran yang menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dinilai dari total aktiva perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan yang baik. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memperoleh kemudahan untuk memasuki pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon positif tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan jumlah utang perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Rahmawati & Retnani, 2019). Penelitian Siregar et al (2019), Indriasari (2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan.

H₄: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Pada Penelitian ini populasi yang diambil adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan alasan lebih banyak perusahaan-perusahaan manufaktur yang memiliki dampak terhadap lingkungan sekitarnya akibat kegiatan operasional yang dilakukan dengan jumlah populasi yaitu 150 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Tabel 1
Kriteria Penentuan Sampel

No	Kriteria	Jumlah
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019	150
2	Perusahaan manufaktur yang terdaftar dan tidak menerbitkan laporan keuangan auditan berturut-turut pada tahun 2017-2019	(36)
3	Perusahaan manufaktur yang tidak memiliki kelengkapan data penelitian dari tahun 2017-2019	(64)
4	Perusahaan manufaktur yang memiliki kelengkapan data penelitian dari tahun 2017-2019	50
Jumlah Sampel Akhir		50
Tahun Pengamatan		3
Jumlah Pengamatan		150

Sumber : data olahan

HASIL

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2 menjelaskan hasil uji asumsi klasik dari model penelitian ini, diantaranya hasil uji normalitas menunjukkan nilai *asympt.sig* memiliki nilai sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, maka data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal. Uji Heteroskedastisitas diperoleh nilai

signifikan sebesar 0,114 untuk variabel profitabilitas, 0,089 untuk variabel CSR, 0,204 untuk variabel GCG dan 0,599 untuk variabel ukuran perusahaan. Nilai signifikan semua variabel > 0,05; dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Uji multikolinieritas pada penelitian ini dengan nilai hasil pengujian pada nilai VIF. Nilai VIF pada masing-masing variabel diperoleh untuk variabel profitabilitas sebesar 1,023, variabel CSR 1,043, variabel GCG 1,058 dan variabel ukuran perusahaan 1,034. Nilai VIF untuk semua variabel lebih besar dari 1.0, maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi pada penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 2
Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Heteroskedastisitas, dan Multikolinearitas)

Variabel	Signifikan	VIF
Profitabilitas	0,114	1,023
CSR	0,089	1,043
GCG	0,204	1,058
Ukuran Perusahaan	0,599	1,034
Asymp.sig	0,200	

Sumber : data olahan

Uji Koefisien Determinasi dan Uji F

Tabel 3 hasil pengujian diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,284. Hal ini berarti sebesar 28,4% variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel Profitabilitas, CSR, GCG dan ukuran perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 71,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Berdasarkan hasil uji F didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Struktur aset secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu struktur modal.

Tabel 3
Koefisien Determinasi dan Uji F

Keterangan	Nilai
Adjusted R Square	0,284
Uji F	0,000

Sumber : data olahan

Pengujian Hipotesis

Tabel 4 menjelaskan nilai t-hitung variabel profitabilitas sebesar 5,981 dengan tingkat koefisien sebesar 0,148 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama (H₁) diterima. Nilai t-hitung variabel CSR sebesar 3,374 dengan tingkat koefisien sebesar 1,664 dan tingkat signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua (H₂) diterima. Nilai t-hitung variabel GCG sebesar 2,911 dengan tingkat koefisien sebesar 0,191 dan tingkat signifikansi sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel GCG berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga (H₃) diterima. Nilai t-hitung variabel ukuran perusahaan sebesar -1,223 dengan tingkat koefisien sebesar -0,101 dan tingkat signifikansi sebesar 0,223 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat (H₄) ditolak.

Tabel 4
Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Regresi	Signifikansi	Keterangan
H ₁	0,148	0,000	Positif Signifikan
H ₂	1,664	0,001	Positif Signifikan
H ₃	0,191	0,004	Positif Signifikan
H ₄	-0,101	0,223	Tidak Signifikan

Sumber : data olahan

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan meningkatnya profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi akan mendapatkan perhatian lebih serta menarik keinginan dari para investor serta banyak investor yang ingin berinvestasi di perusahaan tersebut sehingga harga saham akan naik dan menaikkan nilai perusahaan. Perusahaan mampu menghasilkan laba yang meningkat maka berdampak pada harga saham yang semakin meningkat. Nilai profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan juga meningkat, sehingga kemampuan perusahaan dalam membagikan dividen kepada pemegang saham juga akan semakin meningkat. Kegiatan ini akan menjadi informasi positif yang ditangkap oleh investor sehingga dapat meningkatkan penilaian pasar terhadap perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hidayat & Khotimah (2022) menemukan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya pengungkapan CSR, maka *stakeholder* akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Pengungkapan CSR merupakan alat komunikasi bagi perusahaan dengan para *stakeholder* yang dibentuk untuk memenuhi ekspektasi para *stakeholder*, sehingga masalah-masalah yang dapat timbul di kemudian hari dengan *stakeholder* dapat diminimalisir. Menurut Lindawati & Puspita (2015), hubungan yang baik antara perusahaan dengan *stakeholder* merupakan sesuatu yang diharapkan oleh investor karena perusahaan tidak akan menghadapi perkara yang mengurangi kemakmuran pemegang saham dan mengancam keberlanjutan perusahaan. Apresiasi dan reaksi pasar yang positif tersebut menciptakan suatu kinerja pasar yang baik bagi perusahaan yang mengakibatkan harga saham tinggi. Harga saham dapat mempengaruhi nilai pengembalian yang diberikan perusahaan untuk setiap nominal uang yang diinvestasikan investor (nilai perusahaan). Oleh sebab itu, pengungkapan CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fauzi & Suransi (2016), Selvia & Sulfitri (2023) menemukan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh GCG Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penerapan yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya penerapan GCG maka kinerja perusahaan akan semakin baik yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Adanya anggota komite audit independen dapat memastikan terselenggaranya proses pelaporan keuangan dan *corporate governance* yang efektif karena mereka memiliki keahlian dan independensi yang memadai. Komite audit dari pihak independen, masing-masing mempunyai keahlian di bidang keuangan. tingginya kesadaran perusahaan untuk menerapkan GCG sebagai suatu kebutuhan, bukan sekedar kepatuhan terhadap regulasi yang ada, manajemen perusahaan tertarik manfaat jangka panjang penerapan GCG. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wiguna & Yusuf (2019) dan Butar-Butar (2023) menemukan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil analisis menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan semakin besar atau kecil ukuran perusahaan tidak berdampak pada nilai perusahaan. Investor apabila ingin menilai sebuah perusahaan tidak akan melihat dari segi ukuran perusahaan yang dicerminkan melalui total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Investor bisa saja akan lebih meninjau dari berbagai aspek seperti memperhatikan kinerja perusahaan yang terlihat pada laporan keuangan perusahaan, nama baik perusahaan, serta kebijakan dividen sebelum memutuskan untuk menanamkan dananya pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Amaliyah & Herwiyanti (2020) menemukan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel profitabilitas, CSR dan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada industri manufaktur Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, F. & Herwiyanti, E. 2020. Pengaruh keputusan investasi, ukuran perusahaan, keputusan pendanaan dan kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 5, 39-51.
- Anggraeni, D. Y. & Djakman, C. 2018. Pengujian terhadap kualitas pengungkapan CSR di Indonesia. *Ekuitas*, 2, 22-41.
- Anwar, K. 2023. Pengaruh good corporate governance terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor coal mining yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Inovasi*, 19.
- Butar-Butar, D. T. M. 2023. Pengaruh GCG dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2021. *Journal Of Global Business Management Review*, 4, 110-116.
- Dewi, K. R. C. & Sanica, I. G. 2017. Pengaruh kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2, 231-246.
- Dewi, K. Y. & Rahyuda, H. 2020. Pengaruh profitabilitas, likuiditas dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9, 1252.
- Farizki, F. I., Suhendro, S. & Masitoh, E. 2021. Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan dan struktur aset terhadap nilai perusahaan. *Ekonomis: Journal Of Economics Business*, 5, 17-22.
- Fauzi, A. S. & Suransi, N. K. 2016. Pengaruh GCG dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel pemoderasi. *Infestasi*, 12, 1-19.
- Firmana, A. I., Hidayat, R. R. & Saifi, M. 2017. Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap harga saham (studi pada perusahaan asuransi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 45.
- Freeman, R. E. 1984. *Corporate views of the public interest*. Academy of management briarcliff manor, Ny 10510.
- Herawan, F. & Dewi, S. P. 2021. Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3, 137-145.
- Hidayat, I. & Khotimah, K. 2022. Pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10, 1-8.
- Indriasari, D. 2023. Pengaruh lter, ukuran perusahaan, dan keputusan investasi terhadap nilai perusahaan. *JCM*, 1, 22-37.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. 1976. Agency costs and the theory of the firm. *Journal Of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Khasanah, I. D. & Sucipto, A. 2020. Pengaruh corporate social responbility (CSR) dan good corporate governance (GCG) terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 17, 14-28.
- Kleinhempel, M. 1984. *Corporate governance and compliance*. Freeman.
- Lindawati, A. S. L. & Puspita, M. E. 2015. Corporate social responsilty: implikasi stakeholder dan legitimacy gap dalam peningkatan kinerja perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 6, 157-174.
- Munzir, M., Andriyan, Y. & Hidayat, R. 2023. Consumer goods: pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dimediasi oleh corporate social responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3, 153-165.
- Octavus, C. & Adiputra, I. G. 2020. Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan asuransi di Indonesia. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2, 873-879.
- Rahmawati, H. & Retnani, E. D. 2019. Pengaruh kebijakan perusahaan, ukuran perusahaan dan good corporate governance terhadap kualitas laba. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8.

- Ramdhonah, Z., Solikin, I. & Sari, M. 2019. Pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7, 67-82.
- Robiyanto, R., Nafiah, I., Harijono, H. & Inggawati, K. 2020. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan perhotelan dan pariwisata dengan struktur modal sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 14, 46-57.
- Selvia, S. M. & Sulfitri, V. 2023. Pengaruh green accounting, corporate social responsibility dan financial distress terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor consumer goods yang terdaftar di Bei 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3, 3035-3048.
- Siregar, M. E. S., Dalimunthe, S. & Safri, R. 2019. Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017. *Jrnsi-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 10, 356-385.
- Sugiyono 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung, 62-70.
- Sutama, D. & Lisa, E. 2018. Pengaruh leverage dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jsma*, 10, 21-39.
- Wardhani, W. K., Titisari, K. H. & Suhendro 2021. Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan, dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Ekonomis: Journal Of Economics Business*, 5, 37-45.
- Wiguna, R. A. & Yusuf, M. 2019. Pengaruh profitabilitas dan good corporate governance terhadap nilai perusahaan. *Econbank: Journal Of Economics Banking*, 1, 158-173.