

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR),
PROFITABILITAS, SOLVABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2023)**

Mirzah Nuriyah Husnah

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Mirzahnuriyah29@gmail.com

Lilik Primaningsih

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

lilikpirmaningsih@uwks.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the influence of Corporate Social Responsibility (CSR), Profitability, Solvabilitas, and Firm Size on Firm Value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2023. The method employed in this research is a quantitative approach using multiple linear regression analysis. The data analysis was conducted using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS version 23). The research sample consists of 37 companies that meet specific criteria from a population of 163 manufacturing companies. The results indicate that Profitability affects Firm Value, while Corporate Social Responsibility, Solvabilitas, and Firm Size do not influence Firm Value.
Keywords: *Corporate Social Responsibility, Profitability, Solvabilitas, Firm Size, Firm Value, Manufacturing Sector.*

PENDAHULUAN

Laporan terbaru yang dirilis oleh Dana Moneter Internasional (IMF) dalam World Economic Outlook pada bulan oktober 2024 menyatakan bahwa “pertumbuhan ekonomi global diperkirakan akan tetap stabil namun mengecewakan 3,2% year-on-year (y/y) pada 2024. Perkiraan ini merupakan pemotongan 0,1 poin persentase dari ketidakpastian geopolitik, perdagangan, dan pemilu. Kondisi ini menambah risiko pasar komoditas dan menekankan pentingnya kebijakan fiskal yang jelas (Investments, 2024).

Dalam era globalisasi, persaingan pasar meningkat, menuntut perusahaan tidak hanya bertahan tetapi juga memiliki keunggulan kompetitif. Inflasi yang tidak stabil di Indonesia berdampak pada strategi bisnis, sementara nilai perusahaan dipengaruhi oleh harga saham, profitabilitas, dan persepsi investor.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui kepercayaan pasar dan loyalitas pelanggan. Namun, dampaknya terhadap nilai perusahaan masih diperdebatkan. Penelitian oleh (Khofifah et al., 2024) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdampak positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Ini menandakan bahwa penerapan CSR dapat menarik investor, karena mereka kini tidak hanya memperhatikan aspek keuangan, akan tetapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Penelitian milik (Loekito & Setiawati, 2021) menghasilkan temuan yang berbeda, di mana penelitian tersebut menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berdampak pada nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh minimnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Akibatnya, investor cenderung tidak menganggap *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian saham.

Profitabilitas adalah faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan seberapa efisien perusahaan dalam hal memperoleh keuntungan atau laba melalui aktivitas operasionalnya adalah faktor yang sangat penting bagi perusahaan karena mencerminkan seberapa efisien perusahaan

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

dalam hal memperoleh keuntungan atau laba melalui aktivitas operasionalnya. Menurut penelitian milik (Brata & Soge, 2020) mengidentifikasi adanya hubungan positif dan signifikan antara profitabilitas dengan nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa investor lebih cenderung percaya bahwa investasi mereka di perusahaan yang memiliki kondisi keuangan yang sehat dan profit yang tinggi akan berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Seiring dengan tingginya permintaan, harga saham perusahaan akan mengalami kenaikan, yang pada akhirnya akan mendongkrak nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Arviana & Pratiwi, 2019) profitabilitas tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan, yang berbeda dengan temuan dari penelitian lainnya. Ini menunjukkan bahwa penurunan dalam profitabilitas, yang mencerminkan turunnya laba perusahaan, dapat mengurangi ketertarikan investor untuk berinvestasi, yang pada gilirannya akan menurunkan nilai perusahaan.

Solvabilitas menggambarkan sejauh mana perusahaan memanfaatkan utang jangka panjang dalam struktur modalnya untuk membiayai operasional dan investasi yang dilakukan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Anggelia B. Nursalim et al., 2021) mengungkapkan bahwa solvabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini mengindikasikan bahwa tingginya penggunaan utang dapat memengaruhi nilai perusahaan, karena jika utang terus bertambah tanpa pengelolaan yang tepat, hal itu dapat menyebabkan penurunan dalam nilai perusahaan. Penelitian milik (Jinan Nadiya et al., 2023) menghasilkan temuan yang berbeda, di mana solvabilitas tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa besarnya solvabilitas yang terdapat pada perusahaan tidak berpengaruh atau tidak menyebabkan penurunan pada nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan mempengaruhi kemudahan akses terhadap pendanaan dan laba. Perusahaan dengan ukuran besar akan dianggap lebih mampu dan lebih mudah mengakses sumber pendanaan di pasar modal, karena perusahaan tersebut telah mendapatkan penilaian positif dari para investor (Isti Handayani & Wuri Septi Handayani, 2024). Penelitian yang dilakukan oleh (Brata & Soge, 2020) mengungkapkan adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Artinya bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan diikuti dengan peningkatan nilai perusahaan. Dalam penelitian milik (Priesta et al., 2022), ditemukan hasil yang berbeda, di mana ukuran perusahaan tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan, baik besar maupun kecil, tidak mempengaruhi persepsi investor dalam memilih untuk berinvestasi di perusahaan tersebut, sehingga tidak berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang ada dan dengan merujuk pada temuan penelitian sebelumnya, peneliti memutuskan untuk menjadikan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian utama. Oleh karena itu, judul penelitian yang saya pilih adalah “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023”

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Tinjauan Literatur

Teori Agensi

Teori Keagenan atau *Agency Theory* merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara manajemen perusahaan selaku *agent* dengan pemilik modal selaku *principal* atau pemilik perusahaan. Teori ini menjelaskan tentang pemisahan tugas antara fungsi pengelolaan dan fungsi kepemilikan dalam perusahaan.

Teori Sinyal

Teori sinyal adalah suatu teori yang dilakukan oleh perusahaan dalam memberikan informasi kepada para investor baik positif maupun negatif mengenai prospek perusahaan di masa mendatang. Apabila manajemen mempunyai info yang baik mengenai wacana perusahaan, isu tersebut kelak akan memberikan sinyal terhadap para investor dan apabila sinyal tersebut diterima oleh pasar para investor yang percaya pada info positif, kelak akan memandang tinggi nilai perusahaan. Dengan begitu

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

peningkatan harga saham secara otomatis akan meningkatkan jumlah penjualan saham dikarenakan investor lebih tertarik di perusahaan tersebut.

Teori *stakeholder*

Teori *stakeholder* memiliki arti bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam memaksimalkan keuntungan bagi pemilik dan investor namun juga untuk memberikan manfaat bagi pemegang kepentingan lainnya atau disebut juga dengan *stakeholder*. Yang dimaksud dari *stakeholder* sendiri yaitu meliputi kreditor, supplier, pemegang saham, konsumen, lingkungan sosial, masyarakat, pemerintah, dan pihak kepentingan lainnya. Perusahaan harus menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder* karena *stakeholder* memiliki peranan penting dalam keberlangsungan perusahaan, yaitu untuk mengendalikan sumber daya yang diperlukan dalam keberlangsungan hidup perusahaan seperti tenaga kerja dan pelanggan menurut (University, n.d.).

Pengembangan Hipotesis *Corporate Social Responsibility*

Melalui program CSR, perusahaan dapat membangun citra positif yang berkontribusi pada peningkatan kepercayaan masyarakat, seperti melestarikan lingkungan sehingga memberikan dampak signifikan pada nilai perusahaan. Reputasi yang kuat dan hubungan positif memungkinkan perusahaan untuk memperkuat loyalitas pelanggan serta meningkatkan daya saing di pasar, akibatnya, hal ini dapat berpengaruh pada kenaikan nilai saham dan juga meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Khofifah et al., 2024) mendukung kesimpulan ini, yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* mempunyai peran dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

H₁: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada Nilai Perusahaan

Profitabilitas

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset atau modal yang dimilikinya. Meningkatnya profitabilitas yang menghasilkan laba lebih tinggi dapat menarik minat investor, karena hal tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola suatu pendapatan dividen secara berkelanjutan. Kepercayaan investor yang semakin meningkat terhadap prospek jangka panjang perusahaan ini dapat memicu minat untuk membeli saham, yang pada waktunya nanti akan mendongkrak nilai perusahaan di pasar. Pendapat ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Loekito & Setiawati, 2021) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berperan penting dalam menentukan nilai perusahaan.

H₂: Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Solvabilitas

Dengan pendekatan solvabilitas, perusahaan dapat membiayai investasi tanpa harus menambah modal sendiri yang dapat mengakibatkan kenaikan pendapatan dan laba per saham, sehingga memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penelitian milik (Anggelia B. Nursalim et al., 2021) mendukung pernyataan tersebut dimana peneliti memberikan penjelasan dimana solvabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan.

H₃: Solvabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan memiliki pengaruh besar terhadap nilai perusahaan karena perusahaan besar biasanya lebih stabil dan memiliki kemampuan yang lebih baik untuk bertahan menghadapi risiko bisnis serta potensi ancaman kebangkrutan. Hal ini meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh (Brata & Soge, 2020) menguatkan hal ini dimana menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai peran penting dalam memengaruhi nilai perusahaan.

H₄: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang menguji hubungan (pengaruh) sebab akibat, yaitu variabel independen atau variabel yang mempengaruhi (X) terhadap variabel dependen yang dipengaruhi (Y). Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sampel non probabilitas atau sampel *non random* dikarenakan peneliti mengambil sampel pada perusahaan yang bersumber dari laporan keuangan tahunan dan laporan keberlanjutan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023. Metode analisis data yang diterapkan adalah analisis regresi linier berganda yang diuji dan dianalisis menggunakan program SPSS 23. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan sebagai berikut:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2023.
2. Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan tahunan nya pada tahun 2023.
3. Laporan keuangan tahunan yang dinyatakan dalam mata uang rupiah Indonesia.
4. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2023.
5. Kelengkapan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
6. Perusahaan yang mempublikasikan laporan keberlanjutan 2023 beserta *Global Reporting Initiative* (GRI) standar 2021.

Operasional Variabel

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi perusahaan karena mempengaruhi daya tariknya bagi investor. Hal ini disebabkan karena nilai perusahaan menjadi tolak ukur yang digunakan investor dan pasar untuk menilai kinerja perusahaan secara menyeluruh, seperti dapat menciptakan laba dan pertumbuhan berkelanjutan di masa mendatang. Dengan nilai perusahaan yang tinggi, dapat mencerminkan kepercayaan para pemangku kepentingan terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi berbagai kondisi dan tuntutan (Dzikir et al., 2020) dalam (Azry, 2022). Penelitian ini mengukur nilai perusahaan berdasarkan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual. Harga saham sering kali mencerminkan nilai perusahaan, di mana harga saham yang tinggi biasanya menunjukkan nilai perusahaan yang juga tinggi (Riyadi, 2019). Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung rasio dalam penelitian ini:

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per lembar saham}}$$

***Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah sebuah konsep dan tindakan yang diambil oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya. Menurut (Azry, 2022) Tidak hanya untuk kepentingan sosial serta lingkungan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga merupakan konsep yang memadukan antara kepedulian sosial dan lingkungan dengan pemangku kepentingan seperti pemegang saham dan investor. Pengungkapan tersebut dapat diukur menggunakan GRI G4 (Wulandari, 2019). Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio dalam penelitian ini yaitu:

$$CSR_{ij} = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah konsep penting dalam bidang keuangan yang merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dalam periode waktu tertentu (Lessy, 2016). Profitabilitas didapat dari keuntungan perusahaan yang berasal dari penjualan (Riyadi, 2019). Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio dalam penelitian ini yaitu :

$$ROA = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{total aset}}$$

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Solvabilitas

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya yaitu utang yang harus dibayar oleh perusahaan. Rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang yang diukur dengan membandingkan antara total utang dengan total ekuitas (DER) menurut (Hery, 2015) dalam (Anggelia B. Nursalim et al., 2021). Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio dalam penelitian ini yaitu :

$$DER = \frac{\text{Total Utang}}{\text{total ekuitas}}$$

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan yaitu konsep yang menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan berdasarkan berbagai kriteria dimana mencakup total aset, jumlah penjualan dan kapitalitas pasar, dan lain sebagainya. Secara umum, perusahaan dengan ukuran lebih besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang lebih besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi (Riyadi, 2019). Rumus yang digunakan untuk menghitung rasio dalam penelitian ini yaitu :

$$\text{Size} = \text{Logarithm natural of total assets}$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1
Hasil Statistik Deskriptif

Model	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	.197	.880	.56225	.177351
ROA	.051	.494	.26475	.111209
DER	.354	1.314	.74355	.255342
SIZE	1.590	8.402	4.20769	1.628020
PBV	-.586	.928	.12823	.341046

Uji Normalitas

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

Model	Sig.
CSR	.184
ROA	.856
DER	.175
SIZE	.051
PBV	.635

Hasil uji normalitas *Shapiro-Wilk* menunjukkan variabel – variabel yang digunakan memiliki nilai lebih besar dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Stastics	
	Tolerance	VIF
CSR	0.717	1.394

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

ROA	0.614	1.629
DER	0.567	1.763
SIZE	0.713	1.402

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa masing – masing variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig.
CSR	.234
ROA	.833
DER	.674
SIZE	.649

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan semua variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan mempunyai nilai >0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Kesimpulannya yaitu semua variabel bebas mempengaruhi Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2023.

Uji Autokorelasi

Hasil dari Uji autokorelasi menunjukkan bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,078. Nilai tersebut berada di angka +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terjadi autokorelasi negatif.

Uji Koefisien Determinasi

Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R square* sebesar 0,374 yang berarti variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan sebesar 37,4%. Sedangkan untuk 62,6% yaitu sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi pada penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	B
(Constant)	-.460
CSR	.186
ROA	2.087
DER	-.001
SIZE	-.016

$$PBV = -0,460 + 0,186 \text{ CSR} + 2,087 \text{ ROA} - 0,001 \text{ DER} - 0,016 \text{ SIZE} + e$$

1. Konstanta sebesar -0,460 mengindikasikan bahwa nilai perusahaan (PBV) akan bernilai - 0,460 jika semua variabel independen bernilai 0.
2. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki koefisien regresi 0,186, menunjukkan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

3. Profitabilitas (ROA) dengan koefisien 2,087 juga berpengaruh positif, artinya peningkatan profitabilitas berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.
4. Solvabilitas (DER) memiliki koefisien -0,001, menunjukkan pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, di mana peningkatan solvabilitas dapat menurunkan nilai perusahaan.
5. Ukuran Perusahaan (SIZE) dengan koefisien -0,016 juga berpengaruh negatif, mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, nilai perusahaan cenderung menurun.

Uji F

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan secara Bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan dalam penelitian ini.

Uji t

Tabel 6
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
CSR	.620	.540
ROA	4.043	.000
DER	-.006	.996
SIZE	-.490	.627

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki nilai signifikansi $0,540 > 0,05$. Sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Profitabilitas memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Solvabilitas memiliki nilai signifikansi $0,996 > 0,05$. Sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
4. Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikansi $0,627 > 0,05$. Sehingga tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam sektor manufaktur sering dianggap sebagai kompensasi atas dampak negatif perusahaan terhadap lingkungan, seperti polusi dan limbah. Investor cenderung lebih fokus pada kinerja keuangan, terutama laba bersih, dibandingkan dengan CSR, karena CSR dinilai tidak berkontribusi langsung terhadap keuntungan atau keberlanjutan bisnis. Akibatnya, CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, melainkan hanya berdampak pada kinerja perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Ariani et al., 2024) dan (Loekito & Setiawati, 2021) yang menyatakan bahwa kurangnya pengungkapan CSR sesuai GRI Standard 2021 membuat investor tidak menjadikan CSR sebagai acuan dalam keputusan investasi, karena perusahaan masih dapat berkembang melalui aspek finansial saja.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan manufaktur dalam mengelola aset untuk menghasilkan keuntungan. Investor cenderung memilih perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, Solvabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

dan profitabilitas tinggi, yang dapat mendorong kenaikan harga saham serta meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan (Brata & Soge, 2020) dan (Khofifah et al., 2024) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena perusahaan manufaktur umumnya memiliki kinerja keuangan yang stabil dan struktur modal yang optimal. Kemampuan membayar kewajiban lebih berpengaruh pada kinerja operasional daripada nilai perusahaan. Investor lebih fokus pada keuntungan yang dihasilkan daripada tingkat solvabilitas. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Jinan Nadiya et al., 2023) dan (Lestari & Pabulo, 2023) yang juga menunjukkan bahwa solvabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena hanya mencerminkan skala, bukan kualitas perusahaan. Investor lebih mempertimbangkan profitabilitas dan arus kas yang stabil daripada ukuran perusahaan dalam keputusan investasi. Selain itu, perusahaan besar tidak selalu menjamin keberlanjutan jika tidak mampu meningkatkan keuntungan. Faktor internal seperti pergantian kepemilikan dan inflasi juga dapat memengaruhi nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Priesta et al., 2022) dan (Hendri Darmawan Setiyo Budi & Maryono, 2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pembahasan uji statistik dengan metode analisis regresi linier berganda, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Variabel *Corporate Social Responsibility*, Solvabilitas, dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Saran

1. Bagi Investor
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi. Investor juga harus memperhatikan beberapa faktor dan kondisi keuangan sebelum melakukan investasi.
2. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan untuk lebih memperhatikan kinerja keuangan perusahaan agar perusahaan masih dapat beroperasi dengan baik sehingga tidak terjadi penurunan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya
Peneliti menyarankan agar penelitian selanjutnya dapat memakai variabel lain di luar dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas periode penelitian agar hasil yang diperoleh dapat lebih baik dan maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggelia B. Nursalim, Paulina V. Rate, & Dedy N. Baramuli. (2021). Pengaruh Inflasi, Profitabilitas, Solvabilitas Dan Ratio Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Manufaktur Periode 2015-2018. *Jurnal EMBA*, 9(4), 559–571.
- Ariani, D., Muthmainnah, M., & Ponto, S. (2024). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(2), 125–140.

- <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i2.art2>
- Arviana, N., & Pratiwi, R. (2019). Pengaruh profitabilitas, tax avoidance, leverage dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2013-2016). *STIE Multi Data Palembang*, 1(1), 1–16.
- Azry, A. U. (2022). *Analisis pengaruh corporate social responsibility, good corporate governance dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan*. 1–121.
- Brata, I. O. ., & Soge, M. S. . (2020). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 6(2), 1767–1788.
- Hendri Darmawan Setiyo Budi, & Maryono. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Universitas Pendidikan Ganesha*, 13(4), 1258–1266.
- Investments, I. (2024). *Indonesia Seems on Track to Post Economic Growth at Around 5.0% in Q3-2024*. 04 November. <https://www.indonesia-investments.com/id/business/business-columns/indonesia-seems-on-track-to-post-economic-growth-at-around-5.0-in-q3-2024/item9761>
- Isti Handayani, & Wuri Septi Handayani. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Likuiditas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(5), 310–327. <https://doi.org/10.61132/menawan.v2i5.848>
- Jinan Nadiya, A., Afrizon, & Indrabudiman, A. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Solvabilitas, Dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *JAST Journal of Accounting Science and Technology*, 3(2), 109–129.
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2024). Pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 645–656. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30225>
- Lessy, D. A. (2016). *Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, profitabilitas, dan struktur aktiva terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia*. 4(June), 2016.
- Lestari, N. A., & Pabulo, A. M. A. (2023). Pengaruh Rasio Solvabilitas, Rasio Likuiditas Dan Rasio Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1249–1266. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3530>
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing Dan Keuangan*, 18(1), 1–26. <https://doi.org/10.25170/balance.v18i1.2289>
- Priesta, G. A. N., Nugraha, G. A., Octisari, S. K., Danuta, K. S., Wijaya, M., & Wahyunengtyas, S. E. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Call for Paper and National Conference 2022*, 297–304.
- Riyadi, J. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 -2017). *Universitas Semarang*, 1–104.
- University, B. (n.d.). *Stakeholder Theory dan Hubungannya dengan Sustainability Report*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/07/13/stakeholder-theory-dan-hubungannya-dengan-sustainability-report/>
- Wulandari, A. (2019). Pengaruh profitabilitas dan leverage terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility dan kebijakan dividen sebagai variabel moderasi. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0A>

