

PENGARUH UKURAN, PROFITABILITAS, DAN PENGUNGKAPAN CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Nurfina Pristianingrum
Magister Akuntansi Universitas Jember, vienapristia@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015. Pemilihan Sampel penelitian menggunakan purposive sampling dan diketahui jumlah sampel yang digunakan sebanyak 45 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (2) variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; (3) variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; dan (4) secara keseluruhan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh secara bersama sama terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Kata Kunci : Nilai Perusahaan, Profitabilitas, Pengungkapan CSR, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Pengungkapan CSR

Abstract

This study aims to determine the effect of firm size, profitability and disclosure of CSR on corporate value. This research is a quantitative research using multiple linear regression analysis with the help of SPSS software. The population in this study is all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (BEI) in 2015. Selection of sample research using purposive sampling and known the number of samples used as many as 45 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015. The results showed that: (1) firm size variables have no effect on firm value; (2) profitability variable affect to firm value; (3) CSR disclosure variables have no effect on company value; and (4) the overall variable of firm size, profitability and disclosure of CSR have a mutual effect on the value of the manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange.

Keywords: Company Value, Profitability, CSR Disclosure, Company Size, Profitability

PENDAHULUAN

Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* pada umumnya adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga saham. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan di masa depan. (Sugiarti, 2016).

Ada banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan (Zubir, 2017)). Ukuran perusahaan (company size) adalah indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Menurut (Sujoko dan Soebiantoro, 2007 dalam Zubir, 2017), ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang berukuran besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi guncangan ekonomi, sehingga investor cenderung menyukai perusahaan berukuran besar daripada perusahaan kecil.

Nilai perusahaan juga 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 berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. (Sudiarta, 2016).

Menurut (Sujana, 2017) kondisi finansial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sehingga perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para *stakeholder* (pemangku kepentingan). Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kesadaran mengenai pentingnya praktik CSR menjadi *trend* global, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang.

Pengungkapan CSR oleh perusahaan pada umumnya berpedoman pada *Global Reporting Initiative* (GRI). Pada tahun 2013 diadakan konferensi GRI yang keempat, berjudul “informasi – integrasi – inovasi” bersamaan dengan itu pedoman GRI-G4 dirilis. GRI G4 terdiri dari dua pengungkapan, yaitu umum dan spesifik. Pengungkapan umum terdiri dari tujuh kategori dan Pengungkapan spesifik terdiri dari tiga kategori. Masing-masing dari kategori dan sub kategori memiliki indikator (Nuzula, 2016).

Penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) karena perusahaan manufaktur lebih mudah terpengaruh oleh kondisi ekonomi dan memiliki tingkat sensitifitas yang tinggi terhadap peristiwa internal maupun eksternal perusahaan. Perusahaan manufaktur juga memiliki kontribusi yang besar terhadap pencemaran lingkungan sebagai dampak dari limbah produksi, sehingga diharapkan pengungkapan CSR menjadi lebih luas. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI umumnya adalah perusahaan berukuran besar dan pasti menjanjikan laba yang lebih tinggi, sehingga banyak calon investor yang tertarik pada perusahaan manufaktur. (Priyadi, 2016).

Dari penjelasan diatas, tujuan penelitian ini adalah meneliti pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Tinjauan Pustaka dan Pengembangan Hipotesis

1. Teori Signaling

Teori signaling adalah teori yang menjelaskan sinyal informasi yang dibutuhkan investor untuk mempertimbangkan dan menentukan keputusan berinvestasi pada perusahaan. Teori signaling menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik, yaitu memaksimalkan keuntungan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Rustiarini, 2010 dalam Sari, 2013).

2. Teori Legitimasi

Menurut (Reverte, 2009 dalam Sari, 2013) teori legitimasi adalah suatu gagasan kontrak sosial perusahaan dengan masyarakat. Menurut (Rahmazaniti, 2014), ketika laba meningkat perusahaan akan melakukan lebih banyak tanggung jawabnya terhadap masyarakat, sehingga akan mendapatkan respon baik dari masyarakat karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi dianggap dapat membiayai aktivitas sosialnya..

3. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* menurut (Purwanto, 2011 dalam Priyadi, 2016) adalah teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder*. Menurut (Rustiarini, 2011 dalam Priyadi, 2016)) *stakeholder theory* menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* yang mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Perusahaan tidak hanya bertanggung jawab terhadap para pemilik tetapi juga memiliki tanggungjawab terhadap kondisi lingkungan dan sosial masyarakat (*social responsibility*). Dalam hal ini, perusahaan mengungkapkan secara sukarela atas investasilingkungan yang telah dilakukan untuk membuktikan kepada masyarakat atas kepedulian perusahaan tersebut dalam menjaga lingkungan dan memberikan nilai tambah serta manfaat bagi masyarakat yang merupakan *stakeholder*-nya.

4. Ukuran Perusahaan

Menurut (Sudiarta, 2016), ukuran perusahaan adalah cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Perusahaan sendiri dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung akan menarik minat investor karena akan berimbang dengan nilai perusahaan nantinya, sehingga dapat dikatakan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan secara langsung berpengaruh terhadap nilai dari perusahaan tersebut.

5. Profitabilitas

Profitabilitas dapat digunakan sebagai salah satu indikator dalam penilaian prestasi perusahaan, selain itu juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan dimasa yang akan datang sehingga profitabilitas menjadi salah satu pertimbangan penting bagi investor dalam keputusan investasinya . Salah satu pengukuran profitabilitas adalah dengan menggunakan rasio keuangan. Sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial. (Priyadi, 2016).

6. Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut (McWilliams dan Siegel, 2001 dalam Agustine, 2014), CSR adalah aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, diluar kepentingan perusahaan yang diwajibkan oleh hukum. CSR adalah pengembangan konsep oleh John Elkington pada tahun 1997 yaitu “ *Triple Bottom Line*”. Konsep *triple bottom line* menyatakan bahwa untuk dapat memertahankan kelangsungan hidupnya perusahaan perlu memperhatikan 3P, yaitu tidak hanya *profit*, namun juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat (*people*) serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*).

7. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Kegiatan CSR perusahaan tercermin dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR, penelitian ini menggunakan *Content Analyze* berdasarkan instrumen *Global Reporting Initiative (GRI)* versi G-4 dengan indikator sebanyak 91 item. (Nuzula, 2016).

8. Nilai Perusahaan

Menurut (Wardhani, 2013) nilai perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon investor seandainya suatu perusahaan akan dijual. Indikator dari nilai perusahaan adalah harga saham, dan jika harga saham meningkat maka dapat dikatakan bahwa keputusan-keputusan manajemen perusahaan itu benar, karena rahasia manajemen keuangan adalah meningkatkan nilai perusahaan.

Perumusan Hipotesis

a. Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan dianggap mampu untuk memengaruhi nilai dari suatu perusahaan. Karena semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah perusahaan mendapatkan dana. Dana itu akan dikelola oleh manajemen untuk meningkatkan nilai perusahaan (Sugiarti, 2016).

Penelitian (Puspaningsih, 2013) meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2009 – 2011 menjelaskan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Zubir, 2017) meneliti perusahaan saham JII (Jakarta Islamic Index) yang terdaftar di BEI periode 2014 – 2015 menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

b. Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas menurut (Sartono,1997 dalam Sugiarti, 2016) adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungan dengan penjualan, total asset maupun ekuitas. Rasio profitabilitas menggambarkan tingkat efektifitas pengelolaan suatu Perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas suatu Perusahaan maka semakin baik perusahaan tersebut, karena kemakmuran pemegang atau pemilik saham juga meningkat.

Penelitian (Putra,2015) meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2009 - 2011 menjelaskan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. sedangkan penelitian (Torong, 2015) meneliti perusahaan perkebunan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), Bursa Malaysia, dan Singapore Stock Exchange periode 2012 – 2014 menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H2 : profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

c. Pengungkapan CSR

Signalling theory menjelaskan pengungkapan CSR adalah sinyal yang baik untuk investor dan *stakeholder*, perusahaan yang aktif dalam melaksanakan pengungkapan CSR akan menarik minat para investor sehingga permintaan terhadap saham akan meningkat dan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Teori *stakeholder* dan legitimasi juga mendukung kegiatan CSR karena mengindikasikan perusahaan memperhatikan *stakeholder* dan keberadaan perusahaan di diakui oleh masyarakat.

Penelitian (Agustine, 2014) yang meneliti semua perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2008-2012 menjelaskan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh

terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian (Sari, 2013) meneliti perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2008 – 2011 menjelaskan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H3 : Pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

METODOLOGI

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat analisis software *SPSS 22*. Populasi penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015 sebanyak 117 perusahaan. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling dan ditemukan sebanyak 45 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs [http// www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik analisis data menggunakan uji statistik deskriptif, asumsi klasik (uji normalitas, heterohedastisitas, multikolinearitas), uji hipotesis (Uji koefisien determinansi, Uji t, dan uji F). Model analisis regresi linier berganda antara lain :

$$Y = \alpha + \beta_1 \text{Ukuran} + \beta_2 \text{Profitabilitas} + \beta_3 \text{CSDI} + e$$

Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR.

a. Ukuran perusahaan

Ukuran perusahaan diukur menggunakan log total aset perusahaan.

$$\text{SIZE} = \text{Ln} (\text{Total Asset})$$

b. Profitabilitas

Variabel ini diukur menggunakan rasio return on aset (ROA). ROA merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan total aktiva yang dimiliki perusahaan. Rasio ini, sering digunakan oleh investor dalam menilai suatu saham (Utama, 2015). Rumus untuk perhitungan ROA adalah :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Aset}}$$

c. Pengungkapan CSR

Kegiatan CSR perusahaan tercermin dalam pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR, penelitian ini menggunakan *Content Analyze* berdasarkan instrumen *Global Reporting Initiative* (GRI) versi G4 dengan indikator sebanyak

91 item dari enam kategori yaitu Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Produk. Untuk setiap item pengungkapan akan diberi skor 1 jika diungkapkan dan skor 0 jika tidak diungkapkan. Indeks *corporate social responsibility disclosure* diukur dengan skala rasio yaitu:

$$CSDI = \frac{\sum X_{ij}}{n}$$

Keterangan:

CSDI = CSR Disclosure Index

X_{ij} = Jumlah disclosure perusahaan, n = 91

n = Jumlah item checklist disclosure, n = 91

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dengan menggunakan proxy rasio Tobin's Q. rasio ini dinilai paling memberikan informasi yang lebih teliti dalam mencerminkan nilai perusahaan (Mustaruddin, 2009 dalam Nuzula, 2016). Rumus Tobin's Q menurut (Bidhari et al, 2013 dalam Nuzula, 2016) adalah:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{EMV + DEBT}{TA}$$

Keterangan :

EMV = jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikali dengan harga penutupan saham

DEBT = total hutang perusahaan di akhir periode

TA = total aset diakhir periode

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 Statistik deskriptif penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ukuran	45	0,11	0,14	0,1239	0,00736
profitabilitas	45	0,00	0,30	0,0818	0,07105
CSR	45	0,10	0,40	0,2413	0,08036
nilai	45	0,07	5,56	1,5222	1,29244
Valid N (listwise)	45				

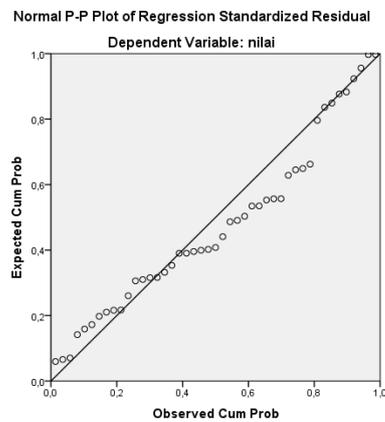
Sumber : Output SPSS, 2017

Statistik deskriptif penelitian menjelaskan bahwa jumlah observasi penelitian (N) adalah 45. Nilai minimum, maximum, mean, dan standar deviasi.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

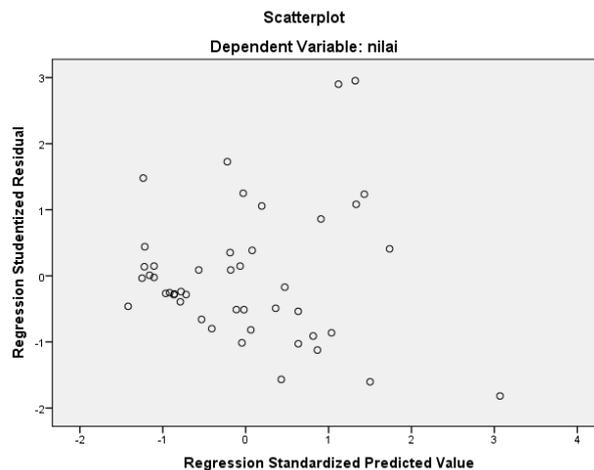
Dari hasil pengujian yang digambarkan pada Gambar 1, menunjukkan data menyebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya. Sehingga menunjukkan pola distribusi normal dan model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 1. Grafik Uji Normalitas

Sumber : Output SPSS, 2017

b. Uji Heterokedastisitas



Gambar 2. Grafik Uji Multikolinearitas

Sumber : Output SPSS, 2017

Dari grafik *scatter plot* pada tabel 2 terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Dalam hasil uji multikolinearitas, menunjukkan semua variabel nilai tolerance > 0.1 dan VIF < 10. Sehingga semua variabel menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2,213	3,048		-,726	,472		
	ukuran	21,144	26,569	,120	,796	,431	,776	1,289
	profitabilitas	8,475	2,526	,466	3,355	,002	,921	1,086
	CSR	1,749	2,378	,109	,736	,466	,812	1,231

a. Dependent Variable: nilai

Sumber : Output SPSS, 2017

Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda yang berasal dari tabel 2 yaitu :

$$Y = -2,213 + 21,144 X_1 + 8,475 X_2 + 1,749 X_3 + e$$

Konstanta sebesar -2.213 menunjukkan bahwa faktor ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan CSR konstan maka nilai perusahaan akan turun sebesar -2.213.

Koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar 21,144 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan ukuran perusahaan sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 21,144.

Koefisien regresi profitabilitas sebesar 8,475 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan profitabilitas sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 8,475.

Koefisien regresi pengungkapan CSR sebesar 1,749 menunjukkan bahwa setiap ada kenaikan pengungkapan CSR sebesar 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 1,749.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan 3 pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Uji Koefisien Determinasi

Besarnya *adjusted R Square* adalah (0,219) yang berarti berarti 21,9 % variasi variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi dari ke 3 variabel independen (ukuran, profitabilitas dan pengungkapan CSR). Sedangkan sisanya (100 % - 21,9 % = 78,1 %) dijelaskan sebab-sebab lain diluar model.

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,521 ^a	0,272	0,219	1,14242	2,222

a. Predictors: (Constant), CSR, profitabilitas, ukuran

b. Dependent Variable: nilai

Sumber : Output SPSS, 2017

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dan dijelaskan pada tabel 1.2, hasil penelitian ini yaitu :

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, diperoleh Pvalue sebesar 0,431. Karena Pvalue lebih besar dari 0,05 maka variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis pertama yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti (hipotesis ditolak). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa investor tidak mempertimbangkan ukuran perusahaan pada saat membeli saham. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Puspaningsih, 2013) namun tidak konsisten dengan penelitian (Zubir, 2017). Ukuran perusahaan menjadi tolak ukur perusahaan tersebut mempunyai kinerja yang baik.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai Perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, diperoleh Pvalue sebesar 0,002. Karena Pvalue lebih kecil dari 0,05 maka variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis kedua yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan terbukti (hipotesis diterima). Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat menghasilkan profit yang besar karena return yang diperoleh juga besar. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Torong, 2015) namun tidak konsisten dengan penelitian (Putra, 2013).

3. Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap nilai Perusahaan

Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, diperoleh Pvalue sebesar 0,466. Karena Pvalue lebih besar dari 0,05 maka variabel Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ketiga yang menyatakan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan tidak terbukti (hipotesis ditolak). Hal ini diakibatkan oleh beberapa fenomena yaitu kecenderungan investor membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR dan variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung. Investor di Indonesia pada umumnya cenderung membeli saham untuk mendapatkan *capital gain*, yang cenderung membeli dan menjual saham harian, tanpa mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Dimana CSR adalah strategi jangka panjang perusahaan untuk menjaga kelangsungan perusahaan sedangkan

CSR tidak dapat dirasakan dalam jangka pendek. Pengungkapan CSR di Indonesia juga masih rendah dengan rata-rata pengungkapan hanya 17 %. Sehingga variabel ini kurang menunjukkan kontribusi pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian (Agustine, 2014) namun tidak konsisten dengan penelitian (Sari, 2013).

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Dari hasil yang dijelaskan pada tabel 4, besarnya signifikansi 0,004 lebih kecil dari 0.05, sehingga ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh secara bersama sama terhadap variabel nilai perusahaan.

Tabel 4 Uji Statistik F (ANOVA)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,987	3	6,662	5,105	0,004 ^b
	Residual	53,511	41	1,305		
	Total	73,498	44			

a. Dependent Variable: nilai

b. Predictors: (Constant), CSR, profitabilitas, ukuran

Sumber : Output SPSS, 2017

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis pertama ditolak.
2. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis kedua diterima
3. Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan demikian hipotesis ketiga ditolak.

DAFTAR PUSTAKA

Agustine. 2014. "Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan". *FINESTA* Vol. 2, No. 1, (2014)

Ghozali. 2013. " Aplikasi Analisis Statistik Multivariate dengan Program IBM SPSS 21". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

<https://idx.co.id>

<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Bahasa-Indonesian-G4-Part-One.pdf>

Nugrahanti, Astuti. 2015. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Reaksi Pasar. *Dinamika Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*. Vol. 4, No. 2

- Nuzula. 2016. “Analisis Pelaporan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Induk Dan *Subsidiary* Tahun 2014 (Studi pada Perusahaan Induk dan *Subsidiary* yang Terdaftar di BEI dan Menggunakan Pedoman GRI-G4)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*| Vol. 41 No.1
- Priyadi, 2016. “Penagruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial”. *urnal Ilmu dan Riset Akuntansi : Volume 5, Nomor 10, Oktober 2016*
- Puspaningsih. 2013. “ pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, Kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *JAAI*. Vol. 17, No. 2, Desember 2013
- Putra. 2014. “ pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap nilai perusahaan “. *Universitas Kristen Duta Wacana*.
- Sari. 2013. “ Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 5.3 (2013)
- Sudiarta. 2016. “ Penagruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profiabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.7, 2016
- Sugiarti, Chuzaimah, Wahyudi. 2016. “ Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Dividen dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Penggunaan Indeks LQ 45 Periode 2010 – 2014). *Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Volume 1, Nomor 2, Desember 2016
- Sugiyono. 2013. “ Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Cetakan 19”. Bandung: Alfabeta
- Sujana. 2017. “ Pengaruh CSR dan Kepemilikan Managerial terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating”. *Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 7 No. 1 Tahun 2017
- Torong, 2015. “ Analisis Pengaruh CSR, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia dan Singapura”. *Universitas Sumatra Utara*.
- Wardhani. 2013. “Penagruh CSR Disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening ((studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI)”. *JEAM* Vol XII No. 1/2013. *Universitas Bangka Belitung*
- Zubir. 2017. “Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Volatilitas Pendapatan, dan Resiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kebijakan Hutang sebagai Variabel Moderating pada Saham JII di Bursa Efek Indonesia”. *AJIE - Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 02, No. 01, January 2017