

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI INDEKS SAHAM SYARIAH INDONESIA TAHUN 2019-2023**

**Rahma Wati<sup>1</sup>, Khadijah Nurani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Email : [rahmawati24280@gmail.com](mailto:rahmawati24280@gmail.com)<sup>1</sup>, [khadijahnurani@uinbukittinggi.ac.id](mailto:khadijahnurani@uinbukittinggi.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peneliti menggunakan Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan. Nilai perusahaan jika dilihat dari hasil Tobin's Q > 1 berarti manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan (*Overvalued*), dan jika hasil Tobin's Q < 1 berarti manajemen perusahaan telah gagal dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan (*Undervalued*), serta jika hasil Tobin's Q = 1 berarti manajemen perusahaan *Stagnan* dalam mengelola aset perusahaan (*Average*). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan *leverage*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2023. Hasil penelitian membuktikan bahwa *corporate social responsibility* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H<sub>1</sub> diterima. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H<sub>2</sub> dapat ditolak. *Leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H<sub>3</sub> dapat ditolak. *Corporate social responsibility* ukuran perusahaan, dan *leverage* secara silmutan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, maka dapat disimpulkan H<sub>4</sub> diterima.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Nilai Perusahaan

**Abstract**

*Company value is investors' perception of the company, which is often linked to share prices. Company value, which is formed through stock market indicators, is greatly influenced by investment opportunities. Researchers use Tobin's Q to measure company value. If the company value is seen from the results of Tobin's Q > 1, it means that company management has succeeded in managing the company's assets or assets (Overvalued), and if the results of Tobin's Q < 1 means that company management has failed in managing the company's assets or assets (Undervalued), and if the results of Tobin's Q = 1 means company management is stagnant in managing company assets (Average). Factors that influence company value are corporate social responsibility, company size and leverage. This research aims to see the*

*influence of corporate social responsibility, company size and leverage on company value in companies listed on the Indonesian Sharia Stock Index for 2019-2023. The research results prove that corporate social responsibility has a significant influence on company value, so  $H_1$  is accepted. Company size does not have a significant influence on company value so that  $H_2$  can be rejected. Leverage does not have a significant influence on company value so that  $H_3$  can be rejected. Corporate social responsibility, company size and leverage simultaneously have a significant influence on company value, so it can be concluded that  $H_4$  is accepted.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Company Size, Leverage, Company Value*

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, dunia bisnis dan perekonomian sangat kompetitif dan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat setiap tahunnya. Semakin berkembangnya teknologi dapat memudahkan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Terkait dengan pertumbuhan ini, Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) diperkenalkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2011, bersamaan dengan diterbitkannya fatwa DSN-MUI No. 80 tentang prinsip syariah dalam mekanisme perdagangan efek. ISSI menjadi dasar perdagangan saham berbasis prinsip syariah menggunakan konsep syirkah atau musyarakah, dengan tujuan menghindari unsur maysir, gharar, riba, dan praktik yang diharamkan.

Sejak tahun 2018, dari 399 saham syariah menjadi 643 saham syariah atau meningkat 69 persen dari total saham selama 5 tahun terakhir, dimana investor syariah meningkat lebih dari 225 % dari

sebelumnya 44.536 investor menjadi 144.813 investor. Pasar modal syariah telah menjadi pilihan investasi yang populer di masyarakat Indonesia, yang menjadi tantangan bahwa dengan jumlah 144.813 sangat kecil dibandingkan jumlah masyarakat muslim Indonesia (Antara, 2024). Pasar modal syariah memang signifikan dalam waktu lima tahun terakhir, namun dalam jangka waktu dua tahun terakhir, peningkatannya berkurang cukup signifikan. Juni 2023, Indeks harga saham gabungan (IHSG) secara *year to date* melemah 150,90 poin atau 2,20 % (Antara, 2023)

Sebuah perusahaan di dalam dunia bisnis akan selalu diminta untuk bertumbuh dan menyesuaikan diri dengan perkembangan yang terjadi di lingkungan eksternalnya. Memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham dan mencapai keuntungan maksimal adalah bagian dari tujuan suatu perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan merupakan

prestasi untuk pemegang saham, dikarenakan nilai perusahaan yang meningkat, kesejahteraan pemilik turut meningkat. Nilai perusahaan adalah nilai untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepentingan sebuah perusahaan oleh investor melalui harga sahamnya.

Nilai perusahaan merupakan indikoator utama dalam menentukan keberhasilan transaksi saham dipasar bursa. Setiap perusahaan dikatakan mempunyai nilai yang baik apabila kinerja dari perusahaan tersebut juga baik. Dalam nilai perusahaan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba harus diselaraskan dengan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan tempat perusahaan beroperasi, tidak merusak dan memberikan manfaat kepada *stakeholder* cendrung memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi di mata investor, konsumen dan masyarakat.

Peningkatan harga saham menunjukkan tingginya nilai suatu perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan ialah tujuan dalam jangka panjang yang seharusnya dicapai oleh perusahaan, mengenai hal ini dapat dicerminkan pada harga sahamnya dikarenakan suatu penilaian yang didapat dari investor terhadap suatu perusahaan bisa dilihat pada

transaksi pergerakan dari harga saham pada Bursa Efek Indonesia bagi perusahaan yang telah *go public*.

Menurut Jauza Dzahabiyya, Dicky Jhoansyah, R, dan Deni Muhammad Danial, nilai perusahaan ditentukan oleh hasil Q Tobin. Hasil Q Tobin yang lebih besar dari 1 menunjukkan bahwa manajemen perusahaan telah berhasil mengelola aset atau kekayaan perusahaan, sedangkan hasil Q Tobin yang lebih rendah menunjukkan bahwa manajemen perusahaan gagal mengelola aset perusahaan, dan hasil Q Tobin yang lebih rendah menunjukkan bahwa manajemen perusahaan terjebak dalam mengelola aset perusahaan. Dari data perusahaan yang diambil di Indeks Saham Syariah Indoneisa banyak perusahaan yang memiliki nilai Tobins Q di bawah angka 1 yang artinya manajemen perusahaan telah gagal dalam mengelola aset perusahaan.

Peneliti memakai data perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia tahun 2019-2023. Dalam penelitian ini banyak perusahaan yang tidak konsisten dan stabil dalam menerapkan Corporate Social Responsibility (Tanggung jawab sosial) perusahaan dan perubahan ukuran perusahaan, serta tinggi rendahnya tingkat

leverage dalam nilai perusahaan selama 5 tahun terakhir yang dapat mempengaruhi tinggi rendahnya suatu nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia Tahun 2019-2023.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori Stakeholder

Kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pemangku kepentingan, nilai-nilai, kepatuhan terhadap hukum, penghormatan terhadap masyarakat dan lingkungan, dan komitmen dunia usaha untuk mendukung pembangunan berkelanjutan disebut sebagai teori pemangku kepentingan. Semua orang yang sangat dipengaruhi dan dipengaruhi oleh perusahaan, seperti karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing, dan pemerintah, disebut sebagai stakeholder. Daud dan Amri percaya bahwa ketika perusahaan mengungkapkan informasinya, kelompok ini merupakan faktor utama.

### Teori Sinyal

Menurut Brigham & Houston teori sinyal adalah cara pandang pemegang saham mengenai peluang perusahaan

dalam meningkatkan nilai perusahaan di masa depan, dimana informasi akan disampaikan oleh manajemen perusahaan kepada pemegang saham. Tindakan ini dilakukan untuk memberikan isyarat kepada pemegang saham atau investor tentang manajemen perusahaan dalam melihat prospek masa depan perusahaan, sehingga dapat membedakan antara perusahaan berkualitas baik dan perusahaan berkualitas buruk.

### Nilai Perusahaan

Nilai merupakan sesuatu yang diinginkan apabila nilai bersifat positif dalam arti menguntungkan atau menyenangkan dan memudahkan pihak yang memperolehnya untuk memenuhi kepentingan-kepentingannya yang berkaitan dengan nilai tersebut. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya menurut Sujoko dan Soebiantoro. Rumus yang dipakai dalam mengukur nilai perusahaan sebagai berikut.

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{MVE} + \text{Dept})}{\text{TA}}$$

### *Corporate Social Responsibility*

Business Sense mendefinisikan Corporate Social Responsibility atau

tanggung jawab sosial perusahaan sebagai komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat secara lebih luas. Rumus yang dipakai dalam mengukur CSR dengan pengungkapan GRI *Standards* sebagai berikut:

$$CSRI_x = \frac{\text{Total } X_{yx}}{N_x}$$

**Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aktiva perusahaan. Rumus yang dipakai dalam mengukur ukuran perusahaan sebagai berikut:

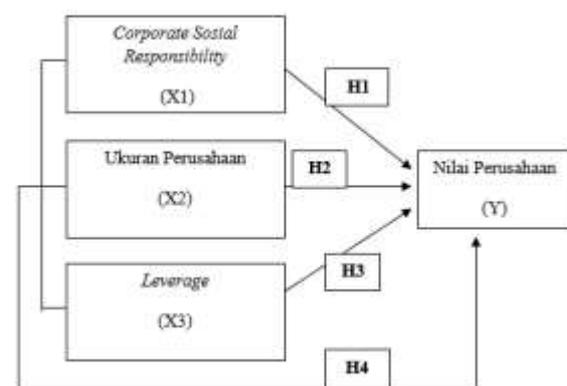
**Ukuran Perusahaan = Ln Total Aset**

**Leverage**

Rizqia menyatakan bahwa dalam manajemen keuangan, *leverage* adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Tujuan perusahaan menggunakan *leverage* agar keuntungan yang diperoleh lebih besar dari pada biaya aset dan sumber dananya, dengan demikian akan meningkatkan keuntungan pemegang saham. Rumus yang dipakai dalam mengukur *leverage* sebagai berikut:

**Debt to asset ratio :  $\frac{\text{Total debt}}{\text{Total asset}}$**

**Kerangka Pemikiran**



**Hipotesis Penelitian**

1. H0 : Tidak adanya pengaruh *Corporate sosial responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.

- H1 : *Corporate sosial responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.
2. H0 : Tidak adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.
- H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.
3. H0 : Tidak adanya pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.
- H3 : *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.
4. H0 : Tidak adanya pengaruh *Corporate sosial responsibility*, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.
- H4 : *Corporate sosial responsibility*, ukuran perusahaan, dan *leverage*

berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, penelitian kuantitatif, dengan landasan positivisme. Instrumen tertentu digunakan untuk pengumpulan data, populasi dan sampel digunakan, dan datanya bersifat statistik. Selain itu, penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis. Data yang dipakai dalam studi ini adalah data sekunder yang diambil dari laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*) perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia selama 5 tahun pada periode pengamatan mulai tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. Informasi tersebut didapat dengan melakukan akses pada situs *website* Indeks Saham Syariah Indonesia di ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dan memperoleh data dari masing-masing *website* resmi perusahaan. Populasi penelitian yaitu ada 583 perusahaan tercatat Desember 2023 yang memiliki saham syariah yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia. Dari populasi tersebut sebanyak 25 perusahaan dipilih sebagai sampel penelitian dengan

metode pengambilan sampel yang digunakan dengan teknik *purposive sampling*. Kriteria pemilihan mencakup perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia pada tahun 2019-2023, perusahaan yang melaporkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) beserta informasi CSR yang sesuai dengan GRI standart periode 2019-2023 dan bisa diakses, serta mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) pada tahun 2019-2023 dan Perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia 5 tahun berturut-turut periode 2019-2023. Metode analisis yang dipakai dalam penelitian ini mencakup analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik (yang terdiri dari pengujian normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi) hipotesis (yang terdiri dari analisis regresi yang melibatkan lebih satu variabel, Uji T, Uji F serta uji koefisien determinasi  $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

Dari hasil pengujian statistik deskriptif, jumlah data penelitian atau N yang digunakan sebanyak 125. Data tersebut diperoleh dari data sampel perusahaan yang berjumlah 25 perusahaan dalam kurun waktu 5 tahun yaitu periode 2019-2023. Dari banyaknya N untuk

variabel nilai perusahaan (Y) bernilai minimum 0,08 dengan nilai maksimum 3,92 dan nilai mean sebesar 1,1248, serta standar deviasi sebesar 0,67043 yang artinya nilai mean yang diperoleh lebih besar dari nilai standar deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah maka penyebaran nilainya merata.

Pada tabel Asymp.Sig. (2 antrian), nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  ditemukan dari hasil uji normalitas berdasarkan uji Kolmogorof-Smirnov. Oleh karena itu, data menunjukkan bahwa tidak ada distribusi normal. Pada analisis selanjutnya, model regresi ini tidak dapat digunakan. Untuk menormalkan data, pengobatan harus dilakukan untuk menghilangkan anomali. Hasil uji normalitas setelah anomali harus dinormalkan. Data yang ditunjukkan dalam bentuk nilai ekstrim disebut sebagai outlier jika memiliki fitur khusus yang tampaknya sangat berbeda dari data lain.

Setelah di Outlier dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test di menunjukkan bahwa hasil nilai signifikan sebesar 0,200. Berdasarkan ketentuan, jika nilai residual  $> 0,05$  maka data dapat dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai residual  $< 0,05$  maka data dapat dikatakan tidak berdistribusi

normal. Dengan hasil nilai signifikan  $0,200 > 0,05$  maka data residual pada penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai toleransi semua variabel independen (CSR, ukuran perusahaan, dan leverage) lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Nilai toleransi CSR sebesar 0,977 lebih dari 0,10, dengan nilai VIF sebesar 1,023 kurang dari 10, dan nilai toleransi ukuran perusahaan sebesar 0,981 lebih dari 0,10, dengan nilai VIF yang diperoleh sebesar 1,019 kurang dari 10. Nilai toleransi leverage sebesar 0,993 lebih. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan.

Hasil analisis heteroskedastisitas harus memastikan bahwa dua variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 dan satu variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Hasil uji variabel CSR diperoleh nilai sebesar  $0,003 < 0,05$  dan hasil pengujian variabel Ukuran Perusahaan diperoleh nilai sebesar  $0,194 > 0,05$ . Sedangkan hasil uji variabel Leverage diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,461 > 0,05$ . Sehingga uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas pada variabel CSR

karena nilai signifikan berada dibawah 0,05. Sedangkan pada variabel ukuran perusahaan dan leverage tidak terjadi heteroskedastisitas karena nilai signifikan berada diatas 0,05.

Dari hasil pengujian autokorelasi menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (d) sebesar 2,114. Dimana jumlah variabel independen dalam penelitian adalah 3 dan jumlah sampel sebesar 101, maka diperoleh nilai batas bawah  $dl = 1,6153$  dan nilai di atas batas  $du = 1,7374$ , jadi  $(DU < DW < 4 - DU)$  atau  $(1,7374 < 2,114 < 2,2626)$ . Nilai DW memperlihatkan nilai DW lebih besar dari Du, berarti tidak terdapat autokorelasi.

### Uji Analisis Linear Berganda

**Tabel 1.1 Hasil Analisis Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,891	,809		2,338	,021
CSR	,480	,156	,300	3,072	,003
Ukuran Perusahaan	-,034	,026	-,127	-1,309	,194
Leverage	-,124	,167	-,072	-,740	,461

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: (Output IBM SPSS Versi 24, 2024)

Berdasarkan Tabel hasil analisis regresi linier berganda diatas diperoleh persamaan:  $Y = 1,891 + 0,480 - 0,034 - 0,124 + \epsilon$  Jika variabel dependen—CSR, ukuran perusahaan, dan leverage—dianggap konstan, maka dapat diperkirakan

nilai perusahaan sebesar 1,891, seperti yang ditunjukkan oleh persamaan yang dihasilkan dari uji regresi linier berganda yang didasarkan pada persamaan tersebut. Nilai koefisien regresi CSR (X1) nilainya adalah 0,480 Artinya, jika ukuran perusahaan meningkat sebesar 1 satuan maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,480 apabila variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan (X2) nilainya adalah -0,034. Artinya, jika ukuran perusahaan meningkat sebanyak 1 satuan maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,034 apabila variabel lain dianggap konstan. Nilai koefisien regresi leverage (X3) nilainya adalah -0,124. Artinya, jika leverage meningkat sebanyak 1 satuan maka nilai perusahaan akan menurun sebesar 0,124 apabila variabel lain dianggap konstan.

**Uji Parsial (Uji T)**

**Tabel 1.2 Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,891	,809		,021
	CSR	,480	,156	,300	,003
	Ukuran Perusahaan	-,034	,026	-,127	,194
	Leverage	-,124	,167	-,072	,461

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: (Output IBM SPSS Versi 24, 2024)

Untuk pengujian T dapat dilihat dari nilai signifikan dan mencari nilai t-hitung, untuk nilai t-tabel dapat dihitung dengan menggunakan derajat bebas (df) = n – k dengan n merupakan jumlah sampel data dan k adalah jumlah variabel dalam penelitian yaitu df = 101 – 4 = 97 sehingga t-tabel yang didapatkan adalah 1,661. Maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai signifikan variabel CSR yang diperoleh adalah 0,003 yang artinya nilai sig < 0,05 dengan nilai t-hitung > t-tabel yaitu 3,072 > 1,661. Sehingga H1 diterima dan H0 ditolak, atau CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.
2. Nilai signifikan variabel Ukuran Perusahaan yang diperoleh adalah 0,194 yang artinya nilai sig > 0,05 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu 1,309 < 1,661. Sehingga H0 diterima dan Ha ditolak, atau variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.
3. Nilai signifikan variabel leverage yang diperoleh adalah 0,461 yang artinya nilai sig > 0,05 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu 0,740 < 1,661. Sehingga H0 diterima dan Ha ditolak,

atau variabel leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara parsial.

**Uji Signifikan Simultan (Uji F)**

**Tabel 1.3 Hasil Uji Simultan (Uji F)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,023	3	,341	3,497	,018 <sup>b</sup>
	Residual	9,455	97	,097		
	Total	10,478	100			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan  
 b. Predictors: (Constant), Leverage, Ukuran Perusahaan, CSR

Sumber: (Output IBM SPSS Versi 24, 2024)

Berdasarkan tabel di atas hasil uji simultan yang diperoleh memiliki nilai signifikan yaitu  $0,018 < 0,05$ . Dengan nilai F dapat dilihat dengan derajat kebebasan pembilang (df) dengan menggunakan k-1 atau jumlah variabel dikurang 1 maka nilai  $df = 4-1 = 3$  dan derajat kebebasan penyebutnya  $df = n-k = 101-4 = 97$ . Sehingga didapatkan F hitung sebesar 3,497 dan F tabel sebesar 2,47 atau F hitung  $> F$  tabel atau  $3,497 > 2,47$ . Maka dapat disimpulkan bahwa CSR, ukuran perusahaan dan leverage berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,098 atau 9,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebesar 9,8 % dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel

CSR, ukuran perusahaan dan leverage Adapun sebesar 90,2% dari nilai perusahaan dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian cukup kuat untuk menjelaskan hubungan antara CSR, ukuran perusahaan, leverage dan nilai perusahaan.

**Pembahasan**

**Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian yang dilakukan peneliti pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dimana berdasarkan hasil uji persial yang dilakukan nilai signifikan variabel CSR yang diperoleh adalah 0,003 yang artinya nilai sig  $< 0,05$  dengan nilai t-hitung  $> t$ -tabel yaitu  $3,072 > 1,661$ . Sehingga H1 diterima dan H0 ditolak, yang artinya CSR yang dihitung dengan rumus perhitungan GRI *Standart* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti jika CSR bernilai tinggi maka kinerja nilai perusahaan akan meningkat. Sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Lako yang membuktikan, jika perusahaan yang peduli serta berkomitmen untuk melaksanakan CSR akan memperoleh profit yang bertambah serta berkepanjangan. Tidak hanya profit, serta angka ekuitas lalu

bertambah, angka saham perusahaan pula bertambah yang mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut teori Stakeholder perusahaan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi stakeholder. Manfaat tersebut dapat diberikan dengan cara menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan adanya program tersebut perusahaan diharapkan akan dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan, pelanggan dan masyarakat lokal. Sehingga akan dapat terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan lingkungan sekitar tempat beroperasi. Hal ini dapat meningkatkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan secara keseluruhan. Ketika perusahaan diakui sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan memperhatikan kepentingan banyak pihak, kepercayaan investor cenderung meningkat, yang berkontribusi pada nilai pasar perusahaan yang lebih tinggi.

Hasil penelitian sejalan dengan teori. Hal ini terbukti bahwa SCR dengan indikator GRI Standar berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rifani (2021) dengan hasil adanya pengaruh secara signifikan antara variabel *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub

sektor perbankan tahun 2017-2019. Hal ini dapat disimpulkan hipotesis *corporate social responsibility* (tanggung Jawab sosial) perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dimana berdasarkan hasil uji persial yang dilakukan nilai signifikan variabel ukuran perusahaan yang diperoleh adalah 0,194 yang artinya nilai sig > 0,05 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu  $1,309 < 1,661$ . Sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Hal ini berarti jika ukuran perusahaan tinggi maka tidak menjamin nilai perusahaan juga akan meningkat dan disebabkan karena perusahaan yang besar belum tentu dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya karena perusahaan besar belum tentu memiliki kemampuan untuk menghasilkan laba yang baik dan tidak memiliki hutang yang besar. Dengan demikian hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

Dari hasil uji yang di dapat juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Sandy Jaya (2020) dimana ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh

terhadap nilai perusahaan, nilai signifikan sebesar 0,190 dimana lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa ukuran perusahaan (firm size) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Tobin's Q). Hasil penelitian Immu Puteri Sari dan Sari Ayu (2019) juga menyatakan ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang di BEI dengan hasil  $0,104 > 0,05$ . Mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang baik yang bersifat internal maupun eksternal tetapi tidak mempengaruhi nilai perusahaan atau harga saham perusahaan

## **Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* yang dihitung dengan rumus DAR (total hutang/ total aset) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. dimana berdasarkan hasil uji persial yang dilakukan nilai signifikan variabel *leverage* diperoleh adalah 0,461 yang artinya nilai sig > 0,05 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu  $0,740 < 1,661$ . Sehingga H0 diterima dan H1 ditolak. Hal ini berarti jika *leverage* tinggi maka tidak

menjamin nilai perusahaan juga akan meningkat. Dapat disimpulkan bahwa leverage yang diprosikan dengan DAR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai leverage semakin turun nilai perusahaan. Oleh karena itu penggunaan hutang harus dibatasi alangkah lebih baik juga jika manajemen lebih memanfaatkan pendanaan, Besar kecilnya leverage tidak ada hubungannya dengan nilai perusahaan atau dengan kata lain leverage tidak dapat dikelola untuk meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga tidak dapat diterima yang menduga bahwa leverage mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil uji yang dilakukan konsisten dengan penelitian yang dilakukan Putu Mulkhy Novari dan Putu Vivi Lestari (2016) pada perusahaan pada perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar di BEI dengan hasil nilai signifikan 0,077 lebih besar dari 0,05 dan nilai T hitung =  $1,794 < T \text{ tabel} = 1,99547$  dan penelitian Siwi Nur Khotimah, dkk, (2020) pada perusahaan Real Estate dan Property yang terdaftar di BEI diperoleh nilai signifikan 0,139 lebih besar dari 0,05, dari kedua penelitian di atas menyatakan bahwa

leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## **Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Leverage Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikan 0,018 lebih kecil dari 0,05. Serta didapatkan F hitung sebesar 3,497 dan F tabel sebesar 2,47 atau F hitung > F tabel atau  $3,497 > 2,47$ . Berdasarkan hasil uji dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki peran penting dalam menentukan persepsi investor dan kinerja keuangan di perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Tahun 2019-2023. CSR yang dijalankan dengan baik mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial, yang dapat meningkatkan citra perusahaan serta menarik lebih banyak investor. Ukuran perusahaan yang lebih besar sering kali dikaitkan dengan stabilitas keuangan, akses yang lebih luas terhadap sumber daya, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, sehingga dapat meningkatkan nilai

perusahaan. Sementara itu leverage yang dikelola dengan baik dapat menjadi alat untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui pembiayaan eksternal, meskipun penggunaan hutang yang berlebihan juga dapat meningkatkan resiko keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi dari ketiga faktor tersebut menciptakan sinergi yang dapat meningkatkan kepercayaan investor dan pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan *corporate social responsibility* (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t-hitung > t-tabel yaitu  $3,072 > 1,661$  dengan nilai sig  $0,003 < 0,05$ . Maka hasil ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang pertama (H1) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh secara persial terhadap nilai perusahaan.

Ukuran Perusahaan (X2) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian di peroleh nilai sig > 0,05 yaitu 0,194 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu  $1,309 < 1,661$ . Maka hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang kedua (H2) yang menyatakan bahwa ukuran

perusahaan berpengaruh secara persial terhadap nilai perusahaan.

*Leverage* (X3) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini di tunjukan dengan hasil pengujian di peroleh nilai nilai sig > 0,05 yaitu 0,740 dengan nilai t-hitung < t-tabel yaitu 0,740 < 1,661. Maka hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis penelitian yang ketiga (H3) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh secara persial terhadap nilai perusahaan.

Secara simultan (f) *Corporate Social Responsibility* (X1), Ukuran Perusahaan (X2) dan *Leverage* (X3) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (Y). Hal ini di tunjukkan dengan hasil pengujian diperoleh nilai signifikan < 0,05 yaitu 0,018 dengan nilai f-hitung > f-tabel yaitu 3,497 > 2,47. Maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, ukuran perusahaan dan *leverage* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Maka hasil ini sesuai dengan hipotesis penelitian yang keempat (H4) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian untuk meningkatkan akurasi

hasil yang diperoleh dimasa yang akan datang sehingga didapat hasil yang lebih baik dan untuk penelitian selanjutnya diharapkan memakai variabel-variabel lain yang berhubungan dengan nilai perusahaan seperti *profitabilitas*, kebijakan deviden, struktur modal, kepemilikan manajerial serta untuk penelitian selanjutnya disarankan menggunakan indikator pengukuran lain untuk nilai perusahaan seperti *Price earning ratio* (PER), *price to book value* (PBV), *current ratio*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abriyani, Dkk. (2020). *Implementasi Corporate Social Responsibility Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan* Yogyakarta: Ekonisia.
- Ainulyaqin, Muhammad Hamdan, Endrin & Sigid Eko Pramono, (2019), *Determinan Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia*, Journal Of Finance And Islamic Banking, Vo. 2 No. 1 Hal 2-3
- Ariani, Dewi, Muthmainnah & Sahrul Ponto. (2024). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap*

- Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*. Vol. 4 No.2.
- Budiyanto, Fahrul Dan Nur Fadjrih Asyik. (2023). *Kinerja Keuangan Dan Nilai Perusahaan Ditinjau Dari Peran Struktur Kepemilikan Dan Corporate Social Responsibility*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Denziana, Angrita Dan Winda Monika. (2016). *Analisis Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Emiris Perusahaan Yang Tergolong Lq45 Di Bei Periode 2011-2014)*. *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol. 7, No. 2
- Dzahabiyya, Jauza, Dicky Jhoansyah, R Deni Muhammad Danial, (2020), *Analisis Nilai Perusahaan Dengan Model Rasio Tobin's Q*, *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Dewantara*, Vol. 4 No.1
- Goh, Thomas Sumsarsan. (2023). *Monogra: Financial Distress*. Griya Kebonagung: Indomedia Pustaka.
- Hasan, M. Iqbal. (2008) *Pokok-Pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif Edisi Kedua)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harahap, Risky Mardiyah & Edyanus Herman Halim. (2022). *Analisis Pengaruh Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Mediasi*. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*. Vol. No.1
- Hidayah K, Fadhilah Heliani Nur & Meutia Riany. (2023). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*. Vol.5. No.1.
- Faranika, Mutia dan Ilham Illahi. (2023). *Analisis Pengaruh Green Accounting dan Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan sektor properti, real estate dan kontribusi bangunan yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2021*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Vol.1 No.1 Hal. 141-160
- Jaya, Sandy. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) Dan Profitabilitas (Roa) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sector Property Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia (Bei)*. *Jurnal Manajemen Motivasi*. Vol.16
- Kholis, Azizul. (2020). *Corporate Social Responsibility Konsep Dan Implementasinya*. Medan: Katalog Dalam Terbitan (Kdt)

- Khotimah, Siwi Nur. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi*. Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi. Vol.8. No.2.
- Lamba & Atahau. (2022). *Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimediasi Profitabilitas*. Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Indonesia. Vol.6. No. 2
- Linawaty & Agustin Ekadjaja. (2017). *Analisis Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Dan Arus Kas Bebas Sebagai Variabel Pemoderasi*. Jurnal Ekonomi Vol. XXII, No. 01 Hal. 164-176
- Martilova, Novera. (2023). *Pengaruh struktu modal, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan: studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (BEI)*. Jurnal ilmiah manajemen, bisnis dan kewirausahaan 3 (1). 153-175
- Moch, Ariefianto Doddy. (2015). *Ekonomi Esensi Dan Aplikasi Dengan Menggunakan E Views*. (Jakarta:Gramedia).
- Ningrum, Endah Prawesti . (2021). *Nilai Perusahaan (Konsep Dan Aplikasinya, Indramayu*. Jawa Barat: Penerbit Adab Cv Adanu Abimata.
- Noprianto, Anjar. (2024). *Analisis Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan*. Jurnal ilmiah manajemen. Vo.5. No.2.
- Novari, Putu Mikhy Dan Putu Vivi Lestari. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Prifitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Properti Dan Real Estare*. Jurnal Manajemen Unud. Vol. 5 No.9.
- Rakhman, Abdul , 2021, *Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, Jurnal Manajemen Keuangan, Vol. 10. No.2
- Sari, Elsa Puspita & Dwi Ermayanti. (2019). *Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variable Moderasi (Studi Kasus Perusahaan Perbankan Bumn Go Public Yang Terdaftar Di Bei Periode Tahun*

- 2011-2018). *Jurnal Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*.
- Sari, Immu Puteri dan sari ayu. (2019). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia 2010-2014*. *Jurnal Menara Ekonomi*. Vol. 5. No.3.
- Setiawan, Erry. (2022). *Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Pertumbuhan Asset Serta Pengaruhnya Terhadap Leverage Pada Perusahaan (Teori Hingga Empirik)*. Jawa Barat: Rumah Cemerlang Indonesia.
- Shofia, Lailatus, and Nur Anisah. (2020). *Kinerja Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan*. *JAD : Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Dewantara* 3, no. 2 hal 122–33.
- Siregar, Syofyan. (2021). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:PT.Bumi Akasara)
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulbahri, Rifandi Akbar. (2021). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*, *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*. Vol.16, No.2.
- Susanto, Edy Eko & Zuli Surani. (2024). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*, *Jurnal Cakrawala Ilmiah*. Vol.3. No. 9
- Titisari, Katika Hendra. (2020). *Up Green Csr (Refleksi Edukasi Riset Csr Dalam Pengembangan Bisnis)*. Surakarta, Jawa Tengah : Cv Kekata Group.
- Wulandari, Ratna Ningrum. (2021). *Implementation Of Csr Activities From Stakeholder Theory Perspective In Wika Mengajar*. *Jurnal Vokasi Administrasi Dan Bisnis* Vol.3. No.1.
- Yohana, Andi Intan, Nawang Kalbuana, & Catra Indra Cahyadi. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Hutang, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Perusahaan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)*. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*. Vol.4. No.2.
- Zuhri, Saefudin, Risman Susilowati, & Hari Ujiantara. (2013). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap*

*Nilai Erusahaan Pada Perusahaan  
Sub Sektor Makanan Dan Minuman  
Ang Terdaftar Di Bei. Jurnal  
Akuntansi Dan Keuangan Entitas.  
Vol.3. No.2.*