

Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Tanggungjawab Sosial Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Yoseph Kowawin¹⁾, Alfonsus Rodriques Suninono²⁾

Akuntansi STIE YKPN Yogyakarta¹⁾, FEB Universitas Katolik Widya Mandira Kupang²⁾
kowawinmomo@gmail.com¹⁾ alfonsorodriques10@gmail.com²⁾

Abstract

This study aims to examine the effect of profitability, capital structure, corporate social responsibility and firm size on firm value. The independent variables used are profitability, capital structure, corporate social responsibility and company size. While the dependent variable used is the value of the company. The population in this study are manufacturing companies in the consumer goods industry sector which are listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in the 2015-2019 period. Samples were collected using purposive sampling method. A total of 20 companies were determined as samples. The analytical method of this study uses panel data regression. The results of this study indicate that profitability, capital structure and corporate social responsibility have a negative and insignificant effect on firm value. Meanwhile, firm size has a positive and significant effect on firm value.

Keyword: Profitability, capital structure, corporate social responsibility, company size, company value.

PENDAHULUAN

Belakangan ini perekonomian sudah menghasilkan kompetisi yang terbilang ketat antar perusahaan. Kompetisi ini membuat setiap perusahaan semakin berupaya meningkatkan performa demi mencapai tujuannya. Tujuan utama perusahaan adalah laba, sebab laba bisa meningkatkan nilai perusahaan serta mensejahterakan pemilik perusahaan atau pemegang saham.

Alasan perusahaan harus meningkatkan nilai perusahaan karena nilai perusahaan merupakan patokan utama untuk menilai perusahaan dalam keadaan baik atau buruk. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, dimana semakin tinggi harga saham maka nilai perusahaan dan kemakmuran para pemegang saham juga meningkat. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan melalui aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham yaitu, dengan meningkatkan nilai perusahaan. Harga saham dari perusahaan tinggi, maka investor untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut juga tinggi. Hal ini sesuai dengan pandangan Yudi sungkono (2019) yang menjelaskan bahwa semakin baik nilai perusahaan maka investor banyak penyandang dana yang memasukkan sumber daya ke dalam perusahaan, maka nilai perusahaan akan meningkat.

Menurut Zulaika & Sihombing (2019) menjelaskan bahwa, nilai perusahaan merupakan patokan keberhasilan kinerja perusahaan mampu berpengaruh pada persepsi investor

perusahaan. Pendekatan analitis yang dapat digunakan investor sebagai dasar pertimbangan pengambilan keputusan investasi adalah pendekatan analitis teknikal dan fundamental (Sutrisno, 2012). Analisis teknikal dapat dinilai melalui pergerakan harga saham yang telah diketahui melalui pasar modal untuk melihat fluktuasi harga saham. Analisis fundamental dapat dinilai berdasarkan rasio keuangan perusahaan yang biasanya digunakan untuk di perkirakan kinerja perusahaan termasuk keputusan ekonomi yang dibuat oleh manajer perusahaan yakni, keputusan pendanaan, investasi. Keputusan yang dibuat oleh perusahaan akan menentukan kesejahteraan pemegang saham, maka ketepatan perusahaan dalam membuat keputusan merupakan pertimbangan utama sebagai keyakinan bagi investor agar dana yang diinvestasikan dapat dikelola dengan baik. (Irawati *et al.*, 2019).

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang akan diperbandingkan satu dengan lainnya. Dengan menerapkan keutuhan aset kekayaan yang dimiliki perusahaan, sesudah disesuaikan dengan biaya yang sudah menandai aset hal yang demikian Profit margin dapat diinterpretasikan sebagai tingkat efisiensi perusahaan, merupakan kesanggupan perusahaan sejauh mana menekan biaya yang ada pada perusahaan, meskipun perputaran aktiva mencerminkan kesanggupan perusahaan dalam menciptakan penjualan menurut asset tertentu

Penelitian terkait dengan profitabilitas terhadap nilai perusahaan belum menemukan hasil yang selaras. Penelitian Ayu & Suarjaya (2017) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Alamsyah (2017) membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terkait dengan struktur modal pada nilai perusahaan belum membuktikan hasil yang selaras. Menurut Widyantari & Yadnya (2017) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Aspek selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal yaitu, suatu perbandingan pendanaan yang menerangkan jangka panjang perusahaan yang dijelaskan dengan perbandingan hutang untuk menerangkan bahwa jangka panjang pada modal sendiri. Kebutuhan dana perusahaan berasal dari sumber modal sendiri, modal saham, dan laba. Apabila dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih mengalami kekurangan (defisit), karena perlu untuk dipertimbangkan lagi tentang pendanaan perusahaan yang berasal dari luar ialah dari utang (*debt financing*).

Aspek selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal adalah teori yang menjelaskan kebijakan pendanaan perusahaan, baik secara utang maupun ekuitas untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Perbandingan antara utang dengan ekuitas menjadi masalah penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai efek langsung terhadap posisi keuangan perusahaan yang akhirnya mempengaruhi nilai perusahaan. Kesalahan dalam menentukan struktur modal akan berdampak luas terutama apabila perusahaan terlalu besar dalam menggunakan utang sehingga beban tetap yang harus di tanggung perusahaan semakin besar.

Lebih lanjut, penelitian terkait ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan belum menemukan hasil yang selaras. Eksplorasi oleh Indriyani (2017) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian Indriyani (2017) mengamati bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Berikutnya aspek lain yang memberi pengaruh nilai perusahaan adalah tanggungjawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai wujud kepedulian

perusahaan kepada lingkungan eksternal melewati beraneka kegiatan yang bisa dijalankan untuk memelihara lingkungan, ketika masyarakat dan partisipasi dalam pembangunan serta bentuk tanggungjawab sosial lainnya. Tujuan adanya tanggungjawab sosial ini yaitu untuk memberikan kontribusi kepada pembangunan yang berkelanjutan dengan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi semua pemangku kepentingan. Oleh sebab itu, kesepakatan bisnis dari seluruh pihak melewati kerjasama dengan para karyawan, kelompok sosial setempat ataupun masyarakat biasa, diinginkan kesanggupan untuk meningkatkan mutu kehidupan dengan sistem yang berguna bagi bisnis sendiri ataupun bisnis bersama.

LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

Signalling Theory

Teori sinyal memberikan gambaran bahwa sinyal atau isyarat merupakan suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang prospek kerja perusahaan (Pelzer et al., 2017). Teori ini tentunya memberikan suatu pemahaman kepada investor bahwa perusahaan yang memberikan sinyal baik mengisyaratkan perusahaan tersebut memiliki prospek kerja yang bagus. *Signalling theory* membuktikan kepada perusahaan dengan pengambilan keputusan investasi yang baik bisa memberikan sinyal pada pihak luar seperti investor dan kreditor bahwa perusahaan akan meningkatkan prospek kerja di masa yang akan datang (Puspitaningtyas, 2017). Tentunya hal tersebut akan berdampak pada harga saham di pasar modal sehingga akan mencerminkan nilai perusahaan itu sendiri.

Dilansir pada jurnal id (2018), mempertegaskan argumentasi bahwa pada dasarnya *Signalling Theory* memiliki relevansi yang kuat dengan ketersediaan informasi. Perusahaan yang *go public* biasanya memiliki ketersediaan informasi berupa laporan keuangan yang jelas baik itu tahunan ataupun dalam triwulan. Berdasarkan sinyal berupa informasi laporan keuangan tersebut para investor dapat mengukur berdasarkan rasio keuangan seperti profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan.

Nilai Perusahaan

Setiap perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menginginkan harga saham yang dijual memiliki potensi harga tinggi dan menarik minat para investor untuk membelinya. Hal ini dikarenakan semakin tinggi harga saham, maka akan tinggi nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang diindikasikan dengan *price to book value* (PBV) yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan. Atau menjadi tujuan perusahaan bisnis pada saat ini, sebab akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan terbuka, yang sering dikaitkan dengan harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat mencerminkan tingkat kemakmuran para pemegang saham. Dengan kata lain, untuk mencapai suatu tujuan tersebut setiap perusahaan hendaknya dapat meningkatkan harga saham, karena harga yang tinggi atau naik dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan diciptakan oleh perusahaan melalui kemampuan perusahaan dalam mengelola keuangan dan kepercayaan masyarakat. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Berdasarkan peluang-peluang investasi tersebut, maka tujuan dari perusahaan dalam memaksimalkan nilai perusahaan dan mensejahterakan pemegang saham semakin terbuka.

(Sunardi & Permana, 2019) menjelaskan bahwa nilai perusahaan diciptakan oleh perusahaan melalui kegiatan perusahaan dari waktu ke waktu. Pada satu sisi, nilai perusahaan ditunjukkan dengan laporan keuangan perusahaan, khususnya neraca yang berisi informasi

keuangan masa lalu, sementara sisi lainnya beranggapan bahwa menilai suatu perusahaan tergambar dari nilai perusahaan.

Profitabilitas

Pada umumnya tujuan berdirinya sebuah entitas atau perusahaan adalah untuk memperoleh laba yang tinggi. Dengan memperoleh laba maksimal seperti yang telah ditargetkan oleh perusahaan maka tentunya akan berdampak baik nilai perusahaan dan kesejahteraan pemilik saham meningkat, serta meningkatkan mutu produk dan meningkat niat investor untuk melakukan investasi baru. Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan yang digunakan untuk menentukan tingkat keuntungannya dalam suatu periode tertentu, serta memberikan cerminan mengenai tingkat efektivitas manajemen dalam menjalankan kegiatan operasional. Profitabilitas mencerminkan kinerja sebuah entitas dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan seluruh modal yang dimilikinya (Rohman & Suwarti, 2017).

Struktur Modal

Struktur modal (*capital structure*) adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri, berasal dari modal saham, laba ditahan, dan cadangan.

Struktur modal adalah kombinasi atau perimbangan antara utang dan modal sendiri (saham preferen dan saham biasa) yang digunakan perusahaan untuk merencanakan pendapatan modal. Menurut Husnan (2018) menyatakan bahwa struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari hutang jangka panjang (*long-term liabilities*) dan modal sendiri (*shareholders equity*). Struktur modal adalah pembelanjaan jangka panjang suatu perusahaan yang diukur dengan perbandingan utang jangka panjang dengan modal sendiri. Struktur modal adalah bauran sumber pendanaan permanen (jangka panjang) yang digunakan perusahaan (Wulandari, 2013).

Struktur modal yang optimal merupakan struktur modal yang dapat meminimumkan biaya dan optimal keseimbangan antara resiko dan pengembalian, sehingga memaksimalkan harga saham. Struktur modal erat kaitannya dengan harga saham, hal ini dikarenakan salah satu unsur yang membentuk harga saham adalah persepsi investor atas kinerja perusahaan, dan struktur modal yaitu, salah satu untuk yang menentukan baik dan buruknya kinerja perusahaan, karena struktur modal akan menentukan sumber pembiayaan dan pelanjaan yang dilakukan oleh perusahaan atas kegiatan operasionalnya.

Corporate Social Responsibility

Menurut Suhartini (2017), teori CSR merupakan suatu konsep bagi suatu badan khususnya perusahaan yang berkewajiban untuk mempertimbangkan kepentingan pengguna pemegang saham, karyawan, pemerintah, lingkungan, dan masyarakat dalam seluruh kegiatan operasinya, di luar dari kewajiban yang telah ditetapkan oleh undang-undang. Tanggung jawab sosial ini berlaku secara luas seperti definisi yang telah disebutkan diatas dapat disimpulkan bahwa CSR sebagai komitmen sebuah entitas untuk kelangsungan kehidupan financial dalam hal meningkatkan mutu kehidupan lingkungan dan masyarakat. Pengembangan tanggung jawab sosial dalam sebuah perusahaan memberikan manfaat bagi perusahaan untuk ikut serta melestarikan lingkungan dalam konsep pembangunan berkelanjutan.

Pengungkapan CSR

Perusahaan pada setiap akhir periode biasanya membuat laporan keuangan yang bertujuan untuk menyajikan informasi mengenai laporan posisi keuangan, kemampuan serta perubahan pada posisi keuangan sebuah entitas yang berguna untuk pemakai laporan keuangan tersebut. Maka dari itu supaya praktik tanggung jawab sosial yang dilakukan entitas dapat diketahui oleh pemangku kepentingan, perusahaan perlu mengungkapkannya dalam laporan tahunan.

Pengungkapan CSR oleh Victor & Cullen (1988) mengartikan bahwa CSR adalah suatu proses menyajikan laporan yang dikonsepsikan untuk mengutarakan masalah-masalah yang utang terlalu banyak. Tingkat berkaitan dengan tanggung jawab sosial, dimana secara eksklusif aktivitas tersebut dapat dipertanggung jawabkan lewat berbagai saluran seperti dalam laporan tahunan maupun dalam bentuk media promosi yang berpusat pada tindakan sosial (Rohman & Suwanti, 2017).

Menurut Panjaitan (2014) CSR artikan sebagai proses dari sebuah entitas untuk memusatkan perhatiannya secara *voluntary* atas lingkungan dan sosial pada kegiatan operasionalnya dan hubungannya dengan pemangku kepentingan, yang melebihi tanggungjawab organisasi dalam aspek hukum (Wulandari, 2013).

Ukuran Perusahaan

Menurut Priyadi (2017) pada dasarnya ukuran perusahaan adalah penggolongan perusahaan menjadi beberapa golongan, diantaranya perusahaan kecil, perusahaan besar dan sedang. Berdasarkan pada jumlah aktivitya, skala perusahaan adalah salah satu faktor yang digunakan untuk menggambarkan ukuran suatu entitas.

Banyak atau sedikitnya informasi yang dituangkan pada pelaporan keuangan sangat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan yang lebih besar akan mendorong perusahaan tersebut mengungkapkan lebih banyak informasi laporan tahunannya jik dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena tuntutan terhadap manajemen oleh stakeholder lebih besar pada perusahaan besar dari pada perusahaan yang lebih kecil.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan konsep tersebut, peneliti berasumsi bahwa profitabilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2020. Hipotesis di atas didukung oleh penelitian dari Chen *et al.*, (2021), dan Indriyani (2017) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi rasio profitabilitas maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka disusunlah hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hipotesis ini dapat menjelaskan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan signifikan. Sehingga dapat diartikan sebagai penambahan hutang yang dilakukan oleh perusahaan dan perusahaan itu untuk melakukan pengembangan usahanya serta bisa meningkatkan harga saham dari perusahaan tersebut, maka nilai perusahaan dapat meningkatkan secara signifikan, hal ini membuat para pemegang saham atau para investor tersebut, merasa puas dengan sistem kinerja perusahaan yang mana sudah memberikan sinyal yang baik kepada pemilik saham atau investor dengan sendirinya para

investor dengan secepat menginvestasikan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Pelzer *et al.*, (2017), begitu juga dengan peneliti Hamidy *et al.*, (2015) yang membuktikan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka disusunlah hipotesis sebagai berikut:

H2: Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dikonsepsikan lebih luas sebagai tugas manajerial untuk mengambil tindakan untuk melindungi dan mengembangkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus memberikan keuntungan bagi perusahaan. Oleh sebab itu, nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan dan jika perusahaan melihat aspek pendukung lainnya seperti ekonomi, sosial, dan lingkungan hidup yang harus dijaga dan mempunyai peran penting dalam kehidupan masyarakat. Menurut pendapat dari Suhartini (2017) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif. Berdasarkan uraian diatas maka disusunlah hipotesis sebagai berikut:

H3: Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh sebab itu, perusahaan yang besar memiliki kecenderungan mempunyai nilai positif yang lebih baik dari perusahaan karena sistem kinerja keuangan perusahaan telah stabil. Maka dapat menarik para investor untuk memiliki saham tersebut di perusahaan. Keadaan menjadi salah satu alasannya utama untuk kenaikan harga saham pada perusahaan di pasar modal. Dengan demikian tingginya perolehan laba dapat meningkatkan harga saham maka perusahaan pada ujungnya akan meningkat nilai perusahaan. Pendapat dari Ernawati (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas maka disusunlah hipotesis sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Defenisi dari populasi ialah keseluruhan dari variabel yang menyangkut masalah yang diteliti. Populasi dari penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.

Penelitian ini menggunakan data panel atau *pooled data*, yakni gabungan data *cross section* untuk tahun 2015-2019 dan *times series*. Tujuan menggunakan regresi data panel adalah untuk memperkirakan nilai intersep dan slope sehingga menghasilkan intersep dan slope yang berbeda pada setiap perusahaan dan setiap periode waktu. Penelitian memilih sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yang merupakan metode pengambilan sampel dengan mempunyai beberapa persyaratan. Adapun persyaratan yang digunakan ialah:

1. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang tercatat di BEI secara stabil pada tahun 2015-2019
2. Mempunyai kelengkapan data terkait dengan semua variabel yang dipakai dalam pengkajian ini.

Berdasarkan persyaratan di atas, diperoleh sampel 20 perusahaan pada sektor industri yang terdaftar di BEI.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel Dependen

Variabel ialah penggambaran dari *construct* atau proksi yang bisa diukur dengan bermacam-macam nilai. Nilai variabel bisa berupa atribut atau berupa angka yang menggunakan skala atau ukuran dalam kisaran nilai tertentu. Definisi operasional menjabarkan suatu cara yang digunakan saat mengoperasikan proksi, yang mana akan mungkin bagi peneliti yang lain untuk mereplikasikan pengukuran melalui pengembangan cara pengukuran proksi yang lebih baik atau cara yang sama dengan sebelumnya (Indriantoro & Supomo, 1999).

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Nilai perusahaan yang menjadi dasar penilaian investor tentang keberhasilan perusahaan tercermin melalui pergerakan harga saham. Menurut Riadi (2017) menjelaskan bahwa, harga saham yang tinggi berdampak baik pada nilai perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pasar saat ini maupun perkembangan perusahaan kedepannya.

Dalam penelitian ini, pengukuran nilai perusahaan berdasarkan *Tobin's Q* atau *Q ratio* yang diadopsi dari penelitian Trianita (2020). Alasan peneliti menggunakan *Tobin's Q* yakni, karena bisa memastikan estimasi pasar saat ini dari setiap return rupiah pada setiap investasi. Rumus *Tobin's Q* untuk mengukur nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TOTAL ASET}$$

MVE (*Market Value of Equity*) = Harga penutupan akhir tahun buku x banyaknya saham yang beredar.

DEBT: Nilai buku total liabilitas

Total Aset: Nilai buku total asset

Variabel Independen

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh profit yang besar, tujuannya agar para investor mendapatkan *return* yang besar. Untuk mengetahui nilai sebuah perusahaan yang layak, pendukung keuangan dapat menggunakan variabel ini untuk mengukur sejauh mana perusahaan tersebut mengawasi sumber daya yang ada, keuntungan penawaran dan seberapa besar keuntungan dari spekulasi. Batas yang digunakan untuk mengukur produktivitas adalah *return on resources* (ROA).

$$\text{Return On Asset} = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total asset}}$$

Struktur Modal

Konstruksi modal yang ideal, secara spesifik, desain modal dapat membatasi biaya dan meningkatkan keselarasan antara bahaya dan pengembalian, untuk memperkuat biaya berbagi. Pembentukan modal sangat erat kaitannya dengan biaya persediaan, hal ini karena salah satu komponen yang telah membentuk biaya persediaan adalah pendukung keuangan

dalam kerangka presentasi organisasi, dan desain modal merupakan komponen penting karena menentukan besar dan buruknya suatu perusahaan. Oleh karena itu, mengetahui nilai organisasi itu positif atau negatif, pendukung keuangan menggunakan faktor untuk mengetahui tentang administrasi kerangka pameran keuangan perusahaan sehingga pendukung keuangan sangat senang dengan konsekuensi dari presentasi perusahaan dan selanjutnya meningkatkan keuntungan.

$$\text{DER} = \frac{\text{Total utang}}{\text{Total ekuitas}} \times 100\%$$

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Maksimisasi kemakmuran pemegang saham menunjukkan bahwa manajemen tidak dapat mengabaikan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial diidentikkan dengan banyak hal, seperti kompensasi perwakilan yang memuaskan, kondisi kerja yang aman, dukungan untuk kontribusi dewan dalam masalah ekologi, dan lain-lain. Jadi semua perusahaan harus menunjukkan tanggungjawab sosial mereka. Keberhasilan investor dan keberada perusahaan akan bergantung pada tanggungjawab sosial perusahaan yang mereka miliki. Secara teratur, tidak ada tindakan tegas untuk kewajiban sosial yang menyebabkan kesulitan dalam merinci strategi secara andal. Jika masyarakat, melalui kongres dan badan delegasi lainnya, membuat keputusan yang dapat menyesuaikan antara tujuan yang bersahabat dan efektivitas keuangan, maka, pada saat itu, komitmen perusahaan terhadap tanggungjawab sosial perusahaan akan menjadi lebih jelas. Dengan demikian, pada akhirnya perusahaan dapat dilihat sebagai pengembangan produk individu dan sosial, dan penguatan kelimpahan investor tetap menjadi tujuan perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Banyak atau sedikitnya informasi yang dituangkan pada pelaporan keuangan sangat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan tersebut. Variabel menjadi patokan untuk ukuran perusahaan yang lebih besar akan mendorong perusahaan tersebut mengungkapkan lebih banyak informasi laporan tahunannya jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena tuntutan terhadap manajemen oleh *stakeholder* lebih besar pada perusahaan besar daripada perusahaan yang lebih kecil.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln} \times \text{Total Aset}$$

Metode dan Teknik Analisis Data

Metode Analisis Data

Metode analisis data ialah sebuah metode yang bertujuan untuk memproses serta mengolah berbagai variabel yang digunakan, sehingga hasil dan kesimpulan penelitian dapat diperoleh. Metode analisis data yang dilakukan diantaranya uji analisis statistik deskriptif, analisis data panel, dan pengujian hipotesis. Alat analisis yang digunakan ialah perangkat lunak Microsoft Excel dan Eviews 12.

Model Penelitian

Melihat kerangka penelitian pada gambar 2.1, maka dapat dibentuk rumusan model penelitian untuk Hipotesis 1 sampai dengan Hipotesis 4 adalah sebagai berikut:

Uji efek Utama:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

$\beta_1 \dots \beta_4$ = Koefisien Regresi

X1 = Profitabilitas

X2 = Struktur Modal

X3 = CSR

X4 = Ukuran Perusahaan

e = Error Term

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dapat dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan distribusi) (I Ghozali, 2016). Berdasarkan konsep ini, peneliti menggunakan statistik deskriptif untuk dapat mengetahui karakteristik dari sampel yang akan diuji menggunakan variabel profitabilitas, struktur modal, tanggung jawab sosial, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan. Oleh sebab itu, laporan keuangan yang digunakan penulis diperoleh dari website www.idx.co.id.

Statistik deskriptif ialah statistik yang berguna untuk melihat representasi data yang digunakan (Sugiyono, 2014). Gambaran data tersebut bisa ditinjau dari nilai maksimum, nilai minimum, standar deviasi, rata-rata (*mean*), serta *range* (Ghozali, 2016). Analisis berikut hanya memberi gambaran data dalam penelitian yang mana bukan untuk pengujian hipotesis.

Penentuan Model Estimasi

Analisis yang dipakai pada penelitian ialah analisis data panel. Data panel ialah campuran atau kombinasi dari data *time series* (runtut waktu) dan *cross section* (runtut ruang). Secara umum ada 3 metode yang dapat dipakai untuk mengestimasi model regresi dalam data panel, yakni (1) *Common Effect*; (2) *Fixed Effect*; dan (3) *Random effect*. Pemakaian model *common effect* (yang selanjutnya disingkat CEM) ialah model yang paling tidak rumit daripada kedua model lainnya. Model ini hanya mengombinasikan data runtut waktu dan runtut ruang dengan mengabaikan perbedaan waktu serta individu. Metode yang dipakai untuk mengestimasi CEM ialah *Ordinary Least Square* (OLS).

Model *fixed effect* (FEM) ialah model yang dipakai untuk mengatasi kelemahan dari CEM. Model ini menunjukkan intersep yang berbeda pada setiap individu, tetapi koefisien

regresi sama. Estimasi dengan FEM disebut dengan *Least Square Dummy Variable (LSDV)*, dikarenakan model ini memperkirakan data panel dengan menambahkan *dummy variable*.

Model *random effect* (REM) ialah model yang berguna untuk mengatasi masalah yang disebabkan oleh CEM dan FEM. REM mengestimasi data panel yang diperkirakan mempunyai hubungan antar subjek serta waktu. REM sering disebut sebagai teknik *Generalized Least Squad (GLS)* atau *Error Component Model (ECM)*.

a. Uji Chow

Pengujian ini berguna untuk menentukan model terbaik antara FEM atau CEM. Hipotesis uji chow yang digunakan yaitu:

H₀: *Common Effect Model*

H_a: *Fixed Effect Model*

b. Uji Hausman

Uji ini dilakukan guna menentukan model yang paling baik antara FEM atau REM. Hipotesis uji hausman yang digunakan yaitu:

H₀: *Random Effect Model*

H_a: *Fixed Effect Model*

c. Uji Langrange Multiplier

Pengujian ini berguna untuk memilih model yang paling baik antara REM atau CEM. Hipotesis uji *langrange multiplier* yang dipakai yaitu:

H₀: *Common Effect Model*

H_a: *Random Effect Model*

Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini berguna untuk melihat bagaimana keadaan data yang dipakai pada sebuah penelitian agar didapatkan model penelitian yang benar-benar bebas atau terhindar dari gejala normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Gujarati (2004) memaparkan bahwa data panel lebih mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan data runtut waktu maupun runtut ruang, diantaranya adalah:

1. Teknik estimasi yang digunakan pada data panel menciptakan keberagaman secara gamblang dalam perhitungan, karena mengaitkan variabel individual secara spesifik.
2. Data panel memberikan derajat kebebasan yang lebih banyak, sehingga data menjadi lebih informatif, variatif, dan kolinearitas.
3. Studi tentang perubahan dinamis lebih cocok jika menggunakan data panel.
4. Data panel dapat menilai efek yang tidak dapat dilakukan oleh data runtut waktu maupun runtut ruang.
5. Data panel dapat digunakan untuk meninjau kompleksivitas dari model perilaku.
6. Bias dapat diminimalisir dengan data panel.

Berdasarkan beberapa keunggulan tersebut, maka ada beberapa uji asumsi klasik yang tidak harus diujikan pada data panel. Hal ini dipicu oleh beberapa argumen diantaranya:

1. Tidak perlu dilaksanakan uji linieritas karena model regresi diasumsikan sudah bersifat linier.
2. Data panel tidak mewajibkan dilakukannya uji normalitas, karena pengujian ini bukan syarat *Best Linier Unbias Estimator*.
3. Data panel tidak memerlukan uji autokorelasi, karena masalah ini hanya terjadi pada data runtut waktu.

4. Uji multikolinearitas hanya perlu dilakukan jika model regresi memiliki variabel independen lebih dari satu.
5. Uji heteroskedastisitas perlu dilaksanakan karena heteroskedastisitas terjadi pada data runtut ruang, dan data panel mendekati ciri data ini.

Dengan demikian, uji asumsi klasik yang perlu dilaksanakan pada penelitian ini berdasarkan penjelasan di atas ialah uji multikolinearitas dan heterokedastisitas.

a. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini berguna untuk mengetahui apakah terdapat hubungan (korelasi) pada setiap variabel. Model dikatakan baik apabila dalam model regresi tidak memuat hubungan (korelasi) pada setiap variabel bebasnya. Multikolinearitas dapat dideteksi dari nilai korelasi antar variabel. Apabila korelasi antar variabel $> 0,90$ maka terdapat multikolinearitas (Ghozali, 2011)

b. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini berguna untuk mendeteksi ada tidaknya perubahan *variance residual* dari satu penelitian lain. Jika varian residual suatu penelitian ke penelitian lain konstan atau tidak berubah, maka dinamakan homokedastisitas dan jika ada perbedaan maka dinamakan heterokedastisitas. Model regresi disebut sebagai model yang bagus apabila pada model tersebut tidak terjadi masalah heterokedastisitas. Cara mendeteksi heterokedastisitas dapat dilihat nilai probabilitas yang dibandingkan dengan tingkat signifikansi. Apabila probabilitas setiap $> 0,05$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model tidak terjadi masalah atau gejala heterokedastisitas, begitu pula sebaliknya.

Uji Hipotesis

Uji F

Pengujian ini bertujuan guna menyelidiki, baik atau buruknya model dalam suatu penelitian. Apabila variabel independen mampu memprediksi variabel dependennya, maka model dalam penelitian merupakan model yang baik. Uji F dianalisis dengan memperhatikan nilai probabilitas dibandingkan dengan tingkat signifikansi. Jika nilai prob $< 0,05$, maka dapat diambil kesimpulan bahwa variabel bebas secara simultan mampu menjelaskan variabel terikat, begitu pula sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Pengujian ini merupakan pengujian yang berguna untuk menilai seberapa besar variasi variabel terkait mampu diterangkan oleh kemampuan model. Apabila nilai koefisien determinasi rendah atau kecil, dapat diartikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat juga sangat rendah, begitu pula sebaliknya.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan guna menyelidiki, seberapa kuat pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) secara parsial (individual). Uji t dianalisis dengan memperhatikan nilai probabilitas dibandingkan dengan tingkat signifikansi. Apabila nilai prob $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas mempunyai pengaruh signifikansi terhadap variabel terikat, begitu pula sebaliknya.

HASIL PENELITIAN

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian pada hipotesis 1 menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menerangkan bahwa perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menghasilkan laba bagi para investor, tidak memperoleh hasil secara

maksimal sehingga terdapat keraguan investor dalam melakukan investasi. Selain itu, pada beberapa periode terjadi peningkatan aset perusahaan namun tidak diikuti dengan peningkatan laba, sehingga pemegang saham memandang bahwa kinerja perusahaan kurang efektif dalam menggunakan asetnya. Penelitian ini sesuai dengan temuan Susilowati (2011) dan Herawati (2012) yang menjelaskan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi nilai ROA tidak akan mempengaruhi naik atau turunnya nilai perusahaan. Kondisi tersebut disebabkan peningkatan profitabilitas atau kinerja keuangan saja tidak cukup untuk mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan sehingga disinyalir ada aspek lain yang turut mempengaruhi.

Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian pada hipotesis 2 menunjukkan bahwa pengaruh struktur modal tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menerangkan bahwa, berdasarkan hasil analisis regresi DER berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap nilai. Artinya, modal perusahaan yang dimiliki sebagian besarnya adalah utang, sehingga dengan penggunaan utang yang tinggi menyebabkan timbulnya beban bunga yang semakin besar dan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 yang dilakukan, *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak mampu mendukung teori sinyal bahwa perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya dan perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa, perusahaan tidak melakukan komunikasi tanggung jawab sosial perusahaan secara tepat sehingga belum tepat juga apa yang dimengerti oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Sebagian besar perusahaan manufaktur juga hanya berfokus pada faktor keuangan dan kurang berfokus pada faktor-faktor non keuangan seperti *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dapat dilihat dari kecilnya nilai pengungkapan CSR dari perusahaan manufaktur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa, *Corporate Social Responsibility* hanya bersifat opsional bagi sebagian besar perusahaan manufaktur. Hasil penelitian sesuai dengan temuan Nurlela dan Islahuddin (2008), Ira (2014) serta Tjia dan Setiawati (2012) bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak mempengaruhi nilai perusahaan dikarenakan kualitas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* rendah dan tidak mengikuti standar GRI.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian pada hipotesis 4 menunjukkan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan positif dan signifikan pada nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang lebih baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan itu sendiri. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah utang perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Nuraina (2012) yang menemukan bahwa, ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pernyataan

tersebut juga didukung oleh beberapa peneliti seperti Maryam (2014), dan Prasetyorini (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uraian pembahasan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dan saran yang dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan oleh perusahaan menghadapi masalah yang terjadi sekarang ini.

Adapun hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji analisis regresi data panel, ditemukan bahwa variabel Profitabilitas yang diproksi melalui *Return On Asset* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
2. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji analisis regresi data panel, ditemukan bahwa variabel Struktur Modal yang diproksi melalui Debt Equity Ratio tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.
3. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji analisis regresi data panel, ditemukan bahwa variabel Tanggung Jawab Sosial Perusahaan yang diproksi melalui *Coorporate social of Responsibility* tidak berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan
4. Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan uji analisis regresi data panel, ditemukan bahwa variabel Ukuran perusahaan yang diproksi melalui Ukuran perusahaan (*Ln size*) berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan

SARAN

- a. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada simpulan, diketahui ternyata terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur diantaranya tingkat profitabilitas, struktur modal, CSR, dan ukuran perusahaan. Maka dari itu, disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut terhadap variabel yang lebih luas untuk meneliti secara lebih detail faktor-faktor yang mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan
- b. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan jenis sampel perusahaan yang lebih luas dan berbeda dengan waktu pengamatan yang lebih lama pula agar hasil dari penelitian dapat lebih mudah untuk direalisasikan
- c. Disarankan untuk mengklasifikasikan perusahaan berdasarkan umur perusahaan. Oleh karena itu, kemungkinan perusahaan yang sudah lama stabil dengan yang baru didirikan akan berpengaruh terhadap tingkat nilai perusahaan terkait.
- d. Hal-hal yang telah sesuai dengan standar penyajian laporan penelitian harap dipertahankan dan diperbaiki sesuai kebutuhan penelitian yang dilakukan.
- e. Bagi perusahaan manufaktur, disarankan untuk bisa memperbaiki dan melengkapi penyajian laporan keuangan agar informasi yang ingin disampaikan perusahaan dapat jelas diterima oleh publiknya.
- f. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan dapat lebih detail dalam hal penyajian hasil penelitian dan data penelitian yang ada harap dilampirkan secara lengkap untuk mendukung validitas penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Arens, Randal, E., & Beasley, M. S. (2012). Auditing And Assurance Services : An Integrated Approach. In *Fourteenth Edition*.
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2016). Partial Least Square (Pls) Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis. *Andi Offset*.
- Alamsyah, S. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan, Relevansi Nilai Informasi Akuntansi, Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Periode 2010-2013). *Competitive Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 136. <https://doi.org/10.31000/Competitive.V1i1.112>
- Aryanto, A., & Setyorini, C. T. (2019). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan. *Jurnal Informasi, Perpajakan, Akuntansi, Dan Keuangan Publik*, 14(2), 181. <https://doi.org/10.25105/Jipak.V14i2.5020>
- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. A. G. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Mediasi Pada Perusahaan Pertambangan. 6(2), 1112–1138.
- Chen, S., Tanudjaya, F., Pratama, R., Damanik, B., & Rahmi, N. U. (2021). Influence Of Company Size , Profitability , Dividend Policy , And Liquidity On Company Value In Manufacturing Companies. 4(08), 1559–1565. <https://doi.org/10.47191/Jefms/V4-I8-34>
- Dewi, N. M. D. M., Yuniarta, G. A., & Wahyuni, M. A. (2017). Pengaruh Pengendalian Internal , Budaya Etis Organisasi , Dan Kesesuaian Kompensasi Terhadap Kecenderungan Kecurangan (Fraud) Koperasi Simpan Pinjam Di Kabupaten Jembrana. *E-Journal SI Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 8(2).
- Ernawati. (2019). *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.8 No.1 (2019)*. 8(1), 836–849.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro (Ed.)).
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamidy, R. R., Wiksuana, I. G. B., Gede, L., & Artini, S. (2015). Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Properti Dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia Email : Rahmanhamidy@gmail.Com. *Pangsa Kapitalisasi*. 10, 665–682.
- Husnan. (2018). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , (12)*, 6383–6409.
- Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/Akt.V10i2.4649>
- Kunci, K., & Indriyani, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*, 10(2), 333–348. <https://doi.org/10.15408/Akt.V10i2.4649>
- Martha, L., Sogiroh, N. U., Magdalena, M., Susanti, F., & Syafitri, Y. (2018). Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Benefita*, 3(2), 227. <https://doi.org/10.22216/Jbe.V3i2.3493>
- Panjaitan. (2014). *Panjaitan: Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan... Vi(01)*, 54–81.

- Pelzer, K., Stebbins, J. F., Prinz, F. B., Borisov, A. S., Hazendonk, P., Hayes, P. G., Abele, M., Nmr, S., York, N., Santibáñez-Mendieta, A. B., Didier, C., Inglis, K. K., Corkett, A. J., Pitcher, M. J., Zanella, M., Shin, J. F., Daniels, L. M., Rakhmatullin, A., Li, M. M., ... Society, C. (2017). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Solid State Ionics*, 2(1), 1–10.
- Priyadi, M. P. (2017). *Pengaruh Profitabilitas Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan*. 40.
- Puspitaningtyas, Z. (2017). Efek Moderasi Kebijakan Dividen Dalam Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 5(2), 173. <https://doi.org/10.30871/Jaemb.V5i2.538>
- Rachmawati, D., & Dahlia. (2015). Upn " Veteran " Jakarta Upn " Veteran " Jakarta. *Bina Widya*, 18(1), 1–10.
- Rohman, D. N., & Suwarti, T. (2017). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia)*. 591–608.
- Sugiyono, S. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Alfabeta (Ed.)).
- Suhartini, D. (2017). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Ira Megasyara Universitas Pembangunan Nasional " Veteran " Jawa Timur 2 . Tinjauan Pustaka Dan Pengembangan Hipotesis*. 21(2), 129–140.
- Sunardi, N., & Permana, R. D. I. (2019). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Dan Dampaknya Pada Nilai Perusahaan*. 2(1), 62–72.
- P., & Julianto Panjaitan M. (2015). *Pengaruh Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Dan Moderating (Studi Empris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei)*.
- Victor, B., & Cullen, J. B. (1988). The Organizational Bases Of Ethical Work Climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 101.
- Widyantari, N., & Yadnya, I. (2017). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food And Beverage. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(12), 253483.
- Wulandari, S. (2013). *Analisis Struktur Modal Dan Variabel- (Studi Empiris Pada Perusahaan Real Estate Dan Property Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013)*.
- Yudi Sungkono. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Parameter*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.37751/Parameter.V4i1.31>
- Zulaika, T., & Sihombing, G. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan : (Studi Empiris Pada Indeks Sri-Kehati Yang Terdaftar Di Bei)*. 2(2), 135–165.