

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR),  
UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN PERTUMBUHAN  
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK  
INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2023**



**SKRIPSI**

Oleh:

Nama : Ayu Halimatus Sa'diyah

No. Mahasiswa : 21312119

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA**

**2025**

## **HALAMAN JUDUL**

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR), UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2023**

## **SKRIPSI**

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama : Ayu Halimatus Sa'diyah

No. Mahasiswa : 21312119

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2025**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar saya sanggup menerima hukuman/ sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 21 Oktober 2025

Penulis,



(Ayu Halimatus Sa'diyah)

## HALAMAN PENGESAHAN

# **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR), UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2019-2023**

## SKRIPSI

Diajukan Oleh :

Nama : Ayu Halimatus Sa'diyah

No. Mahasiswa : 21312119

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada tanggal 18 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



(Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.)

# **BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

## **BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI**

### **SKRIPSI BERJUDUL**

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN  
PERTUMBUHAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN  
MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2019-2023**

Disusun oleh : AYU HALIMATUS SA'DIYAH

Nomor Mahasiswa : 21312119

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus  
pada hari, tanggal: Kamis, 06 November 2025

Penguji/Pembimbing Skripsi : Erna Hidayah, Dra., M.Si., Ak., CA.

Penguji : Aditya Pandu Wicaksono, SE., Ak., M.Ak.

Mengetahui  
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFA, CertIPSAS.

## HALAMAN MOTTO

*“Apabila engkau telah selesai (dengan suatu kebajikan), teruslah bekerja keras  
(untuk kebajikan yang lain)”*

*QS Al-Insyirah Ayat 7*

*”aku tetap melanjutkan langkahku, meski doa itu kini datang dari alam yang  
berbeda”*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillahirabbil'alamin*

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Kepada Allah SWT yang telah melimpahkan sumber segala ilmu, kekuatan, dan ketenangan hati dalam setiap langkah perjuangan hidup saya.

Kepada almarhumah Ibu dan ayah tercinta, yang menjadi sumber kekuatan, doa dan pengorbanan yang tiada ternilai.

Kepada dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan, membagikan ilmu serta arahan berharga hingga karya ini dapat terselesaikan.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Puji Syukur kehadirat Allah SWT dengan segala rahmat, berkah, dan Karunia-NYA sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, para sahabat, serta seluruh umat yang setia meneladani ajaran-ajaran beliau hingga akhir zaman.

Penelitian dengan judul “ **Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage* dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023**” ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan kontribusi berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Allah Subhanahu wa ta'ala yang telah memberikan segala petunjuk, kemudahan, nikmat, serta karunia-Nya yang tiada batas sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Fahul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh jajaran pimpinan universitas

3. Bapak Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Univeritas Islam Indonesia.
4. Bapak Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com(IS)., Ph.D., CFrA, selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS., ASPM, selaku Ketua Program Studi Akuntansi Program Sarjana Universitas Islam Indonesia.
6. Ibu Dra. Erna Hidayah, M.Si., Ak., CA, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Segenap dosen Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
8. Almarhumah Ibu Sukaini dan Bapak Suparjo selaku orang tua penulis yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. Keluarga, sahabat, dan teman-teman, terima kasih telah menjadi tempat berproses dan selalu mendukung, memotivasi, doa serta kesabaran yang luar biasa.
10. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan langsung maupun tidak langsung hingga selesainya skripsi ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna, baik dalam segi konsep, analisis, maupun penyajian. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang akuntansi. Terima kasih.

***Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.***

Yogyakarta, 18 Oktober 2025

Penulis

(Ayu Halimatus Sa'diyah)

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	ii
Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Berita Acara Ujian Akhir Skripsi.....	v
Halaman Motto .....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel .....	xiv
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
Abstrak .....	xvii
BAB I Pendahuluan .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.5. Sistematika Penulisan .....	10
BAB II Tinjauan Pustaka .....	12
2.1. Landasan Teori .....	12
2.1.1. Teori Signal .....	12
2.1.2. Nilai Perusahaan .....	15
2.1.3. Corporate Social Responsibility (CSR) .....	16
2.1.4. Ukuran Perusahaan .....	18
2.1.5. Leverage .....	19
2.1.6. Pertumbuhan Perusahaan .....	19
2.2. Tinjauan penelitian terdahulu.....	20
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	22
2.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan .....	24

2.3.3.	Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	25
2.3.4.	Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. .	27
2.4.	Model Penelitian .....	28
BAB III	Metode Penelitian .....	29
3.1.	Populasi dan Sampel.....	29
3.2.	Sumber dan Teknis Pengumpulan Data .....	30
3.3.	Variabel Penelitian.....	30
3.3.1.	Variabel Dependen.....	30
3.3.2.	Variabel Independen .....	31
3.4.	Metode Analisis Data.....	34
3.4.1.	Statistik Deskriptif.....	34
3.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.4.3.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.4.4.	Pengujian Hipotesis .....	37
3.5.	Hipotesis Operasional.....	38
BAB IV	Analisis Data dan Pembahasan .....	39
4.1.	Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
4.2.	Data Penelitian .....	40
4.2.1.	Corporate Social Responsibility .....	40
4.2.2.	Ukuran Perusahaan .....	40
4.2.3.	Leverage .....	41
4.2.4.	Pertumbuhan Perusahaan .....	42
4.2.5.	Nilai Perusahaan .....	42
4.3.	Analisis Statistik Deskriptif .....	43
4.4.	Hasil Analisis Asumsi Klasik .....	45
4.4.1.	Uji Multikolinearitas .....	45
4.4.2.	Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.4.3.	Uji Autokorelasi.....	47
4.4.4.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	48
4.4.5.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
4.4.6.	Uji T .....	50
4.5.	Pembahasan.....	52

4.5.1. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan .....	52
4.5.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan .....	54
4.5.3. Pengaruh <i>Leverage</i> Terhadap Nilai Perusahaan .....	56
4.5.4. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan ..	57
BAB V Kesimpulan dan Saran .....	59
5.1. Kesimpulan .....	59
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	60
5.3. Saran .....	61
5.4. Implikasi Penelitian .....	61
Daftar Pustaka .....	63
Lampiran .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Mengenai Nilai Perusahaan.....	20
Tabel 4.1 Proses Pemilihan Sampel.....	40
Tabel 4.2 Contoh Perhitungan CSR.....	40
Tabel 4.3 Contoh Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	41
Tabel 4.4 Contoh Perhitungan Leverage.....	42
Tabel 4.5 Contoh Perhitungan Pertumbuhan.....	42
Tabel 4.6 Contoh Perhitungan Nilai Perusahaan.....	43
Tabel 4.7 Contoh Perhitungan Nilai Perusahaan.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	46
Tabel 4.11 Hasil Robust Standard Error.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi.....	47
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.14 hasil Uji Koefisien Determinasi.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian.....	28
----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan .....	70
Lampiran 2 Perhitungan Corporate Social Responsibility Periode 2019-2023 ...	72
Lampiran 3 Perhitungan Ukuran Perusahaan Periode 2019-2023.....	76
Lampiran 4 Perhitungan Leverage Periode 2019-2023 .....	80
Lampiran 5 Perhitungan Pertumbuhan Perusahaan Periode 2019-2023.....	84
Lampiran 6 Perhitungan Nilai Perusahaan Periode 2019-2023 .....	88
Lampiran 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	92
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	93
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	93
Lampiran 10 Hasil Robust Standard Error .....	93
Lampiran 11 Hasil Uji Autokorelasi .....	94
Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	94
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	94
Lampiran 14 Hasil Uji T .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of corporate social responsibility, firm size, leverage, and firm growth on firm value in the manufacturing sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2019–2023. The data used in this study were secondary data obtained from the annual financial reports of manufacturing companies. The sampling technique employed was purposive sampling, and the data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 25 software. Out of a total of 164 observations, 59 samples met the established criteria. The results indicate that corporate social responsibility and firm growth do not have a significant effect on firm value, while firm size and leverage has a positive and significant effect on firm value.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Firm Size, Leverage, firm growth, firm value, manufacturing sector, Indonesia Stock Exchange*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Data yang digunakan merupakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Dari total sampel 164 data observasi, diperoleh 59 sampel yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata kunci:** *Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage, Pertumbuhan Perusahaan, Nilai Perusahaan, Sektor Manufaktur, Bursa Efek Indonesia.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi menjadi fokus utama dalam menghadapi dinamika ekonomi global yang terus berkembang. Menurut *International Monetary Fund* (2024) melaporkan pertumbuhan ekonomi secara global mengalami penurunan sebesar 3,5 persen pada tahun 2022 menjadi 3,3 persen pada tahun 2023. Kondisi ini menggambarkan adanya perlambatan ekonomi secara global akibat dari inflasi, ketegangan geopolitik dan peperangan global yang menyebabkan terhambatnya rantai pasokan barang dan jasa. Meskipun ekonomi global sedang mengalami penurunan, perekonomian Indonesia mampu bertahan dalam menghadapi tantangan global. Hal ini terkonfirmasi pada tahun 2022, pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai angka 5,31 persen, meskipun pertumbuhan ekonomi tahun 2023 sedikit melambat menjadi 5,05 persen (Badan Pusat Statistik, 2024). Salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) adalah sektor manufaktur.

Sektor manufaktur merupakan sektor yang memainkan peran penting terhadap pembangunan ekonomi dan perkembangan industri di Indonesia. Keberadaan industri manufaktur memberikan dampak positif terhadap meningkatnya nilai tambah bahan mentah, menciptakan lowongan pekerjaan dalam jumlah besar dan menambah pendapatan devisa negara (Masruri, 2023). Namun, keberhasilan manufaktur tidak hanya diukur

berdasarkan *output* produksi, laporan keuangan maupun non-keuangan menjadi salah satu faktor dalam menjual nilai perusahaan di pasar. Stabilisasi perusahaan ditengah persaingan global memberikan peluang perusahaan dalam meningkatkan reputasinya di mata investor. Perusahaan yang menyajikan laporan keuangan secara transparan serta menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan merupakan salah satu cara untuk menilai kinerja perusahaan.

Disisi lain, tantangan signifikan yang dialami sektor manufaktur saat ini adalah turunnya daya beli masyarakat dan dampak dari peperangan secara global yang terjadi beberapa tahun terakhir yang mengakibatkan menurunnya permintaan produk manufaktur, baik dari dalam negeri maupun di pasar ekspor. Perusahaan harus menjaga reputasi untuk menjaga kelangsungan operasional perusahaan ditengah persaingan bisnis saat ini. Selain tantangan ekonomi, Isu lingkungan akibat dari semakin menumpuknya limbah dan sampah tidak lepas dari perhatian perusahaan, pemangku kepentingan, dan masyarakat umum. Limbah yang tidak dikelola dengan baik akan mencemari lingkungan sehingga menjadi beban sosial. Menurut Kholis (2020) Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan dalam mengurangi dampak negatif tersebut dengan mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Menurut *World Business Council for Sustainable*, CSR didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk menjalankan praktik bisnis secara etis, memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup

karyawan, komunitas lokal, serta masyarakat umum. Manfaat penerapan CSR tidak hanya membantu perusahaan memenuhi tanggung jawab sosial, tetapi juga meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan komunitas sekitar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan menambah kepercayaan investor untuk berinvestasi.

Ketentuan terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan di Indonesia telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 Pasal 1 ayat 3 sebagai berikut “ Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya”. Ketentuan ini menggambarkan pendekatan perusahaan tidak berpusat pada keuntungan semata, tetapi untuk keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial. hal ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* yang mencakup tiga pilar utama yaitu aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi (Pondrinal, 2019).

Selain CSR, faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan faktor penting dalam proses pelaporan keuangan, karena mencerminkan besar kecilnya suatu entitas bisnis (Dwi dan Aqamal Haq, 2023). Perusahaan besar cenderung lebih mudah untuk mengakses pasar modal, sehingga memberikan keuntungan fleksibilitas dalam menentukan sumber pembiayaan yang sesuai dengan kebijakan perusahaan

dan kondisi pasar (Setiawan, 2022). Salah satu cara untuk mengukur ukuran perusahaan adalah dengan kapitalisasi pasar. Kapitalisasi pasar berkaitan dengan harga saham keseluruhan dari nilai saham perusahaan yang beredar dipasaran, selain itu kapitalisasi pasar dapat diperoleh dengan mengalikan harga saham dengan jumlah saham yang beredar (Firdausi & Mayangsari, 2022).

*Leverage* merupakan rasio keuangan yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dari hutang, baik berupa hutang jangka pendek maupun hutang jangka panjang (Sari & Wi 2022). *Leverage* menggambarkan bagaimana perusahaan memanfaatkan sumber dana berupa hutang dalam meningkatkan nilai perusahaan. Pengelolaan *leverage* secara efektif akan memberikan gambaran bagi investor untuk menilai bagaimana manajemen mengembangkan bisnis dan seberapa besar keuntungan apabila investor menanamkan modalnya di perusahaan. Salah satu cara menghitung bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap hutang adalah menggunakan rasio DAR. *Debt to Asset Ratio (DAR)* merupakan salah satu pengukuran yang umum digunakan untuk leverage yaitu dengan membagi total utang dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Menurut Syarifudin (2021), rasio utang DAR < 50% memiliki tingkat *leverage* rendah, sedangkan rasio DAR  $\geq$  50% memiliki tingkat *leverage* yang tinggi. Hal ini menunjukkan kegagalan yang akan dialami perusahaan berdasarkan tinggi rendahnya rasio leverage perusahaan, semakin tinggi rasio maka resiko kegagalan akan tinggi, sebaliknya jika

rasio tersebut menunjukkan persentase yang rendah maka semakin rendah pula resiko yang dihadapi oleh perusahaan. (Ernawati & Santoso, 2021).

Faktor terakhir yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan Perusahaan. Secara umum, pertumbuhan perusahaan merupakan salah satu indikator utama yang mencerminkan keberhasilan operasional, keuangan dan strategi bisnis yang dijalankan perusahaan. Dalam sudut pandang keuangan, pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari pertumbuhan laba, yang menjadi indikator penting untuk menilai efektivitas pengelolaan sumber daya serta strategi yang diterapkan. Perusahaan dengan pertumbuhan laba yang konsisten dan terus mengalami peningkatan pada setiap pergantian periode akan menambah nilai perusahaan di pasar. Pada akhirnya, perusahaan semakin berkembang menjadi lebih besar dan mampu mempengaruhi proses pengambilan keputusan investor dalam berinvestasi ke dalam perusahaan tersebut. pertumbuhan laba menggambarkan persentase kenaikan maupun penurunan laba yang diperoleh perusahaan dengan membandingkan laba tahun ini dengan laba tahun sebelumnya (Susyana & Nugraha, 2021).

Penelitian ini mengadopsi sejumlah variabel yang merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya. Tujuan penelitian digunakan untuk menguji dan membuktikan berbagai temuan serta argumen yang dihasilkan variabel penelitian terdahulu. Adapun variabel-variabel yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi *Corpote Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan. Berdasarkan

penelitian sebelumnya oleh Cahyaningtyas (2022) menjelaskan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Sutanto *et al.* (2023) yang menyebutkan bahwa implementasi *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan karena pengalokasian dana CSR dinilai tidak tepat, akibatnya dapat memberikan dampak buruk bagi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan (Pradanimas & Sucipto, 2022). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gowanti dan Meiranto (2023) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan Dewi dan Soedaryono (2023), berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriyanti *et al.* (2023) menjelaskan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Baihaqi dan Murtanto (2023) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Adapun penelitian oleh Hergianti dan Retnani (2020) menjelaskan bahwa pertumbuhan perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya ketidakkonsistenan pada penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan variabel dan jenis penelitian yang sama.

Berdasarkan paparan latar belakang serta hasil penelitian terdahulu, peneliti menggunakan beberapa pengukuran variabel penelitian yang berbeda dengan peneliti terdahulu. Perbedaan ini berdasarkan saran pada inkonsistensi hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Saran yang diberikan oleh peneliti sebelumnya seperti penggunaan pengukuran yang berbeda pada variabel yang diteliti, menggunakan masa periode baru dan objek penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berfokus pada sektor pertambangan. Dimana dalam penelitian ini peneliti menggunakan sektor industri manufaktur dan periode penelitian baru sehingga diharapkan hasil penelitian akan memberikan hasil terbaru.

Berdasarkan latar belakang diatas dan penjelasan hasil penelitian sebelumnya, pada penelitian ini peneliti menggunakan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan sebagai variabel independen. Dari uraian diatas, peneliti kemudian mengangkat judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2023”**

## 1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah diungkapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
- b. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
- c. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?
- d. Apakah pertumbuhan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI?

## 1.3.Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
2. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
3. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
4. Menganalisis pengaruh pertumbuhan laba terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat bagi perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan informasi kepada perusahaan manufaktur tentang bagaimana pelaksanaan CSR, ukuran perusahaan, *leverage* dan pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan serta memastikan keberlanjutan jangka panjang pada perusahaan manufaktur.

2. Manfaat bagi investor

Untuk para investor, penelitian ini dapat memberikan informasi untuk mengevaluasi nilai perusahaan dan membuat keputusan berdasarkan faktor-faktor seperti CSR, ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan

3. Manfaat bagi masyarakat

Untuk masyarakat, informasi penelitian ini akan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai CSR sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan untuk memberikan kontribusi positif terhadap lingkungan dan kesejahteraan sosial.

4. Manfaat bagi akademis

Menyediakan referensi bagi akademisi dan peneliti untuk memperkaya literatur tentang hubungan antara CSR, ukuran perusahaan, *leverage*, pertumbuhan perusahaan, dan nilai perusahaan

## 1.5.Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari laporan penelitian ini disusun sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan membahas mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka membahas landasarn teori yang mendasari pengaruh CSR, ukuran perusahaam, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan, penelitian terdahulu, perumusan hipotesis penelitian, dan kerangka pemikiran.

### BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian membahas terkait dengan penjelasan populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian, variabel penelitian, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab analisis data dan pembahasan memberikan gambaran pembahasan analisis data dan hasil pembahasan dari data penelitian.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan beserta dengan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1.Landasan Teori**

##### **2.1.1. Teori Signal**

Teori signal atau Signalling Theory, pertama kali dikemukakan oleh Michael Spence pada tahun 1973 yang digunakan sebagai cara untuk menjelaskan bagaimana pihak manajemen dapat menyampaikan informasi kepada pihak eksternal guna mengurangi adanya asimetri informasi. Asimetri informasi terjadi karena pihak eksternal tidak memiliki akses yang memadai terhadap informasi terkait kinerja manajemen dan nilai perusahaan. Dalam kondisi tersebut, perusahaan dapat mempublikasikan sinyal sebagai alat komunikasi informasi internal kepada pasar. Efektivitas suatu sinyal dinilai dari seberapa besar biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mempublikasikannya, semakin tinggi kualitas sinyal, maka akan semakin sulit bagi kompetitor untuk meniru sinyal tersebut, sehingga sinyal dinilai kredibel dan mampu mencerminkan kondisi perusahaan yang sebenarnya (Connelly et al., 2024). Meskipun sinyal belum lama diperkenalkan atau masih tergolong baru, sinyal tersebut tetap mampu memicu reaksi pasar. Hal ini terjadi karena baik informasi positif maupun negatif yang dipublikasikan perusahaan dianggap mampu membantu investor menilai prospek perusahaan di masa mendatang (Ridhasyah et al., 2024). Dalam implementasi teori sinyal, perusahaan dapat menyampaikan

berbagai bentuk informasi kepada pasar, baik berupa informasi keuangan maupun non-keuangan. Informasi keuangan berfungsi untuk menunjukkan kinerja perusahaan secara kuantitatif, seperti laporan laba rugi atau rasio keuangan lainnya. Sementara itu, informasi non-keuangan, seperti aktivitas CSR atau keberlanjutan lingkungan berperan untuk mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab sosial yang dibentuk oleh perusahaan. Dalam sudut pandang teori sinyal, CSR sering dipandang sebagai sinyal yang diberikan perusahaan kepada pemangku kepentingan untuk menunjukkan perusahaan memiliki komitmen sosial dan lingkungan untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mengimplementasikan CSR sering kali memiliki penilaian positif dari para pemangku kepentingan. Namun, Publik dapat menilai kredibilitas CSR tidak hanya pengungkapannya, tetapi juga realisasi dan pengaruh yang nyata. Menurut Sutanto *et al.* (2023) menyatakan bahwa pengungkapan CSR bisa memberikan sinyal negatif terhadap nilai perusahaan, sebab alokasi pendanaan CSR tidak tepat. Ketika alokasi dana CSR tidak dilakukan secara tepat, maka implementasi CSR akan terhambat, tidak berjalan dengan semestinya, serta menimbulkan reaksi negatif dari lingkungan masyarakat maupun investor.

Selanjutnya, menurut Cahyaningtyas (2022) para pemangku kepentingan cenderung memberikan respon lebih positif pada perusahaan yang memiliki ukuran besar, sehingga menjadi salah satu faktor untuk

menentukan tinggi rendahnya nilai perusahaan di mata pemangku kepentingan, investor maupun calon investor. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan pengukuran kapitalisasi pasar. Menurut Khofifah *et al.* (2022) perusahaan dengan ukuran besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar, serta laba yang signifikan. Sementara itu, perusahaan dengan ukuran kecil akan memiliki kapitalisasi pasar kecil, nilai buku yang kecil, serta laba yang kecil. Hal ini sejalan dengan teori sinyal, yang menilai bahwa ukuran perusahaan sebagai sinyal positif maupun negatif bagi *stakeholder*.

Menurut beberapa studi, nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yang salah satunya adalah *leverage*. Nabilah *et al.* (2023) menyatakan bahwa leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur perbandingan aset yang dibiayai oleh utang dengan rata-rata ekuitas yang dimiliki oleh pemegang saham. Rasio leverage yang tinggi menandakan perusahaan menghadapi masalah keuangan, di mana total hutang melebihi total aset yang dimilikinya. Bilamana investor tidak memperhatikan kepemilikan aset perusahaan dengan signifikan, hal ini akan memicu rasio leverage yang tinggi, sehingga para investor akan lebih mempertimbangkan keputusan mereka untuk berinvestasi (Gowanti & Meiranto, 2023). Sebaliknya, apabila rasio leverage perusahaan rendah, maka perusahaan cenderung memiliki resiko yang kecil. Tinggi rendahkan rasio leverage yang dimiliki akan mempengaruhi sinyal perusahaan (Dewi & Soedaryono, 2023)

Pada dasarnya, sebuah perusahaan digambarkan pada keberhasilan dan kemampuan perusahaan dalam menempatkan diri dalam sistem atau industri yang sama dengan mempertimbangkan pertumbuhan perusahaan. Metode yang digunakan untuk menganalisis dengan melihat pertumbuhan laba. Laba berperan sebagai sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan. Investor yang menanamkan modalnya mengharapkan persentase pengembalian yang optimal. Sehingga, teori sinyal diharapkan mampu memberikan penjelasan bahwa pertumbuhan laba menjadi sebuah alat untuk mendapatkan kepercayaan investor terhadap prospek perusahaan (Muamilah & Jannah, 2022)

### **2.1.2. Nilai Perusahaan**

Menurut Nabilah *et al.* (2023) nilai perusahaan adalah suatu kondisi yang telah dicapai oleh sebuah perusahaan dalam meraih kepercayaan masyarakat terhadap berbagai bentuk aktivitas yang dijalankan perusahaan sejak awal pendiriannya hingga saat ini. Sedangkan menurut Hasanah dan Oktavianna (2025) mengungkapkan bahwa nilai perusahaan adalah gambaran bagaimana investor menilai tingkat keberhasilan sebuah perusahaan, yang berkaitan dengan harga sahamnya. Bilamana nilai perusahaan tinggi, pasar tidak hanya memberikan kepercayaan terhadap kinerja perusahaan, tetapi juga potensi serta prospek pertumbuhan perusahaan di masa mendatang. Sutanto *et al.* (2023) menjelaskan bahwa nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang semakin besar, dengan asumsi bahwa peningkatan harga saham

akan berbanding lurus dengan peningkatan nilai perusahaan. Pengukuran nilai perusahaan umumnya menggunakan *Price to Book Value* (PBV), hal ini bertujuan untuk mengukur tingkat kemakmuran pemilik atau para pemegang saham dengan peningkatan nilai perusahaan (Dewi & Soedaryono, 2023).

Sutanto *et al.* (2023) menjelaskan bahwa *Price to Book Value* (PBV) adalah pengukuran rasio yang digunakan untuk membandingkan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas per sahamnya. Nilai buku disini merujuk pada total aset atau kekayaan yang dimiliki perusahaan. Semakin tinggi rasio PBV, maka semakin tinggi kepercayaan pasar terhadap prospek sebuah perusahaan (Sihombing, 2020).

### **2.1.3. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Dalam konsep pembangunan berkelanjutan, keberlangsungan dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan mampu mengelola dan bertanggung jawab terhadap dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas operasionalnya. Tanggung jawab ini mencakup dua aspek yaitu tanggung jawab sosial dan tanggung jawab finansial (Damayanti & Septiyanti, 2022). Tanggung jawab sosial berkaitan dengan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sementara tanggung jawab finansial berhubungan dengan pengelolaan sumber daya keuangan yang transparan dan akuntabel. Perusahaan menyampaikan komitmen dan upaya mereka

dalam memenuhi tanggung jawab ini kepada para pemangku kepentingan melalui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Menurut lembaga internasional *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menjelaskan bahwa CSR sebagai “*Continuing Commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*” yang artinya komitmen berkelanjutan dari kalangan bisnis untuk menjalankan praktik bisnis secara etis, memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi, serta meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga, komunitas lokal, serta masyarakat umum (Suaidah et al., 2020).

Menurut Pamungkas dan Winarsih (2020) *Corporate Social Responsibility* (CSR) perlu diintegrasikan dengan pengembangan konsep *triple bottom line*, yang mencakup keadilan sosial, kualitas lingkungan dan kemakmuran ekonomi. Elkington mengemas CSR dalam tiga pilar utama yang dikenal dengan 3P, yaitu *profit planet, dan people*. Dalam sudut pandangnya, perusahaan yang bertanggung jawab tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan finansial (*profit*), tetapi juga harus menunjukkan kepedulian terhadap keberlanjutan lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*) (Kholis, 2020).

#### 2.1.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan suatu metode pengukuran yang digunakan untuk mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan perusahaan kecil, pengukuran ini dilakukan melalui total aset yang dimiliki, nilai pasar saham, serta rata-rata dan total penjualan yang dihasilkan (Sa'adah & Sudiarto, 2022). Ukuran perusahaan menurut Indriaty *et al.* (2024) ukuran perusahaan merupakan sebuah indikator yang dapat mengindikasikan kondisi atau karakteristik suatu organisasi, dimana indikator ini mencakup berbagai aspek yang menjadi dasar dalam menentukan skala perusahaan termasuk dalam kategori perusahaan besar maupun perusahaan kecil, skala perusahaan ditentukan dengan mengukur jumlah karyawan yang bekerja untuk menjalankan operasi perusahaan, aset yang dimiliki perusahaan, volume penjualan yang dicapai dalam periode tertentu serta kapitalisasi pasar.

Menurut Koropit *et al.* (2020) kapitalisasi pasar dapat digunakan sebagai parameter untuk menggambarkan besar kecilnya ukuran perusahaan. Kapitalisasi pasar mengacu pada total nilai saham beredar di Bursa Efek Indonesia, yang menunjukkan suatu entitas bisnis. Dengan demikian, kapitalisasi pasar merupakan suatu nilai saham yang telah diterbitkan oleh pemilik perusahaan. Perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang tinggi cenderung menarik minat investor untuk berinvestasi dalam jangka panjang, sebab menawarkan potensi tingkat pertumbuhan keuntungan serta resiko yang lebih rendah (Niawaradila *et al.*, 2021).

### **2.1.5. Leverage**

*Leverage* merupakan penggunaan hutang oleh perusahaan sebagai sumber pembiayaan untuk menjalankan aktivitas operasional perusahaan (Qilmi, 2021). Rasio *leverage* menggambarkan nilai aset yang dimiliki perusahaan ataupun nilai hutang perusahaan. Pemanfaatan *leverage* akan memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam menghadapi berbagai tantangan diberbagai kondisi, tetapi kebijakan terkait *leverage* juga perlu disesuaikan dengan kepentingan seluruh perusahaan. *Leverage* dapat membantu memahami kewajiban perusahaan kepada pihak eksternal dan mengevaluasi aset yang dibiayai oleh hutang. Perusahaan dengan tingkat rasio *leverage* yang rendah akan menggambarkan kondisi ekonomi yang tidak sehat atau menurun serta akan beresiko menghasilkan imbal hasil yang rendah ketika perekonomian membaik, sebaliknya jika perusahaan memiliki nilai rasio *leverage* yang tinggi, semakin tinggi pula risiko yang akan dihadapi, dibalik itu rasio *leverage* yang tinggi akan memberikan peluang bagi perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang lebih besar (Hasti et al., 2022).

### **2.1.6. Pertumbuhan Perusahaan**

Menurut Machfoedz 1996 dalam Muamilah dan Jannah (2022) pertumbuhan perusahaan menjadi dasar penggambaran pencapaian keberhasilan perusahaan dan seberapa jauh perusahaan mampu menempatkan dirinya dalam sistem ekonomi maupun industri yang sama.

Salah satu cara untuk melihat pertumbuhan perusahaan dengan proksi pertumbuhan laba yang dicapai perusahaan, ini untuk mendapatkan kepercayaan investor agar menanamkan modal maupun berinvestasi. Pertumbuhan perusahaan akan memberikan hasil yang lebih memuaskan bagi para investor, karena pertumbuhan merupakan aspek yang menguntungkan bagi mereka (Alriadi & Setyabudi, 2024).

## 2.2. Tinjauan penelitian terdahulu

Berbagai penelitian sebelumnya telah banyak mengkaji nilai perusahaan. Berikut merupakan hasil temuan yang diperoleh dari penelitian terdahulu :

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Mengenai Nilai Perusahaan**

No.	Variabel	Hasil penelitian dan peneliti
1.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	<p>Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Cahyaningtyas, 2022; Khofifah et al., 2022; Rosyada &amp; Prajawati, 2022)</p> <p>Corporate Social Responsibility (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Alkhairani et al., 2020; Hasanah &amp; Oktavianna, 2025; Sihombing, 2020)</p> <p>Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Effendi, 2020; Munzir et al., 2023; Sutanto et al., 2023)</p>

2.	Ukuran Perusahaan	<p>Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Agustiningsih &amp; Septiani, 2022; Gowanti &amp; Meiranto, 2023; Khofifah et al., 2022)</p> <p>Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Dewi &amp; Soedaryono, 2023; Pradanimas &amp; Sucipto, 2022)</p> <p>Ukuran perusahaan berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Nur'aini &amp; Hamid, 2025)</p>
3.	<i>Leverage</i>	<p>Leverage berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Dewi &amp; Soedaryono, 2023; Hergianti &amp; Retnani, 2020; Pradanimas &amp; Sucipto, 2022; Santi &amp; Sudarsi, 2024)</p> <p>Leverage berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Agustiningsih &amp; Septiani, 2022; Febriyanti et al., 2023; Gowanti &amp; Meiranto, 2023)</p> <p>Leverage berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan ((Atika &amp; Hermanto, 2023)</p>
4.	Pertumbuhan Perusahaan	<p>Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Baihaqi &amp; Murtanto, 2023; Firdaus &amp; Mildawati, 2022)</p> <p>Pertumbuhan perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Desiyanti et al., 2020)</p> <p>Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Hergianti &amp; Retnani, 2020)</p>

		Pertumbuhan perusahaan berpenaruh negatif terhadap nilai perusahaan (Olii et al., 2021; Prastyatini et al., 2024)
--	--	---

### 2.3. Pengembangan Hipotesis

#### 2.3.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan diartikan sebagai kewajiban moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholder*, terutama masyarakat dan lingkungan sekitar (Krisdamayanti, C. D & Retnani, 2020). Menurut Khofifah *et al.* (2022) apabila suatu perusahaan menangani dampak negatif yang ditimbulkan selama operasional, memberikan daya tarik tersendiri di mata investor. Namun, implementasi CSR tidak selalu berdampak positif bagi nilai perusahaan. Hasil penelitian oleh Sihombing (2020) menunjukkan banyaknya item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan berkelanjutannya belum tentu memberikan dampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Artinya, implementasi CSR yang dilakukan dan diungkapkan perusahaan tidak selalu bernilai bagi investor, sehingga tidak berkontribusi secara signifikan atas persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan berusaha mengurangi adanya asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal, terutama kepada para investor. Hal ini dikarenakan berbagai informasi yang akan disampaikan dianggap sebagai sinyal bagi investor untuk menilai kinerja dan prospek perusahaan di masa depan. Informasi terkait CSR dapat membantu para investor menilai perusahaan layak untuk diberikan investasi atau tidak. Apabila perusahaan menyampaikan sinyal positif (*good news*) dengan aktif melaksanakan serta mengungkapkan berbagai kegiatan CSR, maka hal tersebut menunjukkan perusahaan memiliki kinerja yang baik, berkomitmen terhadap keberlanjutan perusahaan, dan mampu mengelola risiko sosial maupun lingkungan sekitar dengan baik. Sinyal positif ini mampu menumbuhkan kepercayaan pasar sehingga perusahaan memiliki harapan nilai perusahaannya meningkat. Namun, apabila perusahaan menyampaikan sinyal negatif (*bad news*) dengan tidak adanya pengungkapan ataupun kegiatan CSR hanya dianggap sebagai simbolik, maka pasar akan menilai bahwa perusahaan lemah terhadap kinerja dan komitmen sosial sehingga nilai perusahaan akan mengalami penurunan. Dengan demikian, Implementasi CSR berfungsi sebagai bentuk sinyal komunikasi perusahaan dengan investor. Apabila CSR dianggap sebagai bentuk pemborosan, pencitraan, atau tidak adanya kontribusi nyata terhadap kinerja perusahaan, maka sinyal tersebut dapat direspon negatif oleh pasar dan menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian yang dilakukan Khofifah *et al.* (2022) dan Rosyada dan Prajawati (2022) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah dan Oktavianna (2025), yang menemukan tidak ada pengaruh signifikan antara CSR dengan nilai perusahaan. berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

***H1: Corporate social responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.***

### **2.3.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang dipertimbangkan dalam menentukan nilai suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu perusahaan besar dan perusahaan kecil. Dalam menentukan ukuran perusahaan, salah satu pengukurannya menggunakan kapitalisasi pasar, yaitu nilai pasar secara keseluruhan dari saham yang beredar. Kapitalisasi pasar menjadi salah satu daya tarik perusahaan untuk menarik minat investor dalam menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut, apabila semakin banyak investor yang tertarik maka harga saham akan meningkat. Hasilnya nilai perusahaan akan terus bertambah.

Menurut teori sinyal, ukuran perusahaan bisa berperan sebagai sinyal yang disampaikan manajemen kepada pasar untuk menunjukkan kekuatan dan potensi yang ditawarkan dalam menghadapi kompetisi bisnis

saat ini. Teori sinyal menyatakan bahwa informasi keuangan yang dipublikasikan akan mempengaruhi persepsi investor dalam proses pengambilan keputusan. Investor dapat melihat bagaimana manajemen menunjukkan potensi kinerjanya dimasa depan. Berdasarkan hal tersebut, ukuran perusahaan dianggap memiliki sinyal positif dan negatif terhadap nilai perusahaan. Perusahaan berskala besar cenderung menyampaikan sinyal positif karena dinilai memiliki stabilitas manajemen serta prospek kinerja yang lebih menjanjikan dibandingkan perusahaan kecil.

Menurut hasil penelitian Gowanti dan Meiranto (2023), Khofifah *et al.* (2022), dan Agustiningasih dan Septiani (2022) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur'aini dan Hamid (2025) menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

***H2 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.***

### **2.3.3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan**

Menurut Krisdamayanti dan Retnani (2020) menyatakan bahwa leverage merupakan perbandingan antara dana yang diperoleh perusahaan dari pihak kreditur dengan dana yang dimiliki oleh pemilik perusahaan. sumber pendanaan yang berasal dari kreditur (*leverage*) yang diterima perusahaan menjadi sebuah gambaran seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menjalankan kewajiban keuangannya dalam jangka

pendek maupun jangka panjang serta menilai sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang (Hergianti & Retnani, 2020)

*Leverage* dapat menunjukkan sinyal positif (*good news*) terhadap perusahaan yang memiliki kemampuan menyelesaikan kewajiban hutangnya di masa depan (Hergianti & Retnani, 2020). Pasar menganggap perusahaan yang sudah *go-public* merupakan perusahaan berskala besar, sehingga *leverage* menjadi salah satu sinyal positif bagi investor mengambil keputusan untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Namun, perusahaan dengan penggunaan *leverage* dapat memicu persepsi investor untuk lebih berhati-hati dalam menanamkan modalnya. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi akan memiliki resiko yang tinggi pula, akibatnya akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu menunjukkan pengelolaan *leverage* lebih efektif akan memberikan sinyal positif, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor dalam menanamkan modalnya. Penggunaan *leverage* juga digunakan oleh perusahaan untuk melakukan ekspansi dan menambah nilai positif perusahaan di pasar.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian Santi dan Sudarsi (2024) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pembahasan di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

***H3 : Leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.***

#### **2.3.4. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.**

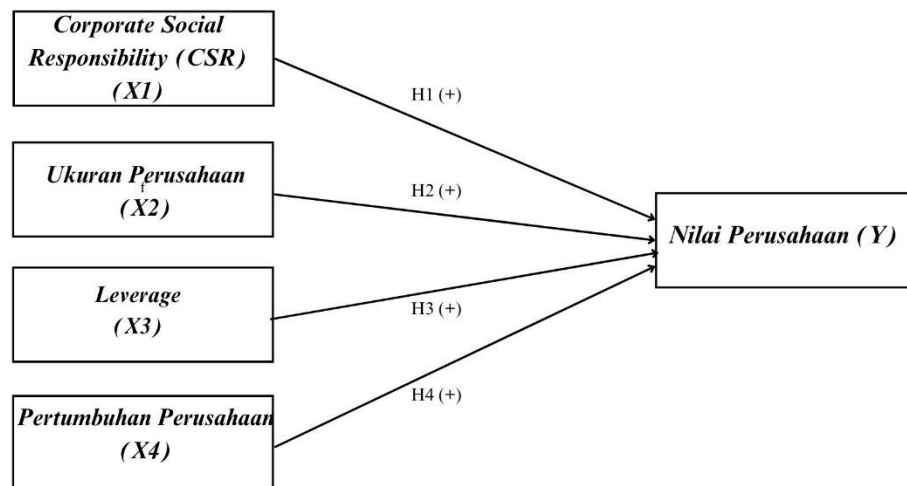
Nilai perusahaan adalah gambaran dari persepsi pasar terhadap prospek masa depan perusahaan, serta memberikan dampak signifikan terhadap kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Salah satu sumber perolehan laba berasal dari investasi dan peningkatan penjualan produk. pertumbuhan perusahaan menjadi salah satu indikator yang digunakan untuk mengamati potensi perusahaan dimasa depan (Muamilah & Jannah, 2022). Perusahaan yang memiliki pertumbuhan penjualan yang terus meningkat akan berpengaruh pada peningkatan laba, sehingga semakin tinggi pertumbuhan laba perusahaan akan menambah nilai perusahaan di pasar.

Dalam sudut pandang teori sinyal, manajemen perusahaan memiliki informasi yang hanya diketahui oleh internal perusahaan. oleh karena itu, perusahaan berupaya untuk memberikan sinyal kepada pasar untuk menunjukkan transparansi kondisi finansial dan prospek usaha yang salah satunya menggunakan pertumbuhan laba. Ketika perusahaan mampu menunjukkan pertumbuhan laba yang meningkat secara konsisten, maka perusahaan memberikan sinyal positif kepada investor bahwa perusahaan dalam kondisi sehat dan dikelola dengan baik. Sinyal yang baik akan meningkatkan kepercayaan para investor, mendorong peningkatan harga saham serta menambah peningkatan nilai perusahaan secara keseluruhan. Penelitian ini didukung oleh Baihaqi dan Murtanto (2023) dan Firdaus dan

Mildawati (2022) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. berdasarkan pembahasan diatas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

***H4: Pertumbuhan perusahaan berpepengaruh positif terhadap nilai perusahaan.***

#### 2.4.Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Populasi dan Sampel**

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan menerbitkan laporan tahunan selama periode 2019-2023. Perusahaan manufaktur yang terdaftar periode 2019 sampai dengan 2023 dengan total 164 perusahaan. Penentuan sampel perusahaan menggunakan metode *purposive sampling* yang berarti teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode penelitian 2019-2023
- b. Perusahaan manufaktur yang menerbitkan laporan berkelanjutan (*sustainability report*) atau laporan tahunan (*annual report*) secara lengkap dan konsisten selama periode penelitian 2019-2023.

- c. Perusahaan manufaktur yang laba bersih setelah pajak tidak mengalami kerugian selama periode penelitian tahun 2019-2023
- d. Perusahaan manufaktur yang tidak mengalami suspensi maupun delisting dari BEI selama periode penelitian 2019-2023.

### **3.2. Sumber dan Teknis Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder bersumber dari laporan tahunan dan laporan berkelanjutan yang diterbitkan perusahaan manufaktur selama periode 2019-2023. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Proses pengumpulan data juga bersumber dari literatur dari jurnal, artikel, serta situs web resmi perusahaan yang berhubungan dengan topik penelitian.

### **3.3. Variabel Penelitian**

#### **3.3.1. Variabel Dependen**

Variabel dependen merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Menurut Furniawan (2022) Nilai perusahaan merupakan representasi harga saham yang dibagikan oleh perusahaan, dimana semakin tinggi harga saham maka nilai yang dimiliki perusahaan juga tinggi. *Price Book Value (PBV)* merupakan hasil dari perbandingan harga per lembar

saham dengan nilai buku ekuitas per lembar sahamnya (Sihombing, 2020).

Nilai PBV menunjukkan tingkat kepercayaan pasar terhadap nilai

$$Price\ Book\ Value = \frac{Harga\ per\ lembar\ saham}{Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham}$$

sahamnya, dimana bagi perusahaan yang menjalankan perusahaan dengan baik, umumnya akan mencapai rasio diatas 1 (satu), yang mencerminkan bahwa nilai buku memiliki nilai pasar saham lebih besar. Rumus rasio *Price Book Value* (PBV) sebagai berikut:

Nilai buku per lembar saham dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Nilai\ buku\ per\ lembar\ saham = \frac{Total\ ekuitas}{jumlah\ saham\ yang\ beredar}$$

### **3.3.2. Variabel Independen**

Variabel Independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, *leverage*, dan pertumbuhan perusahaan.

#### **3.3.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)**

CSR merupakan wujud pertanggungjawaban perusahaan dalam menangani lingkungan yang rusak serta ketimpangan sosial akibat kegiatan operasional perusahaan. *Corporate social responsibility* dimanfaatkan sebagai bentuk penanaman modal bagi perusahaan untuk menciptakan nilai

demi pertumbuhan perusahaan (Pamungkas & Winarsih, 2020). Pengungkapan CSR menggunakan pedoman yang mangacu pada *Global Reporting Initiative* (GRI) generasi empat (G4) dengan total 91 item pengungkapan CSR. Untuk menghitung CSR menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu apabila dalam 91 item CSR akan diberikan nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Rumus perhitungan CSR sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_{ij}}$$

Keterangan:

CSRI j = *Corporate social responsibility index* perusahaan.

$\sum X_{ij}$  = Total pengungkapan CSR oleh perusahaan

$N_{ij}$  = Total item yang harus diungkapkan oleh perusahaan (91 item)

### 3.3.2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya ukuran perusahaan berdasarkan pada total pendapatan, total aset dan kapitalisasi pasar (Alriadi & Setyabudi, 2024). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini menggunakan kapitalisasi pasar sebagai pengukurannya karena kapitalisasi pasar dapat mempresentasikan persepsi pasar terhadap besar kecilnya ukuran suatu perusahaan (Koropit et al., 2020). Menurut Bagiana dan Agustina (2021) kapitalisasi pasar suatu perusahaan merujuk pada jumlah saham beredar dikalikan dengan harga per sahamnya. Rumus perhitungan ukuran perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Kapitalisasi pasar} = \text{Harga saham} \times \text{Jumlah saham yang beredar}$$

### 3.3.2.3 Leverage

*Leverage* merupakan penggunaan hutang oleh perusahaan untuk menjalankan aktivitas operasionalnya (Qilmi, 2021). Pengukuran *leverage* dalam penelitian ini menggunakan *Debt to Assets Ratio* (DAR) yaitu rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar total kewajibannya (Syarifudin, 2021). Pengukuran DAR dengan membandingkan total hutang dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Rumus perhitungan *leverage* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Assets Ratio (DAR)} = \frac{\text{Total Liabilitas}}{\text{Total Asset}}$$

### 3.3.2.4 Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan perusahaan merupakan gambaran dasar terkait keberhasilan suatu perusahaan dan kemampuan perusahaan dalam memposisikan diri dalam sistem ekonomi maupun industri yang kompetitif (Muamilah & Jannah, 2022). Untuk melihat pertumbuhan perusahaan, penelitian ini menggunakan pengukuran pertumbuhan laba. Pertumbuhan laba diukur dengan membandingkan laba bersih periode sekarang dengan periode sebelumnya. Rumus perhitungan pertumbuhan perusahaan sebagai berikut:

$$\text{Pertumbuhan Laba} = \frac{\text{Laba bersih tahun ini} - \text{laba bersih tahun lalu}}{\text{laba bersih tahun lalu}} \times 100\%$$

### **3.4. Metode Analisis Data**

#### **3.4.1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data dengan cara menganalisis berbagai ukuran statistik seperti rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness atau kemiringan distribusi (Ghozali, 2018).

#### **3.4.2. Uji Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi antar variabel bebas (independen) didalam model regresi, tidak adanya korelasi di antara variabel independen menandakan model regresi yang baik. Variabel independen yang saling berkorelasi menandakan variabel tersebut tidak ortogonal (nilai korelasi tidak sama dengan nol). Untuk menguji adanya multikolinearitas, maka pengujian dapat dilakukan dengan Uji

*Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan nilai *Tolerance* kurang dari 0.10 dan nilai VIF lebih dari 10 (Ghozali, 2018)

## **2. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepada pengamatan yang lainnya. jika *variance* dari residual suatu pengamatan kepada pengamatan yang lain tetap, maka dinamakan homoskedastisitas dan apabila berbeda maka dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Untuk menguji tidak adanya heteroskedastisitas, maka penelitian ini menggunakan Uji Glejser yang mengusulkan regresi seluruh variabel independen dengan nilai absolut residual (Ghozali, 2018). ketentuan dalam Uji Glejser yaitu apabila nilai signifikan yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Jika nilai signifikan yang dihasilkan lebih kecil dari 0,05 maka model mengalami gejala heteroskedastisitas.

## **3. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (periode sebelumnya). Adanya problem autokorelasi jika

terdapat korelasi. Munculnya autokorelasi disebabkan observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan dengan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data *time series* (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) untuk mendeteksi tidak adanya masalah autokorelasi. Ketentuan dalam menggunakan uji Durbin-Watson (DW test), yaitu :

- a. Apabila nilai Durbin-Watson berada dibawah -2, maka menunjukkan adanya autokorelasi positif.
- b. Apabila nilai Durbin-Watson berada pada rentang -2 hingga +2, maka menunjukkan tidak terdapat autokorelasi.
- c. Apabila nilai Durbin-Watson melebihi +2, maka menunjukkan adanya autokorelasi negatif.

### 3.4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen, serta pengujian ini memprediksi terkait dengan variabel dependen yang diketahui variabel independennya (N. Sari & Wi, 2022). Penelitian ini menggunakan model regresi, yaitu :

$$Y = \alpha - \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Keterangan:

Y = Kinerja Keuangan

X1 = *Corporate Social Responsibility*

X2	= Ukuran Perusahaan
X3	= <i>Leverage</i>
X4	= Pertumbuhan Perusahaan
$\alpha$	= Kostanta
$\beta_{1-4}$	= Koefisien Regresi
$e$	= <i>error term</i>

### 3.4.3.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) ditujukan untuk mengukur kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat (variabel dependen). Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas menandakan bahwa nilai  $R^2$  yang kecil. Jika nilai  $R^2$  mendekati satu, maka variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Umumnya koefisien determinasi untuk data runtun waktu (*time series*) memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2018).

### 3.4.4. Pengujian Hipotesis

#### a. Uji T

Uji statistik t atau uji parsial bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Ketentuan Uji t terhadap penelitian ini  $H_0$  ditolak

apabila probabilitas signifikansi  $\geq \alpha (0,05)$  atau 5% maka individu dari variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun,  $H_a$  diterima apabila probabilitas signifikansi  $< \alpha (0,05)$  maka secara individu variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **3.5. Hipotesis Operasional**

#### **Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan:**

$H_{o1} : \beta_1 \leq 0$       CSR tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{a1} : \beta_1 > 0$       CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

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

$H_{o2} : \beta_1 \leq 0$       Ukuran perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

$H_{a2} : \beta_1 > 0$       Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

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

$H_{o3} : \beta_1 \leq 0$       *Leverage* tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Ha3 :  $\beta_1 > 0$       *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

**Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan:**

Ho4 :  $\beta_1 \leq 0$       Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Ha4 :  $\beta_1 > 0$       Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

**BAB IV**  
**ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

**4.1. Populasi dan Sampel Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Objek penelitian adalah seluruh sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023 dan mempublikasikan *annual report* selama periode penelitian 2019-2023. Dalam proses pengambilan sampel, peneliti menggunakan metode *purposive sampling*. Total populasi 164 perusahaan, sebanyak 59 perusahaan yang memenuhi seluruh kriteria yang ditentukan, sehingga jumlah data yang diperoleh sebanyak 295 data (60 perusahaan x 5 tahun). Rincian hasil pemilihan sampel penelitian disajikan dalam tabel 4.1:

NO	KRITERIA	JUMLAH
1	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2019-2023	164

2	Perusahaan yang tidak mempublikasikan <i>sustainability report</i> atau <i>annual report</i> secara lengkap dan konsisten selama periode 2019-2023	-10
3	Perusahaan yang laba bersih setelah pajaknya mengalami kerugian selama periode 2018-2023	-85
4	Perusahaan yang mengalami delisting atau suspensi selama periode 2019-2023	-10
<b>Jumlah Perusahaan yang memenuhi kriteria</b>		<b>59</b>
<b>Total sampel (59 x 5 tahun)</b>		<b>295</b>

**Tabel 4.1 Proses Pemilihan Sampel**

## 4.2.Data Penelitian

### 4.2.1. Corporate Social Responsibility

*Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk komitmen perusahaan dalam mendukung adanya pembangunan berkelanjutan dengan mengindahkan aspek sosial, lingkungan serta kepentingan para pemangku kepentingan. Berikut ini merupakan contoh perhitungan CSR menggunakan pengungkapan GRI (*Global Reporting Initiative*) perusahaan Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. (TKIM) pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Contoh Perhitungan CSR**

<b>Contoh Perhitungan</b>	
Total pengungkapan CSR oleh perusahaan TKIM	21
Total item yang harus diungkapkan oleh perusahaan	91
<b><i>Index CSR</i></b>	<b>0,23</b>

### 4.2.2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu pengukuran yang dapat menentukan perusahaan termasuk dalam skala besar ataupun kecil dari berbagai aspek. Variabel ini menggunakan kapitalisasi pasar sebagai dasar pengukurannya. Berikut ini merupakan contoh perhitungan ukuran perusahaan menggunakan kapitalisasi pasar Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. (TKIM) pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Contoh Perhitungan Ukuran Perusahaan**

<b>Contoh Perhitungan</b>	
Harga saham perusahaan TKIM	10.275
Jumlah saham beredar perusahaan TKIM	3.113.223.570
<b>Index CSR</b>	<b>31.988.372.181.750</b>

#### **4.2.3. Leverage**

*Leverage* mengacu pada pemanfaatan sumber dana pinjaman (utang) perusahaan untuk membiayai berbagai aktivitas operasional maupun investasi. Rasio *leverage* berguna untuk menilai tingkat risiko keuangan perusahaan dalam menjalankan operasional bisnisnya. Variabel ini menggunakan *Debt to Asset Ratio (DAR)* sebagai dasar pengukurannya. Berikut ini merupakan contoh perhitungan Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. (TKIM) pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Contoh Perhitungan Leverage**

<b>Contoh Perhitungan</b>	
Total liabilitas oleh perusahaan TKIM 2019	23.312.088.208.000
Total aset oleh perusahaan TKIM 2019	42.569.463.231.000
<b><i>Debt to Asset Ratio (DAR)</i></b>	<b>0,547624669</b>

#### **4.2.4. Pertumbuhan Perusahaan**

Pertumbuhan perusahaan merujuk pada tingkat keberhasilan perusahaan dalam proses pengembangan bisnis serta posisi perusahaan di pasar. Variabel pertumbuhan perusahaan menggunakan pertumbuhan laba sebagai dasar pengukurannya. Berikut ini merupakan contoh perhitungan Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. (TKIM) pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5 Contoh Perhitungan Pertumbuhan Perusahaan**

<b>Contoh Perhitungan</b>	
Laba bersih oleh perusahaan TKIM 2018	3.558.112.029.000
Laba bersih oleh perusahaan TKIM 2019	2.314.738.916.000
<b>Pertumbuhan Laba</b>	<b>-0,349447432</b>

#### **4.2.5. Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan merupakan cerminan persepsi pasar terhadap keberhasilan kinerja dan kemakmuran para pemegang sahamnya. Variabel nilai perusahaan menggunakan *Price to Book Value* (PBV) sebagai dasar pengukurannya. Berikut ini merupakan contoh perhitungan Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk. (TKIM) pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6 Contoh Perhitungan Nilai Perusahaan**

<b>Contoh Perhitungan</b>	
Total ekuitas oleh perusahaan TKIM 2019	19.257.375.023.000
Jumlah saham beredar oleh perusahaan TKIM 2019	3.113.223.570
<b>Nilai Buku</b>	<b>6185,670444</b>

**Tabel 4.7 Contoh Perhitungan Nilai Perusahaan**

<b>Contoh Perhitungan</b>	
Harga lembar saham oleh perusahaan TKIM 2019	10.275
nilai buku oleh perusahaan TKIM 2019	6185,670444
<b>PBV</b>	<b>1,661097223</b>

#### **4.3. Analisis Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan penjelasan terkait dengan jumlah data sampel (N), minimum, maksimum, mean dan standar deviasi pada setiap variabel penelitian ini. Berikut merupakan rincian statistik deskriptif dari penelitian ini:

**Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Variabel	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSR	295	0,08	0,69	0,3668	0,15457
Ukuran Perusaha	295	24,74	33,40	29,0966	2,06560
<i>Leverage</i>	295	0,00	2,08	0,3663	0,22376
Pertumbuhan Perusahaan	295	-0,97	10,75	0,3493	1,29407
Nilai Perusahaan	295	0,06	60,67	3,0121	6,60518
Valid N (listwise)	295				

Sumber: Hasil olah data, *SPSS 25*.

Berdasarkan pada hasil analisis statistik deskriptif pada tabel 4.8 diperoleh hasilnya sebagai berikut:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan jumlah sampel 295 memiliki nilai minimum 0,08 dan maksimum 0,69. Rata-rata nilai CSR sebesar 0,3668 dengan standar deviasi 0,15457. Nilai ini menunjukkan perusahaan dalam sampel penelitian mengungkapkan sekitar 36,7% indikator CSR. Dengan penyebaran data sebesar 0,15457 menandakan bahwa pengungkapan CSR bervariasi antar perusahaan. Hal ini menunjukkan sebagian perusahaan masih rendah dalam pengungkapan tanggung jawab sosialnya, sementara sebagian lainnya sudah memiliki keterbukaan CSR.
2. Variabel ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 24,74 dan maksimum 33,40, dengan nilai rata-rata sebesar 29,0966. Standar deviasi sebesar 2,06560, nilai ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dalam sampel penelitian beragam, mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan yang paling besar berdasarkan pada kapitalisasi pasarnya.
3. Variabel *leverage* memiliki nilai minimum 0,00 dan maksimum 2,08. Nilai rata-ratanya 0,3663 dengan standar deviasi 0,22376. Rata-rata rasio *leverage* perusahaan adalah sekitar 36,63%. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 36,63% dari aset perusahaan dibiayai oleh utang. Standar deviasi sebesar 0,22376 menunjukkan tingkat *leverage* antar perusahaan cukup bervariasi.

4. Variabel pertumbuhan perusahaan memiliki nilai minimum -0,97 dan maksimum 10,75. Nilai rata-rata sebesar 0,3493 dengan standar deviasi 1,29407. Nilai ini menunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan perusahaan manufaktur sebesar 34,93%. Nilai standar deviasi yang jauh lebih besar dibandingkan rata-rata, menandakan variasi pertumbuhan antar perusahaan sangat tinggi, terdapat perusahaan yang mengalami pertumbuhan negatif, sementara perusahaan lain mengalami pertumbuhan cukup pesat.
5. Variabel nilai perusahaan memiliki nilai minimum 0,06 dan maksimum 60,67. Rata-rata nilai perusahaan 3,0121 dengan standar deviasi sebesar 6,60518. Nilai standar deviasi jauh lebih besar dari nilai rata-rata yang menunjukkan data nilai perusahaan bersifat heterogen. Artinya, sebagian besar perusahaan memiliki penilaian rendah, sementara sebagian kecil lainnya memiliki nilai yang tinggi.

#### **4.4. Hasil Analisis Asumsi Klasik**

##### **4.4.1. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel bebas didalam model regresi. Model regresi dikatakan baik apabila tidak terdapat korelasi antar variabel bebas.

Variabel Independen	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
CSR	0,798	1,252
Ukuran Perusahaan	0,768	1,303

Leverage	0,931	1,074
Pertumbuhan Perusahaan	0,983	1,017

**Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas**

Sumber: Hasil olah data, *SPSS 25*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Dengan demikian, tidak ditemukan gejala multikolinearitas pada model penelitian ini.

#### **4.4.2. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat kesamaan varians residual antar pengamatan dalam model regresi. Apabila varian residual antar pengamatan bersifat konstan, maka dinamakan homoskedastisitas, apabila berbeda maka dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas atau bebas dari heteroskedastisitas.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	<i>sig</i>
CSR	0,58
Ukuran perusahaan	0,000
<i>Leverage</i>	0,000
Pertumbuhan Perusahaan	0,884

Sumber: Hasil olah data, *SPSS 25*

Berdasarkan pada tabel 4. 10 hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser diketahui bahwa variabel ukuran perusahaan dan *leverage* mengalami gejala heteroskedastisitas. Oleh karena itu, untuk mengatasi masalah ini, peneliti menggunakan regresi dengan *robust standard error* (HC3) sehingga hasil pengujian tetap valid meskipun asumsi homoskedastisitas tidak terpenuhi.

**Tabel 4.11 Hasil Robust Standard Error**

Parameter	B	Robust Std. Error	t	sig	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	-26,781	7,192	-3,723	0,000	-40,937	-12,625
X1	2,017	2,078	0,970	0,333	-2,073	6,107
X2	0,930	0,232	4,002	0,000	0,473	1,387
X3	5,586	3,726	1,499	0,135	-1,747	12,918
X4	-0,138	0,140	-0,986	0,325	-0,413	0,137

Sumber: Hasil olah data, SPSS 25

#### 4.4.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (periode sebelumnya) (Ghozali, 2018).

**Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi**

Uji Durbin-Watson	
Durbin-Watson	0,479

Sumber: Hasil olah data, SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.12 hasil uji autokorelasi menggunakan Durbin-Watson diperoleh nilai 0,479, dengan pertimbangan bahwa nilai Durbin-Watson berada pada rentang -2 sampai dengan +2, maka dapat disimpulkan bahwa model penelitian tidak mengalami autokorelasi.

#### 4.4.4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda bertujuan untuk menilai ada atau tidaknya hubungan linier antara variabel independen dengan variabel dependen. Selain itu, analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan variabel independen yang dimasukkan ke dalam model penelitian. Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

**Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

<b>Model</b>	<b>B</b>
(Constant)	-26,781
<i>Corporate Social Responsibility</i>	2,017
Ukuran Perusahaan	0,930
<i>Leverage</i>	5,586
Pertumbuhan Perusahaan	-0,138

Sumber: Hasil olah data, SPSS 25

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -26,781 + 2,017X_1 + 0,930X_2 + 5,586X_3 - 0,138X_4 + \epsilon$$

1. Nilai konstanta sebesar -26,781 menunjukkan bahwa apabila variabel *Corporate Social Responsibility*, *Ukuran Perusahaan*, *Leverage*, dan

Pertumbuhan Perusahaan bernilai nol, maka nilai perusahaan akan tetap berada pada angka -26,781

2. Koefisien regresi *Corporate Social Responsibility* sebesar 2.017 Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif antara variabel CSR dan Nilai Perusahaan. Hal ini artinya jika setiap peningkatan CSR sebesar 1 satuan akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 2,017, dengan asumsi bahwa semua variabel konstan.
3. Koefisien regresi Ukuran Perusahaan sebesar 0,930 menunjukkan arah hubungan positif antara Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Hal ini artinya setiap kenaikan Ukuran Perusahaan sebesar 1 satuan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0,930 dengan asumsi semua variabel konstan.
4. Koefisien regresi *Leverage* sebesar 5,586 menunjukkan arah hubungan positif antara *Leverage* dan Nilai Perusahaan. Hal ini artinya setiap peningkatan *Leverage* 1 satuan akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 5,586 dengan asumsi semua variabel konstan.
5. Koefisien regresi Pertumbuhan Perusahaan sebesar -0,138 menunjukkan arah hubungan negatif antara Pertumbuhan Perusahaan dan Nilai Perusahaan. Hal ini artinya setiap peningkatan Pertumbuhan Perusahaan sebesar 1 satuan maka akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,138.

#### **4.4.5. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel terikat (variabel dependen). Kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen yang terbatas menandakan bahwa nilai  $R^2$  kecil. Sebaliknya, jika nilai ( $R^2$ ) mendekati satu, maka variabel-variabel independen mampu memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.14 hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>
0,169	0,157

Sumber: Hasil olah data, SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.14 hasil uji koefisien determinasi. Diperoleh nilai koefisien determinasi *adjusted R<sup>2</sup> Square sebesar 0,157*. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel independen (*Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan) mampu memberikan informasi yang dibutuhkan sebesar 15,7% terhadap variabel dependen (Nilai Perusahaan). sementara itu, sekitar 84,3% variasi nilai perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari model penelitian ini.

#### 4.4.6. Uji T

Uji T atau uji parsial bertujuan untuk menguji sejauh mana pengaruh variabel satu independen terhadap variabel dependen secara individu didalam model

regresi. Pengujian parsial (uji t) menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%.

**Tabel 4.15 Hasil Uji T**

<b>Hipotesis</b>	<b>Deskripsi</b>	<b>Coefficient</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
H1	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	2,017	0,431	Ditolak
H2	Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	0,930	0,000	Diterima
H3	<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	5,586	0,001	Ditolak
H4	Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	-0,138	0,617	Ditolak

Sumber: Hasil olah data, SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 4.15 hasil uji t, diperoleh hasil hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien dari variabel CSR sebesar 2,017 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,431 > 0,05$  maka H1 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
2. Hipotesis kedua: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien dari variabel

ukuran perusahaan sebesar 0,930 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  maka H2 diterima. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

3. Hipotesis ketiga: *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien variabel *Leverage* sebesar 5,586 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  maka H3 diterima. Namun, berdasarkan pada uji *robust standart error* hasil signifikansi variabel *leverage* sebesar 0,135 terhadap nilai perusahaan sehingga hasil menjadi tidak signifikan yang membuat hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.
4. Hipotesis keempat: Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien variabel pertumbuhan perusahaan sebesar -0,138 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,617 > 0,05$  maka H4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

## **4.5. Pembahasan**

### **4.5.1. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan koefisien sebesar 2,017 dan nilai signifikansi sebesar

0,431 > 0,05. hal ini menunjukkan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada sampel serta periode penelitian ini. Dengan demikian, hipotesis awal yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ditolak. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, meskipun secara teori pengungkapan CSR suatu perusahaan membentuk citra positif di mata publik dan para *stakeholders* yang pada akhirnya berpotensi meningkatkan nilai perusahaan. Namun, bukti empiris dalam penelitian ini tidak ditemukan dukungan yang kuat terhadap pengaruh tersebut.

Menurut sudut pandang investor, hasil ini menunjukkan bahwa pasar modal belum sepenuhnya memberikan apresiasi investasi CSR sebagai *value driver* yang signifikan. Hal tersebut dapat dijelaskan melalui faktor-faktor yang mempengaruhi sudut pandang investor terhadap aktivitas CSR perusahaan. Pertama, kesulitan investor dalam mengevaluasi kinerja CSR akibat dari rendahnya kualitas pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Sebagian perusahaan hanya menganggap pengungkapan CSR sebagai formalitas dan pemenuhan tanggung jawab terhadap regulasi pemerintah tanpa adanya informasi yang substantif terkait dengan dampak, target, serta pencapaian program CSR. Pengungkapan tidak terstruktur tersebut mengakibatkan investor sulit memberikan nilai tambah dari investasi CSR yang dilakukan perusahaan (Putra & Indriani, 2025). kedua, dari sisi analisis *cost-benefit*, program CSR menjadi faktor yang melemahkan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan karena semakin banyak

pengungkapan CSR maka perusahaan harus mengeluarkan biaya lebih untuk membiayai program CSR. Dengan demikian, investor akan lebih mengutamakan kinerja keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan investasi (Sari & Sulistyowati, 2025). Ketiga, investor menyadari bahwa program CSR merupakan strategi jangka panjang untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis. Namun, bagi sebagian investor yang cenderung berorientasi pada keuntungan jangka pendek, program CSR justru tidak menarik karena umumnya manfaat CSR baru terlihat dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Alkhairani *et al.* (2020), Hasanah dan Oktavianna (2025), Sihombing (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Namun, penelitian ini tidak mendukung penelitian Effendi (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan.

#### **4.5.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien sebesar 0,930 dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga hasil hipotesis awal yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan diterima. Hasil pengujian mendukung teori sinyal dimana semakin besar ukuran perusahaan maka nilai

perusahaan semakin meningkat. hal ini karena stabilitas dan kapitalisasi pasar perusahaan besar cenderung lebih stabil sehingga meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Menurut sudut pandang investor, Ukuran Perusahaan dinilai sebagai sinyal positif oleh investor. hal tersebut membuktikan perusahaan memiliki pertumbuhan yang baik dimana akan mempermudah bagi perusahaan dalam memasuki pasar modal dan menarik minat investor potensial. Minat investor potensial didorong oleh ekspektasi terhadap perusahaan berskala besar, khususnya terkait dengan pembagian deviden. Mereka menilai perusahaan besar cenderung memiliki kinerja yang lebih stabil dan dapat diandalkan, oleh karenanya akan menghasilkan laba yang dapat dibagikan sebagai deviden (Khofifah et al., 2022). Investor yang mengharapkan pembagian deviden akan meningkatkan permintaan saham dan mendorong kenaikan harga saham di pasar modal, faktor ini membuat investor lama mempertahankan kepemilikan sahamnya. Dengan demikian, peningkatan permintaan pasar modal berdampak positif terhadap kenaikan nilai perusahaan dan meningkatkan minat investasi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Agustiniingsih dan Septiani (2022), Gowanti dan Meiranto (2023) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Dewi dan Soedaryono (2023) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### 4.5.3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien sebesar 5,586 dan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Namun, berdasarkan pada hasil uji *robust standart error*, variabel *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hasil sebelumnya tidak valid karena dipengaruhi oleh gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada sampel serta periode penelitian ini. Sehingga hasil hipotesis awal yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan ditolak. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, menunjukkan penggunaan utang dapat menurunkan nilai suatu perusahaan.

Menurut sudut pandang investor, perusahaan dengan kepemilikan *Leverage* akan mempengaruhi penilaian investor terhadap perusahaan tersebut. Meskipun perusahaan dengan tingkat leverage rendah memiliki potensi peningkatan nilai perusahaan. Namun, berbanding terbalik apabila perusahaan memiliki tingkat leverage yang tinggi. Perusahaan dengan tingkat leverage tinggi menyebabkan meningkatnya risiko keuangan, seperti risiko gagal bayar dan tingginya suku bunga dari hutang. Peningkatan risiko tersebut akan membuat investor menambah kewaspadaannya sebelum menanamkan modal. Akibatnya, minat investasi terhadap perusahaan

menurun dan mendorong investor untuk menjual saham mereka, yang pada akhirnya menurunkan harga saham dan secara keseluruhan dapat mengurangi nilai perusahaan (Agustiningsih & Septiani, 2022).

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian oleh Hergianti dan Retnani (2020) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini mendukung penelitian Atika dan Hermanto (2023) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

#### **4.5.4. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan dengan koefisien sebesar -0.138 dan nilai signifikansi sebesar  $0,617 > 0,05$ . hal ini menunjukkan bahwa Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan pada sampel serta periode penelitian ini. Sehingga hasil hipotesis awal yang menyatakan bahwa Pertumbuhan Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan ditolak. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, menjelaskan bahwa semakin pesat pertumbuhan perusahaan dapat menurunkan nilai perusahaan.

Menurut sudut pandang investor, tidak berpengaruhnya pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dapat disebabkan oleh adanya risiko keuangan. Ketika perusahaan mengalami pertumbuhan tinggi, investor menyadari keinginan perusahaan untuk meningkatkan proporsional

dalam biaya operasional, dan kebutuhan modal. Semakin cepat pertumbuhan perusahaan, maka perusahaan akan menginvestasikan kembali laba untuk meningkatkan infrastruktur, sumber daya manusia, serta teknologi yang dapat menguras sebagai besar arus kas yang dihasilkan. Kondisi ini akan menciptakan kebutuhan pendanaan yang lebih besar untuk aktivitas ekspansi. Hal ini menyebabkan perusahaan harus mengalokasikan sebagian besar laba ditahan, yang pada akhirnya mengurangi penerimaan deviden bagi pemegang saham dan berujung pada menurunnya kepercayaan investor. Dengan demikian, pertumbuhan perusahaan yang pesat tidak akan mempengaruhi kepercayaan investor dalam berinvestasi, karenanya nilai perusahaan tidak mengalami peningkatan (Olii et al., 2021).

Dalam teori sinyal, pembagian deviden memberikan sinyal positif yang berhubungan dengan keyakinan manajemen menjaga stabilitas arus kas dan prospek bisnis dimasa depan. Ketika perusahaan memutuskan untuk tidak membagikan deviden, investor akan menilai hal ini sebagai sinyal negatif yang menunjukkan manajemen tidak yakin dengan kelangsungan pertumbuhan tersebut atau sedang menghadapi kendala likuiditas yang tidak diinformasikan secara publik.

Penelitian ini mendukung penelitian oleh Olii *et al.* (2021) yang mengungkapkan pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian ini bertentangan dengan penelitian oleh Baihaqi dan Murtanto (2023) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian membuktikan variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan selama periode 2019-2023.
2. Hasil penelitian membuktikan variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan selama periode 2019-2023.
3. Hasil penelitian membuktikan variabel *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan selama periode 2019-2023.
4. Hasil penelitian membuktikan variabel Pertumbuhan Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan selama periode 2019-2023.

## **5.2.Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang berpotensi mempengaruhi hasil penelitian yang diperoleh, di antaranya :

1. Penelitian ini menghasilkan analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang dapat dilihat pada *adjusted R square* sebesar 15,7%. Dengan kata lain sebanyak 84,3% variabel dependen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Penelitian ini menggunakan 164 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI sebagai populasi dengan periode pengamatan terbatas pada lima

tahun, yakni 2019 sampai dengan 2023, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas.

3. Penelitian ini tidak memasukkan perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian ke dalam sampel penelitian sehingga hasil penelitian belum menggambarkan kondisi seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **5.3.Saran**

Berdasarkan keterbatasan penelitian, terdapat beberapa saran yang perlu dipertimbangkan bagi peneliti selanjutnya, yaitu :

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lain yang berhubungan dengan dengan nilai perusahaan, agar model penelitian dapat menjelaskan variabel dependen secara lebih komprehensif.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel agar mencakup perusahaan dari berbagai sektor, tidak hanya sektor manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mempertimbangkan perusahaan manufaktur yang mengalami kerugian ke dalam sampel penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat merepresentasikan seluruh kondisi perusahaan secara lebih menyeluruh.

### **5.4.Implikasi Penelitian**

Berdasarkan temuan penelitian dan analisis pembahasan, terdapat implikasi yang dapat ditarik, yaitu:

1. Penelitian ini menegaskan bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan tidak signifikan, meskipun umumnya CSR dipandang dapat meningkatkan citra dan kepercayaan publik. Temuan ini dapat menambah literatur tentang hubungan CSR dan nilai perusahaan khususnya dalam pasar modal Indonesia, dimana investor terlihat lebih memprioritaskan kinerja keuangan dibanding aktivitas sosial perusahaan.
2. Ukuran perusahaan yang diukur dengan kapitalisasi pasar menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini memperkuat bukti bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut memiliki nilai lebih tinggi dimata investor, sehingga temuan ini membuktikan asumsi klasik bahwa perusahaan dengan skala besar cenderung memiliki penilaian lebih tinggi.
3. *Leverage* yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR) terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, menunjukkan bahwa tingginya tingkat utang akan mempengaruhi tingkat risiko keuangan dan menurunkan daya tarik investor.
4. Pertumbuhan perusahaan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa investor tidak selalu menganggap kecepatan pertumbuhan perusahaan sebagai nilai tambah jika diikuti

dengan kebutuhan modal yang besar serta adanya penundaan deviden bagi pemegang saham.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3).
- Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance ( GCG ) dan Corporate Social Responsibility ( CSR ) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(1), 10–25.
- Alriadi, P. W., & Setyabudi, T. G. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 12(5), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/5218>
- Atika, R., & Hermanto, S. B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset*

*Akuntansi*, 12.

- Badan Pusat Statistik. (2024). Perkembangan Indeks Produksi Industri Manufaktur 2023. Jakarta : Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/publication/2024/08/30/4cbfc30e81404b7b48e1172b/perkembangan-indeks-produksi-industri-manufaktur-2023.html>
- Bagiana, I. K., & Agustina, P. A. A. (2021). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Pada Kebijakan Dividen dengan Kapitalisasi Pasar Sebagai Variabel Mediasi dan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Abstract: Indonesia ' s economic growth is supported by many companies , one of which is the banking secto.* 4(3), 358–366.
- Baihaqi, M. A., & Murtanto. (2023). Pengaruh Investment Opportunity Set, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, Dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Transportasi, Logistik Dan Infrastruktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1881–1888. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.16385>
- Cahyaningtyas, F. (2022). Peran Moderasi Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Perspektif Teori Sinyal. *MDP Student Conference (MSC)*, 202 2, 153–159.
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Reutzel, C. R., DesJardine, M. R., & Zhou, Y. S. (2024). Signaling Theory: State of the Theory and Its Future. *Journal of Management*, 51(1), 24–61. <https://doi.org/10.1177/01492063241268459>
- Damayanti, P. M. D., & Septiyanti, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *E-Journal Field of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 1.
- Desiyanti, E., Kalbuana, N., Fauziah, S., & Sutadipraja, M. W. (2020). *Pengaruh Pengungkapan Csr, Persistensi Laba Dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jakarta Islamic Index Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019.* 3(1).
- Dewi, R., & Soedaryono, B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonsia Periode 2017-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3, 1831–1840. <http://dx.doi.org/10.25105/jet.v3i1.16209>
- Dwi, A., & Aqamal Haq. (2023). Pengaruh Green Accounting, Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 663–676. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15464>
- Effendi, V. N. (2020). PENGARUH CSR DISCLOSURE DAN GCG TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KINERJA KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG

TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA ( 2016-2018 ). *Jurnal Bisnis & Teknologi Pasim*, 12(1), 45–54.

- Ernawati, E., & Santoso, S. B. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan (Studi Empiris Pada Bank Umum Syariah Yang Terdaftar Di Ojk Indonesia Tahun 2015-2019). *Kompartemen : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 19(2), 111. <https://doi.org/10.30595/kompartemen.v19i2.13246>
- Erry Setiawan. (2022). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Asset Serta Pengaruhnya Terhadap Leverage pada Perusahaan (Teori Hingga Empirik). In *Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia*.
- Febriyanti, N. R., Aryani, F., Hendratni, T. W., Fakultas Ekonomi, M., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2021. *Jimp*, 3(2), 99–109.
- Firdaus, A., & Mildawati, T. (2022). Pengaruh Struktur Modal , Pertumbuhan Perusahaan , Profitabilitas , Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 11(5).
- Firdausi, M. F., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Size, Leverage, Profitability Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Pengungkapan Csr Pada Perusahaan Financial Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1775–1784. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14894>
- Furniawan. (2022). Pengaruh Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *The Asia Pacific Journal of Management Studies (APJMS)*, 9(2), 111–122.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9* (9th ed.). Badan Pernbit- Undip.
- Gowanti, M., & Meiranto, W. (2023). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Perkebunan dan Tanaman Pangan yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022). *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(4), 1–9. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/accounting>
- Hasanah, P., & Oktavianna, R. (2025). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Struktur Modal, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilihan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Bareleng (JAB)*, 9(Vol. 9 No. 2 (2025): Jurnal Akuntansi Bareleng), 224. <https://doi.org/https://doi.org/10.33884/jab.v9i2.9933>
- Hasti, W. W., Maryani, M., & Makshun, A. (2022). *Pengaruh Leverage , Struktur Modal , dan Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan pada Perusahaan Sektor Pertambangan ( The Effect of Leverage , Capital Structure , and Company Size on Financial Performance in the Mining Sector*

*Companies* ). 2(2), 139–150.

Hergianti, A. N., & Retnani, E. R. (2020). Pengaruh pertumbuhan perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 9(2), 1–20.

IMF. (2024). *World Economic Outlook Update - The Global Economy in a Sticky Spot*. Jul, 1–8.  
<https://www.elibrary.imf.org/display/book/9798400278235/9798400278235.xml>

Indriaty, L., Reiman, P., & Thomas, G. N. (2024). Analisis Terhadap Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Publik Sub Sektor Makanan dan Minuman. *Ikraith-Ekonomika*, 7(1), 220–232.  
<https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i1.3307>

Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i3.30225>

Kholis, A. (2020). Corporate Social Responsibility Konsep dan Implementasi. In *Economic & Business Publishing*.

Koropit, P., Rate, P. V., & Tulung..., J. E. (2020). Sub Sektor Food and Beverage Comparative Analysis of Financial Performance Based on Market Capitalization in the Food and Beverage Sub-Sector. *389 Jurnal EMBA*, 8(4), 389–398.

Krisdamayanti, C. D & Retnani, E. D. (2020). Pengaruh Csr, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Riset Akuntansi*, 9(4), 1–17.

Masruri. (2023). *Mengoptimalkan Kinerja Industri Manufaktur Dalam Penyerapan Tenaga Kerja Di Provinsi Banten*.

Muamilah, H., & Jannah, F. (2022). *ANALISIS PENGARUH MODAL INTELEKTUAL , EFESIENSI OPERASIONAL , STRUKTUR MODAL DAN PERTUMBUHAN*. 11(September 2022), 109–132.

Munzir, M., Andriyan, Y., & Hidayat, R. (2023). Consumer Goods: Pengaruh Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dimediasi oleh Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi Dan Governance*, 3(2), 153. <https://doi.org/10.24853/jago.3.2.153-165>

Nabilah, J., Khasanah, U., & Nuryati, T. (2023). Pengaruh Leverage, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(5), 1147–1152.  
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i5.588>

- Niawaradila, B., Wiyono, G., & Maulida, A. (2021). Pengaruh Frekuensi Perdagangan, Volume Perdagangan, Dan Kapitalisasi Pasar Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Periode 2016-2019. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 122–138. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i1.2078>
- Nur'aini, F., & Hamid, M. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Aset, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Revenue (Jurnal Akuntansi)*, 5(2), 2093–2105.
- Olii, N., Solikahan, E. Z., & Ariawan. (2021). Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 3(1), 21–34. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v3i1.76>
- Pamungkas, G. F., & Winarsih. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu)*, 1317–1329.
- Pondrinal, M. (2019). *PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ( CSR ) TERHADAP KINERJA KEUANGAN DI PERUSAHAAN YANG GO PUBLIC*. 8(1), 51–59.
- Pradanimas, A., & Sucipto, A. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Harga Saham dengan Nilai Perusahaan sebagai Variabel Intervening. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 7(1), 93. <https://doi.org/10.28926/briliant.v7i1.788>
- Prastyatini, S. L. Y., Chaerunnisak, U. H., & Sitepu, Menisa Karolla, B. (2024). Profitability: Capital Structure and Firm Growth on Firm Value. *Proceeding International Conference on Accounting and Finance*, 2, 848–856. <https://journal.uii.ac.id/inCAF/article/view/32768>
- Qilmi, R. Y. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2019). *Neraca: Jurnal Akuntansi Terapan*, 3(1), 43–50. <https://doi.org/10.31334/neraca.v3i1.1969>
- Ridhasyah, R., Nursafaah, F., & Tristiawan, F. (2024). Perspektif Signalling Theory: Pertumbuhan Perusahaan, Kualitas Laba, dan Kinerja Keuangan Perusahaan Go Public di Indonesia. *Journal Economic Insights Journal Homepage: <https://jei.uniss.ac.id/> ISSN Online : 2685-2446*, 3(1), 1–10.
- Rosyada, F., & Prajawati, M. I. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan, Good Corporate Governance dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Telekomunikasi Yang Terdaftar di BEI Periode

- 2019-2021. *Jurnal MANEKSI*, 11(2), 382–389.
- Sa'adah, L., & Sudiarto, E. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 159–165. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/583>
- Samanta Putra, R., & Eni Indriani. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Green Innovation dan Eco-Efficiency Terhadap Nilai Perusahaan. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(2), 4232–4249. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i2.7400>
- Santi, K. K., & Sudarsi, S. (2024). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Leverage, Dan Aktivitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 146–158.
- Sari, K. L., & Sulistyowati, E. (2025). Nilai Perusahaan: Corporate social responsibility dan kinerja keuangan. *PERMANA: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 17(3), 714–724. <https://doi.org/10.24905/permana.v17i3.996A>
- Sari, N., & Wi, P. (2022). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Stuktur Modal, Dan Profitabilitas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2018 – 2021. *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 1(3), 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Sihombing, M. J. T. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Price Book Value dengan Return On Asset sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Mahajana Informasi*, 5(1), 66–73. <https://doi.org/10.51544/jurnalmi.v5i1.1202>
- Suaidah, Y. M., Ayuprilia, C., & Putri, K. (2020). Pengaruh Kinerja Lingkungan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. 3(2), 101–109.
- Susyana, F. I., & Nugraha, N. M. (2021). Pengaruh Net Profit Margin, Return On Assets dan Current Ratio terhadap Pertumbuhan Laba. *Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan*, 3, 56–69.
- Sutanto, V., Saryadi, & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 341–348. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i1.3114>
- Syarifudin, A. (2021). Pengaruh Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Return Saham Dengan Intervening Asset Growth Pada Perusahaan Go Public Di BEI Periode 2011-2019. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 8(1),

56–79. <https://investasi.kontan.co.id>

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan

<b>No.</b>	<b>Nama Perusahaan</b>	<b>Kode Perusahaan</b>
1	Pabrik Kertas Tjiwi Kimia Tbk	TKIM
2	Alkindo Naratama Tbk	ALDO
3	Indah Kiat Pulp & Paper Tbk	INKP
4	Suparma Tbk	SPMA
5	Kedawung Setia Industrial Tbk	KDSI
6	Indocement Tunggul Prakarsa Tbk	INTP
7	Semen Baturaja (Persero) Tbk	SMBR
8	Semen Indonesia (Persero) Tbk	SMGR

9	Japfa Comfeed Indonesia Tbk	JPFA
10	Charoen Pokphand Indonesia Tbk	CPIN
11	Sinergi Inti Plastindo Tbk	ESIP
12	Champion Pacific Indonesia Tbk	IGAR
13	Impack Pratama Industri Tbk	IMPC
14	Satyamitra Kemas Lestari Tbk	SMKL
15	Panca Budi Idaman Tbk	PBID
16	Tunas Alfin Tbk	TALF
17	Barito Pacific Tbk	BRPT
18	Aneka Gas Industri Tbk	AGII
19	Duta Pertiwi Nusantara Tbk	DPNS
20	Emdeki Utama Tbk	MDKI
21	Indo Acidatama Tbk	SRSN
22	Madusari Murni Indah	MOLI
23	Arwana Citra Mulia Tbk	ARNA
24	Mark Dynamics Indonesia Tbk	MARK
25	Mulia Industrindo Tbk	MLIA
26	Alaska Industrindo Tbk	ALKA
27	Betonjaya Manunggal Tbk	BTON
28	Steel Pipe Industry of Indonesia Tbk	ISSP
29	Tembaga Mulia Semanan Tbk	TBMS
30	Star Petrochem Tbk	STAR
31	Uni-Charm Indonesia Tbk	UCIT
32	Sat Nusapersada Tbk	PTSN
33	Supreme Cable Manufacturing and Commerce Tbk	SCCO
34	Astra International Tbk	ASII
35	Indospring Tbk	INDS
36	Selamat Sempurna Tbk	SMSM
37	Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk	ULTJ
38	Wilmar Cahaya Indonesia Tbk	CEKA
39	Sariguna Primatirta Tbk	CLEO
40	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	CBP
41	Delta Djakarta Tbk	DLTA
42	Garudafood Putra Putri Jaya Tbk	GOOD
43	Indofood Sukses Makmur Tbk	INDF
44	Mulia Boga Raya Tbk	KEJU
45	Multi Bintang Indonesia Tbk	MLBI

46	Mayora Indah Tbk	MYOR
47	Nippon Indosari Corpindo Tbk	ROTI
48	Sekar Bumi Tbk	SKBM
49	Sekar Laut Tbk	SKLT
50	Siantar Top Tbk	STTP
51	Darya Varia Laboratoria Tbk	DVLA
52	Kalbe Farma Tbk	KLBF
53	Phapros Tbk,PT	PEHA
54	Industri Jamu & Farmasi Sido Muncul Tbk	SIDO
55	Gudang Garam Tbk	GGRM
56	Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk	HMSP
57	Wismilak Inti Makmur Tbk	WIIM
58	Akasha Wira International Tbk	ADES
59	Unilever Indonesia Tbk	UNVR

**Lampiran 2 Perhitungan *Corporate Social Responsibility* Periode 2019-2023**

No.	Kode Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i>		
		2019	2020	2021
1	TKIM	0,230769231	0,241758242	0,406593407
2	ALDO	0,208791209	0,208791209	0,362637363
3	INKP	0,230769231	0,241758242	0,428571429
4	SPMA	0,076923077	0,10989011	0,274725275
5	KDSI	0,120879121	0,186813187	0,43956044
6	INTP	0,395604396	0,505494505	0,406593407
7	SMBR	0,472527473	0,505494505	0,593406593
8	SMGR	0,549450549	0,582417582	0,67032967
9	JPFA	0,428571429	0,538461538	0,527472527
10	CPIN	0,164835165	0,428571429	0,461538462

11	ESIP	0,186813187	0,186813187	0,186813187
12	IGAR	0,142857143	0,175824176	0,351648352
13	IMPC	0,43956044	0,472527473	0,516483516
14	SMKL	0,186813187	0,208791209	0,230769231
15	PBID	0,120879121	0,131868132	0,472527473
16	TALF	0,131868132	0,197802198	0,318681319
17	BRPT	0,395604396	0,461538462	0,43956044
18	AGII	0,252747253	0,274725275	0,373626374
19	DPNS	0,186813187	0,208791209	0,296703297
20	MDKI	0,285714286	0,307692308	0,307692308
21	SRSN	0,142857143	0,142857143	0,450549451
22	MOLI	0,164835165	0,208791209	0,384615385
23	ARNA	0,153846154	0,21978022	0,307692308
24	MARK	0,186813187	0,175824176	0,241758242
25	MLIA	0,197802198	0,197802198	0,43956044
26	ALKA	0,186813187	0,197802198	0,252747253
27	BTON	0,197802198	0,230769231	0,241758242
28	ISSP	0,241758242	0,417582418	0,373626374
29	TBMS	0,142857143	0,153846154	0,098901099
30	STAR	0,153846154	0,197802198	0,318681319
31	UCIT	0,21978022	0,340659341	0,395604396
32	PTSN	0,241758242	0,274725275	0,241758242
33	SCCO	0,186813187	0,186813187	0,263736264
34	ASII	0,417582418	0,384615385	0,582417582
35	INDS	0,087912088	0,153846154	0,197802198
36	SMSM	0,274725275	0,461538462	0,428571429
37	ULTJ	0,10989011	0,098901099	0,384615385
38	CEKA	0,175824176	0,175824176	0,340659341
39	CLEO	0,175824176	0,241758242	0,351648352
40	CBP	0,307692308	0,285714286	0,516483516
41	DLTA	0,208791209	0,197802198	0,340659341
42	GOOD	0,241758242	0,318681319	0,307692308
43	INDF	0,318681319	0,373626374	0,571428571
44	KEJU	0,230769231	0,241758242	0,395604396
45	MLBI	0,307692308	0,351648352	0,450549451
46	MYOR	0,164835165	0,230769231	0,406593407
47	ROTI	0,21978022	0,21978022	0,516483516
48	SKBM	0,142857143	0,098901099	0,428571429
49	SKLT	0,164835165	0,164835165	0,32967033

50	STTP	0,142857143	0,164835165	0,307692308
51	DVLA	0,241758242	0,208791209	0,483516484
52	KLBF	0,406593407	0,494505495	0,549450549
53	PEHA	0,571428571	0,582417582	0,527472527
54	SIDO	0,417582418	0,604395604	0,593406593
55	GGRM	0,186813187	0,208791209	0,230769231
56	HMSF	0,362637363	0,428571429	0,538461538
57	WIIM	0,43956044	0,494505495	0,472527473
58	ADES	0,197802198	0,252747253	0,318681319
59	UNVR	0,494505495	0,604395604	0,637362637

No.	Kode Perusahaan	<i>Corporate Social responsibility</i>	
		2022	2023
1	TKIM	0,461538462	0,67032967
2	ALDO	0,362637363	0,395604396
3	INKP	0,483516484	0,681318681
4	SPMA	0,274725275	0,252747253
5	KDSI	0,43956044	0,450549451
6	INTP	0,351648352	0,340659341
7	SMBR	0,637362637	0,67032967
8	SMGR	0,692307692	0,659340659
9	JPFA	0,571428571	0,648351648
10	CPIN	0,494505495	0,461538462

11	ESIP	0,351648352	0,417582418
12	IGAR	0,373626374	0,340659341
13	IMPC	0,549450549	0,648351648
14	SMKL	0,241758242	0,285714286
15	PBID	0,142857143	0,43956044
16	TALF	0,450549451	0,483516484
17	BRPT	0,483516484	0,461538462
18	AGII	0,549450549	0,582417582
19	DPNS	0,32967033	0,32967033
20	MDKI	0,384615385	0,406593407
21	SRSN	0,450549451	0,450549451
22	MOLI	0,417582418	0,43956044
23	ARNA	0,296703297	0,296703297
24	MARK	0,285714286	0,505494505
25	MLIA	0,43956044	0,472527473
26	ALKA	0,230769231	0,252747253
27	BTON	0,186813187	0,538461538
28	ISSP	0,593406593	0,582417582
29	TBMS	0,351648352	0,351648352
30	STAR	0,32967033	0,340659341
31	UCIT	0,406593407	0,538461538
32	PTSN	0,373626374	0,428571429
33	SCCO	0,252747253	0,241758242
34	ASII	0,67032967	0,692307692
35	INDS	0,208791209	0,461538462
36	SMSM	0,384615385	0,43956044
37	ULTJ	0,384615385	0,538461538
38	CEKA	0,615384615	0,615384615
39	CLEO	0,549450549	0,494505495
40	CBP	0,56043956	0,56043956
41	DLTA	0,32967033	0,340659341
42	GOOD	0,593406593	0,604395604
43	INDF	0,593406593	0,615384615
44	KEJU	0,417582418	0,428571429
45	MLBI	0,516483516	0,406593407
46	MYOR	0,384615385	0,43956044
47	ROTI	0,538461538	0,516483516
48	SKBM	0,384615385	0,307692308
49	SKLT	0,340659341	0,340659341

50	STTP	0,318681319	0,153846154
51	DVLA	0,505494505	0,527472527
52	KLBF	0,56043956	0,659340659
53	PEHA	0,483516484	0,505494505
54	SIDO	0,571428571	0,67032967
55	GGRM	0,230769231	0,252747253
56	HMSP	0,593406593	0,494505495
57	WIIM	0,472527473	0,549450549
58	ADES	0,362637363	0,373626374
59	UNVR	0,637362637	0,67032967

**Lampiran 3 Perhitungan Ukuran Perusahaan Periode 2019-2023**

No.	Kode Perusahaan	UKURAN PERUSAHAAN		
		2019	2020	2021
1	TKIM	31.988.372.181.750	30.665.252.164.500	23.427.007.364.250
2	ALDO	470.800.000.000	448.800.000.000	1.316.856.020.000
3	INKP	42.126.568.645.700	58.402.742.895.175	42.810.441.513.325
4	SPMA	706.266.699.972	655.516.996.980	1.953.863.238.600
5	KDSI	494.100.000.000	334.125.000.000	443.475.000.000
6	INTP	70.035.433.073.475	53.285.828.843.025	42.952.714.297.900
7	SMBR	4.370.315.107.840	10.578.149.067.840	6.158.171.288.320
8	SMGR	71.178.240.000.000	73.699.136.000.000	43.003.520.000.000

9	JPFA	18.000.292.933.535	17.179.432.669.465	20.169.709.345.720
10	CPIN	106.587.000.000.000	106.996.950.000.000	97.568.100.000.000
11	ESIP	192.000.000.000,00	65.920.000.515	79.403.115.668,00
12	IGAR	330.549.530.000,00	344.160.393.000	427.769.980.000
13	IMPC	5.075.175.000.000,00	6.404.387.500.000	12.325.425.000.000
14	SMKL	802.400.000.000	686.800.001.010	1.768.718.247.920
15	PBID	1.837.500.000.000	2.690.625.000.000	3.009.375.000.000
16	TALF	368.134.320.000	351.893.100.000	403.323.630.000
17	BRPT	134.414.157.236.170	102.727.675.809.000	80.153.871.427.620
18	AGII	2.131.328.700.000	2.739.294.000.000	4.611.144.900.000
19	DPNS	84.107.007.808	90.729.606.848	130.465.201.088
20	MDKI	503.499.850.398	586.994.800.464	516.150.600.408
21	SRSN	409.360.000.000	349.160.000.000	331.100.000.000
22	MOLI	2.171.446.303.140	1.984.655.223.300	1.165.887.656.668
23	ARNA	3.200.863.905.536	4.992.173.063.680	5.873.144.780.800
24	MARK	1.717.600.140.120	3.192.000.260.400	4.085.000.333.250
25	MLIA	1.719.900.000.000	734.265.000.000	2.923.830.000.000
26	ALKA	212.203.992.990	133.008.244.410	129.962.254.080
27	BTON	151.200.000.000	216.000.000.000	309.600.000.000
28	ISSP	1.350.966.502.580	1.509.058.327.350	2.860.024.830.000
29	TBMS	304.892.200.000	345.299.600.000	635.498.200.000
30	STAR	734.400.092.106	508.800.063.812	715.200.089.698
31	UCIT	1.554.557.928.000	6.110.161.281.000	6.007.802.835.000
32	PTSN	1.424.244.192.000	1.232.927.808.000	1.179.784.368.000
33	SCCO	1.886.227.695.000	2.158.625.700.000	2.138.067.360.000
34	ASII	280.348.605.494.500	243.913.407.668.500	230.756.252.898.000
35	INDS	1.509.374.333.000	1.312.499.420.000	1.568.436.806.900
36	SMSM	8.580.426.405.600	7.975.765.484.400	7.831.798.598.400
37	ULTJ	19.409.927.040.000	16.637.080.320.000	16.325.135.064.000
38	CEKA	993.650.000.000	1.062.075.000.000	1.118.600.000.000
39	CLEO	6.540.000.000.000	6.000.000.000.000	5.640.000.000.000
40	CBP	130.030.274.200.000	111.662.769.100.000	101.458.599.600.000
41	DLTA	5.444.481.540.000	3.522.899.820.000	2.994.464.847.000
42	GOOD	11.143.166.239.410	9.359.454.100.460	19.371.398.263.875
43	INDF	69.584.880.012.500	60.145.921.525.000	55.536.197.612.500
44	KEJU	1.410.000.000.000	2.032.500.000.000	1.777.500.000.000
45	MLBI	32.658.500.000.000	20.437.900.000.000	16.434.600.000.000
46	MYOR	45.835.334.436.250	60.592.076.254.750	45.611.747.439.000
47	ROTI	8.042.435.554.400	8.413.624.887.680	8.413.624.887.680

48	SKBM	707.661.318.970	559.225.042.308	622.837.158.120
49	SKLT	1.112.092.205.000	1.081.008.882.500	1.671.592.010.000
50	STTP	5.895.000.000.000	12.445.000.000.000	9.890.500.000.000
51	DVLA	2.520.000.000.000	2.710.400.000.000	3.080.000.000.000
52	KLBF	75.937.697.818.200	69.375.180.722.800	75.703.322.207.650
53	PEHA	903.000.000.000	1.423.800.000.000	928.200.000.000
54	SIDO	18.402.822.580.645	23.628.938.846.949	25.921.875.000.000
55	GGRM	101.976.664.000.000	78.887.608.000.000	58.877.092.800.000
56	HMSP	244.267.961.490.000	175.058.705.734.500	112.246.944.208.500
57	WIIM	352.778.791.680	1.133.931.830.400	898.745.969.280
58	ADES	616.442.156.000	861.249.328.000	1.940.760.472.000
59	UNVR	320.460.000.000.000	280.402.500.000.000	156.796.500.000.000

No.	Kode Perusahaan	UKURAN PERUSAHAAN	
		2022	2023
1	TKIM	21.948.226.168.500	22.726.532.061.000
2	ALDO	1.060.069.328.745	1.255.831.890.960
3	INKP	47.734.326.160.225	45.545.932.983.825
4	SPMA	1.564.429.739.136	1.097.624.091.168
5	KDSI	465.750.000.000	704.700.000.000
6	INTP	33.967.626.650.100	32.252.089.950.600
7	SMBR	3.833.958.253.696	2.761.244.545.408
8	SMGR	44.391.376.085.175	43.209.856.569.600

9	JPFA	15.185.914.885.295	13.837.358.737.180
10	CPIN	92.648.700.000.000	82.399.950.000.000
11	ESIP	64.376.350.814	55.497.692.350
12	IGAR	453.047.297.000	425.825.571.000
13	IMPC	17.365.920.000.000	21.056.178.000.000
14	SMKL	884.359.123.960	690.453.228.580
15	PBID	2.953.125.000.000	2.484.375.000.000
16	TALF	408.737.370.000	381.668.670.000
17	BRPT	70.779.149.623.220	124.683.799.998.520
18	AGII	5.907.509.714.000	4.661.323.200.000
19	DPNS	132.451.980.800	139.074.579.840
20	MDKI	468.077.750.370	506.030.000.400
21	SRSN	313.040.000.000	403.340.000.000
22	MOLI	566.599.608.848	1.024.237.754.456
23	ARNA	7.304.723.821.120	4.882.051.599.040
24	MARK	2.793.000.227.850	2.451.000.199.950
25	MLIA	3.472.875.000.000	2.897.370.000.000
26	ALKA	135.038.904.630	246.725.216.730
27	BTON	311.040.000.000	319.680.000.000
28	ISSP	1.767.754.040.000	2.098.309.674.220
29	TBMS	595.090.800.000	977.124.400.000
30	STAR	657.600.082.474	513.600.064.414
31	UCIT	4.551.446.668.500	4.156.572.300.000
32	PTSN	1.020.354.048.000	1.296.699.936.000
33	SCCO	1.778.296.410.000	1.685.783.880.000
34	ASII	230.756.252.898.000	228.732.075.241.000
35	INDS	1.276.405.685.950	1.634.061.777.900
36	SMSM	8.839.566.800.400	11.488.557.502.800
37	ULTJ	15.337.308.420.000	15.337.308.420.000
38	CEKA	1.178.100.000.000	1.097.775.000.000
39	CLEO	6.660.000.000.000	8.520.000.000.000
40	CBP	116.619.080.000.000	123.324.677.100.000
41	DLTA	3.066.524.161.500	2.826.326.446.500
42	GOOD	19.371.398.263.875	15.866.097.625.650
43	INDF	59.048.368.212.500	56.633.750.925.000
44	KEJU	2.145.000.000.000	1.732.500.000.000
45	MLBI	18.857.650.000.000	15.631.750.000.000
46	MYOR	55.896.749.312.500	55.673.162.315.250
47	ROTI	7.528.269.260.160	6.558.719.431.200

48	SKBM	653.979.016.026	543.252.410.138
49	SKLT	1.346.943.975.000	1.947.888.210.000
50	STTP	10.021.500.000.000	12.281.250.000.000
51	DVLA	2.654.400.000.000	1.864.800.000.000
52	KLBF	96.674.290.546.900	75.468.946.597.100
53	PEHA	575.400.000.000	537.600.000.000
54	SIDO	22.123.846.153.846	16.124.285.714.286
55	GGRM	34.633.584.000.000	39.107.088.600.000
56	HMSP	97.707.184.596.000	104.104.678.825.500
57	WIIM	1.322.920.468.800	3.727.275.924.000
58	ADES	4.232.509.540.000	5.707.251.540.000
59	UNVR	179.305.000.000.000	134.699.500.000.000

**Lampiran 4 Perhitungan *Leverage* Periode 2019-2023**

No.	Kode Perusahaan	<i>LEVERAGE</i>		
		2019	2020	2021
1	TKIM	0,547624669	0,507843708	0,444645734
2	ALDO	0,423415874	0,381131110	0,419064192
3	INKP	0,528863685	0,499823393	0,469985059
4	SPMA	0,419282182	0,338795736	0,338903131
5	KDSI	0,514852462	0,467396363	0,481845240
6	INTP	0,167010608	0,189010276	0,211016450

7	SMBR	0,517113155	0,405998898	0,430919453
8	SMGR	0,550262187	0,520108031	0,456708308
9	JPFA	0,545417912	0,560262194	0,541697529
10	CPIN	0,282161355	0,250634971	0,290471060
11	ESIP	0,317951332	0,323206968	0,367123276
12	IGAR	0,130618671	0,108552355	0,145672331
13	IMPC	0,436940013	0,456487414	0,409284667
14	SMKL	0,601791561	0,561512123	0,566863653
15	PBID	0,286753847	0,203399652	0,178953841
16	TALF	0,241363240	0,308101504	0,332655538
17	BRPT	0,616312991	0,615918270	0,537752700
18	AGII	0,530042245	0,525077449	0,561163384
19	DPNS	0,113282186	0,102382470	0,149860123
20	MDKI	0,096771470	0,085966289	0,081292876
21	SRSN	0,339618046	0,351723647	0,292916002
22	MOLI	0,369476790	0,390243785	0,343432088
23	ARNA	0,345918784	0,337708994	0,298794872
24	MARK	0,322333546	0,431072443	0,310460108
25	MLIA	0,560103901	0,000533827	0,432008437
26	ALKA	0,826739255	0,748695795	0,742041822
27	BTON	0,200931652	0,196669224	0,269346652
28	ISSP	0,517680345	0,451117762	0,466402539
29	TBMS	0,689129168	0,672133592	0,609877572
30	STAR	0,154867910	0,003453440	0,004067418
31	UCIT	0,477924323	0,412038876	0,364784935
32	PTSN	0,562472760	0,362084179	0,481635420
33	SCCO	0,286237958	0,125232159	0,063029438
34	ASII	0,469359980	0,422080821	0,412990626
35	INDS	0,092482892	0,092885921	0,191035102
36	SMSM	0,213930500	0,215378581	0,247418750
37	ULTJ	0,144252743	0,000453729	0,306301351
38	CEKA	0,187918089	0,195291980	0,182645559
39	CLEO	0,384569777	0,317477514	0,257088281
40	CBP	0,310990011	0,514249767	0,536500162
41	DLTA	0,148964106	0,167824048	0,228121811
42	GOOD	0,453785542	0,555004644	0,550404135
43	INDF	0,436556134	1,942136709	0,516982884
44	KEJU	0,346112527	0,346626483	0,236934385
45	MLBI	0,604409120	0,506984359	0,623836206

46	MYOR	0,479357996	0,430086323	0,429650108
47	ROTI	0,339482700	0,275033644	0,320156009
48	SKBM	0,430987776	0,456095936	0,496309719
49	SKLT	0,519018662	0,474125849	0,390595162
50	STTP	0,254568807	0,224905182	0,157784285
51	DVLA	0,286280313	0,325419226	0,331986857
52	KLBF	0,175632487	0,190044367	0,171458290
53	PEHA	0,608145260	0,613302107	0,596975021
54	SIDO	0,133504274	0,170872390	0,146913101
55	GGRM	0,352415470	0,251548620	0,340980494
56	HMSP	0,299061627	0,391202485	0,450156891
57	WIIM	0,204960833	0,265472630	0,302873171
58	ADES	0,309394133	0,269384047	0,256336898
59	UNVR	0,744211967	0,759558973	1,293021763

No.	Kode Perusahaan	<i>LEVERAGE</i>	
		2022	2023
1	TKIM	0,374179026	0,339162829
2	ALDO	0,512260609	0,537628335
3	INKP	0,418590788	0,407410348
4	SPMA	0,337408186	0,297980215
5	KDSI	0,427633740	0,304977929
6	INTP	0,238824502	0,292756760

7	SMBR	0,405196194	0,348859842
8	SMGR	0,401044445	0,388283398
9	JPFA	0,582306317	0,584654109
10	CPIN	0,339301480	0,340292159
11	ESIP	0,032660907	0,042689107
12	IGAR	0,088821222	0,084694917
13	IMPC	0,352424567	0,308417800
14	SMKL	0,526575286	0,509745224
15	PBID	0,195481922	0,177023045
16	TALF	0,339888460	0,297898688
17	BRPT	0,597556793	0,594870511
18	AGII	0,540415437	0,521895201
19	DPNS	0,186646311	0,439943260
20	MDKI	0,101069002	0,093596619
21	SRSN	0,248983914	0,241390893
22	MOLI	0,337801428	0,331358872
23	ARNA	0,289155971	0,292103659
24	MARK	0,160724447	0,117123744
25	MLIA	0,341387673	0,293426279
26	ALKA	0,712387452	0,386719921
27	BTON	0,308654961	0,288620982
28	ISSP	0,440376234	0,420657907
29	TBMS	0,543609924	0,534749987
30	STAR	0,002480285	0,002897585
31	UCIT	0,383986926	0,344516294
32	PTSN	0,324797292	0,284361636
33	SCCO	0,077508055	0,073643684
34	ASII	0,410303002	0,438120261
35	INDS	0,231839853	0,217203679
36	SMSM	0,242156948	0,206514262
37	ULTJ	0,210631374	0,111243075
38	CEKA	0,097914108	0,132699798
39	CLEO	0,324600008	0,340402947
40	CBP	0,501558997	0,479286027
41	DLTA	0,234404603	0,226510283
42	GOOD	0,542613022	0,473698826
43	INDF	2,078478925	0,461568192
44	KEJU	0,182065428	0,190257743
45	MLBI	0,681945662	0,591642352

46	MYOR	0,423837246	0,359789278
47	ROTI	0,350859621	0,393072044
48	SKBM	0,474113244	0,419837911
49	SKLT	0,428278772	0,363125634
50	STTP	0,144277259	0,115778200
51	DVLA	0,301382213	0,312285049
52	KLBF	0,188830282	0,145524762
53	PEHA	0,572704308	0,563773347
54	SIDO	0,141118507	0,129736094
55	GGRM	0,346722489	0,341673324
56	HMSP	0,485823788	0,460016804
57	WIIM	0,307943671	0,282804111
58	ADES	0,188836533	0,170428289
59	UNVR	0,781786706	0,797094302

**Lampiran 5 Perhitungan Pertumbuhan Perusahaan Periode 2019-2023**

No.	Kode Perusahaan	Pertumbuhan Perusahaan		
		2019	2020	2021
1	TKIM	-0,349447432	-0,09611726	0,698202781
2	ALDO	0,838686538	-0,166926857	0,54246752
3	INKP	-0,552197701	0,08734401	0,813240064
4	SPMA	0,593108769	0,240592484	0,810959499

5	KDSI	-0,165068847	-0,061047868	0,15237451
6	INTP	0,601575828	-0,015783753	-0,009876895
7	SMBR	-0,604680049	-0,634843189	3,718525583
8	SMGR	-0,2315423	0,127828012	-0,221361284
9	JPFA	-0,140923135	-0,318861439	0,743914416
10	CPIN	-0,199771943	0,055901803	-0,0589789
11	ESIP	-0,049162802	0,461621268	-0,648928348
12	IGAR	0,361840878	-0,001085566	0,711915149
13	IMPC	-0,117307318	0,243277424	0,783933325
14	SMKL	-0,687178939	1,890096351	1,628019425
15	PBID	-0,248639471	0,670882682	0,113890176
16	TALF	-0,462694882	-0,326612255	0,213583732
17	BRPT	-0,455199863	0,089288357	1,030408425
18	AGII	-0,095677339	-0,034506096	1,117772526
19	DPNS	-0,580210292	-0,390323228	8,465369457
20	MDKI	-0,027494969	0,219909309	-0,030784583
21	SRSN	0,105693204	0,030892924	-0,398830456
22	MOLI	-0,353688745	0,301707627	-0,510636657
23	ARNA	0,302618819	0,451428037	0,458990832
24	MARK	0,074440781	0,638528655	1,719580941
25	MLIA	-0,329533317	-0,565450066	10,74908839
26	ALKA	-0,679442036	-0,091139691	1,609807382
27	BTON	-0,950827804	2,280231174	1,147966607
28	ISSP	2,809811042	-0,053092722	1,76430176
29	TBMS	-0,107244012	-0,229413342	0,566493223
30	STAR	10,2397011	1,976852782	0,810050964
31	UCIT	1,200887633	-0,218262169	0,524268325
32	PTSN	-0,927910478	4,442907039	0,218026679
33	SCCO	0,195273626	-0,215555817	-0,404739295
34	ASII	-0,027436797	-0,302392848	0,377739486
35	INDS	-0,083309989	-0,420975856	1,880239527
36	SMSM	0,008090916	-0,155884987	0,350846571
37	ULTJ	0,47641771	0,07124577	0,150610184
38	CEKA	1,325526157	-0,156162309	0,028900067
39	CLEO	1,066911785	0,015416238	0,361065193
40	CBP	0,150521778	0,384054825	0,064932695
41	DLTA	-0,060079877	-0,611517099	0,522632631
42	GOOD	0,02417205	-0,437533998	1,009914774
43	INDF	0,189622381	0,482715198	0,280107463

44	KEJU	0,453006598	0,234093795	0,195869829
45	MLBI	-0,015306901	-0,763181569	1,331268797
46	MYOR	0,158466538	0,028814449	-0,42280487
47	ROTI	0,859840261	-0,287116054	0,668585559
48	SKBM	-0,940006825	4,658082825	4,485383657
49	SKLT	0,406504453	-0,053920462	0,987856768
50	STTP	0,891852406	0,302613395	-0,017586072
51	DVLA	0,105313101	-0,26922802	-0,096053313
52	KLBF	0,016153635	0,103255243	0,154444096
53	PEHA	-0,232439085	-0,524336907	-0,767863635
54	SIDO	0,21667578	0,156405498	0,349974733
55	GGRM	0,396202882	-0,297129211	3,011137816
56	HMSP	0,013524106	-0,374604098	-0,168304088
57	WIIM	-0,465651778	5,312426285	0,025334962
58	ADES	0,583991087	0,618751863	0,957139385
59	UNVR	0,015865798	-0,653086963	-0,196186353

No.	Kode Perusahaan	Pertumbuhan Perusahaan	
		2022	2023
1	TKIM	1,051432151	-0,636189956
2	ALDO	-0,347386858	-0,963013846
3	INKP	0,793637263	-0,529793039
4	SPMA	0,142063059	-0,468497593

5	KDSI	0,098092772	0,043541561
6	INTP	0,030158301	0,058526927
7	SMBR	0,830042859	0,282033232
8	SMGR	0,200128029	-0,081422666
9	JPFA	-0,300326717	-0,365549445
10	CPIN	-0,190287675	-0,208940071
11	ESIP	0,499262332	-0,042735233
12	IGAR	-0,016532293	-0,446378183
13	IMPC	0,120308914	0,066227162
14	SMKL	-0,274866684	-0,84631864
15	PBID	-0,14730125	0,059408003
16	TALF	0,974948918	-0,132283212
17	BRPT	-0,880035919	2,035643272
18	AGII	-0,508731116	0,634461384
19	DPNS	0,207061492	-0,413917985
20	MDKI	-0,011170884	0,260041128
21	SRSN	0,267390537	0,724660681
22	MOLI	-0,227609347	2,14114047
23	ARNA	0,221801941	-0,22779744
24	MARK	-0,380100255	-0,35811129
25	MLIA	0,30855175	-0,340958215
26	ALKA	1,753862317	-0,125511532
27	BTON	3,140989085	-0,5606667
28	ISSP	-0,370760049	0,628447371
29	TBMS	-0,174082588	0,159052808
30	STAR	-0,833554023	0,560220851
31	UCIT	-0,346648336	0,385412947
32	PTSN	0,879916482	0,102726727
33	SCCO	-0,241561645	1,226031474
34	ASII	0,579770187	0,100964869
35	INDS	0,328095997	-0,152245524
36	SMSM	0,285173076	0,107474379
37	ULTJ	-0,243819476	0,228563646
38	CEKA	0,179815546	-0,304161222
39	CLEO	0,065050584	0,589258709
40	CBP	-0,2756975	0,47934918
41	DLTA	0,223799873	-0,132370674
42	GOOD	0,059021803	0,152867763
43	INDF	-0,179497545	0,250328717

44	KEJU	-0,188869853	-0,315481796
45	MLBI	0,389060599	0,153054473
46	MYOR	0,626737319	0,647089234
47	ROTI	0,536385419	-0,228913413
48	SKBM	1,916294961	-0,973374266
49	SKLT	-0,114273341	0,043067951
50	STTP	0,011254103	0,469589662
51	DVLA	0,019587505	-0,020342399
52	KLBF	0,067473766	-0,19468474
53	PEHA	1,425013085	-0,780541841
54	SIDO	-0,123867276	-0,13946234
55	GGRM	-0,909384099	0,915471292
56	HMSP	-0,113961321	0,280382476
57	WIIM	0,41139953	0,981737668
58	ADES	0,373324604	0,084461274
59	UNVR	-0,06831832	-0,105097133

**Lampiran 6 Perhitungan Nilai Perusahaan Periode 2019-2023**

No.	Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan		
		2019	2020	2021
1	TKIM	1,661097223	1,437422249	0,935004701
2	ALDO	0,882629235	0,760518582	1,872122867

3	INKP	0,756543868	0,974333886	0,321660244
4	SPMA	0,512701933	0,428053021	0,815324375
5	KDSI	0,812390013	0,520610413	0,632168837
6	INTP	3,034429856	2,402833376	2,082963449
7	SMBR	1,255010705	3,104018437	1,776611907
8	SMGR	2,100153417	2,067103568	1,080955345
9	JPFA	1,513034745	1,505387122	1,539354023
10	CPIN	5,100934001	4,582372703	3,879447470
11	ESIP	3,723148894	1,249940686	1,483327546
12	IGAR	0,615634029	0,579802244	0,618639831
13	IMPC	3,603790988	4,368888258	7,351666762
14	SMKL	1,188425864	0,936488572	2,170015179
15	PBID	1,101469797	1,394966846	1,310924964
16	TALF	0,365107122	0,344930567	0,384966852
17	BRPT	3,508731785	2,468030908	1,314956582
18	AGII	0,645942525	0,809928977	1,286977790
19	DPNS	0,298144346	0,318546590	0,423647660
20	MDKI	0,603428880	6,595595412	0,570146936
21	SRSN	0,795490774	0,059394211	0,544386643
22	MOLI	1,838979371	1,427821317	0,780466538
23	ARNA	2,720014881	3,825599814	3,733318853
24	MARK	5,744038701	7,795397038	5,493246829
25	MLIA	0,645055808	0,273548090	0,840901619
26	ALKA	2,024994827	1,264292385	1,008847305
27	BTON	0,820694991	1,144635088	1,565489606
28	ISSP	0,426707020	0,344720096	0,755199232
29	TBMS	0,458169729	0,476088425	0,775363343
30	STAR	1,498718487	1,026139222	1,412380833
31	UCIT	0,358060325	0,135943285	1,215999097
32	PTSN	1,452226034	1,057074282	0,920928174
33	SCCO	0,600514205	0,659332814	0,485626693
34	ASII	1,511931074	1,247932545	1,070223560
35	INDS	0,532515602	0,511947101	0,440131426
36	SMSM	3,513252207	3,011416036	2,689830277
37	ULTJ	3,432263476	1,900486619	3,177254716
38	CEKA	0,878329937	0,842438620	0,806275506
39	CLEO	8,534522789	6,705812887	5,631103457
40	CBP	4,875324029	2,219227512	1,846696008
41	DLTA	4,486359629	3,454165508	2,964305948

42	GOOD	4,029319317	3,152882431	6,367486183
43	INDF	1,283794943	0,760012738	0,641057882
44	KEJU	3,236216415	4,609878783	3,034179823
45	MLBI	28,497644430	14,258277139	14,952004127
46	MYOR	4,629859730	5,375704033	4,034284520
47	ROTI	2,600543999	2,606716968	2,952750480
48	SKBM	0,684812089	0,582706995	0,627552909
49	SKLT	2,923619827	2,656337980	3,085044585
50	STTP	2,744404454	4,655298090	2,996350676
51	DVLA	1,929439202	2,025749358	2,213578503
52	KLBF	4,545437097	3,795778613	3,559684219
53	PEHA	1,099062469	1,921693347	1,252670016
54	SIDO	3,122647614	7,495949394	7,475833181
55	GGRM	2,002260873	1,347988400	0,993064713
56	HMSP	6,846126960	5,788705392	3,845205134
57	WIIM	0,341452611	0,956217118	0,681702129
58	ADES	0,749587665	0,774730704	2,001161530
59	UNVR	60,671785821	56,791898032	36,284827443

No.	Kode Perusahaan	Nilai Perusahaan	
		2022	2023
1	TKIM	0,628861042	0,617973238
2	ALDO	1,385405581	1,550529127

3	INKP	0,541356109	0,492405491
4	SPMA	0,728900100	0,473232349
5	KDSI	0,631182115	0,898456040
6	INTP	1,735973314	1,538046831
7	SMBR	1,242002646	0,873145003
8	SMGR	0,939711632	0,903953437
9	JPFA	1,109555664	0,976717137
10	CPIN	3,525351372	3,048602899
11	ESIP	0,675645930	0,576185627
12	IGAR	0,575715503	0,511910241
13	IMPC	7,805855879	8,464285340
14	SMKL	0,922744870	0,744788713
15	PBID	1,207314912	0,944440905
16	TALF	0,344517342	0,313524030
17	BRPT	1,208884082	1,966947286
18	AGII	1,598363439	1,250305970
19	DPNS	0,401420809	0,419193511
20	MDKI	0,497839597	0,524432874
21	SRSN	0,475497228	0,567614810
22	MOLI	0,376255431	0,758353232
23	ARNA	3,984742519	2,631782024
24	MARK	3,310100520	2,917504707
25	MLIA	0,774652700	0,584361099
26	ALKA	0,734822252	1,184140338
27	BTON	1,305766015	1,242711450
28	ISSP	0,426526508	0,454342242
29	TBMS	0,614475666	0,956388555
30	STAR	1,294172918	1,005383932
31	UCIT	0,881422227	0,747094497
32	PTSN	0,650768111	0,772583200
33	SCCO	0,375908599	0,341438777
34	ASII	0,946808850	0,913401094
35	INDS	0,427985843	0,468106904
36	SMSM	2,018360860	2,511273735
37	ULTJ	2,634063877	2,293611756
38	CEKA	0,760043495	0,668443393
39	CLEO	5,507902567	5,625303187
40	CBP	2,029110466	1,985775660
41	DLTA	3,064146797	3,024703889

42	GOOD	5,780014633	4,058644074
43	INDF	0,630703398	0,563716840
44	KEJU	3,049015290	2,582841151
45	MLBI	17,570194032	11,735377716
46	MYOR	4,355129068	3,643033465
47	ROTI	3,045759963	2,972494512
48	SKBM	0,608938451	0,509006829
49	SKLT	2,280043897	0,238436017
50	STTP	2,551039387	2,533516489
51	DVLA	1,891109347	1,327796487
52	KLBF	4,374931198	3,221086149
53	PEHA	0,745514403	0,697885232
54	SIDO	6,461321219	4,651587254
55	GGRM	0,598617332	0,642544559
56	HMSP	3,468462971	3,485275901
57	WIIM	0,881401975	2,017664112
58	ADES	3,170808654	3,299355501
59	UNVR	44,857021917	39,828459280

## **LAMPIRAN HASIL OLAH DATA**

### **Lampiran 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	295	,08	,69	,3668	,15457
X2	295	24,74	33,40	29,0966	2,06571
X3	295	,00	2,08	,3663	,22376
X4	295	-,97	10,75	,3493	1,29407
Y	295	,06	60,67	3,0121	6,60518
Valid N (listwise)	295				

### Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,798	1,252
	X2	,768	1,303
	X3	,931	1,074
	X4	,983	1,017

a. Dependent Variable: Y

### Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-21,990	3,942		-5,579	,000
	X1	3,622	1,907	,105	1,899	,058
	X2	,697	,146	,269	4,789	,000
	X3	8,575	1,220	,358	7,030	,000
	X4	-,030	,205	-,007	-,146	,884

a. Dependent Variable: ABS\_RES

### Lampiran 10 Hasil Robust Standard Error

### Parameter Estimates with Robust Standard Errors

Dependent Variable: Y

Parameter	B	Robust Std. Error <sup>a</sup>	t	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Intercept	-26,781	7,192	-3,723	,000	-40,937	-12,625
X1	2,017	2,078	,970	,333	-2,073	6,107
X2	,930	,232	4,002	,000	,473	1,387
X3	5,586	3,726	1,499	,135	-1,747	12,918
X4	-,138	,140	-,986	,325	-,413	,137

a. HC3 method

### Lampiran 11 Hasil Uji Autokorelasi

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,411 <sup>a</sup>	,169	,157	6,06322	,479

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

### Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-26,781	5,292		-5,060	,000
	X1	2,017	2,560	,047	,788	,431
	X2	,930	,195	,291	4,759	,000
	X3	5,586	1,638	,189	3,411	,001
	X4	-,138	,276	-,027	-,500	,617

a. Dependent Variable: Y

### Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,411 <sup>a</sup>	,169	,157	6,06326

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

### Lampiran 14 Hasil Uji T

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-26,781	5,292		-5,060	,000
	X1	2,017	2,560	,047	,788	,431
	X2	,930	,195	,291	4,759	,000
	X3	5,586	1,638	,189	3,411	,001
	X4	-,138	,276	-,027	-,500	,617

a. Dependent Variable: Y