

**PENGARUH PROFITABILITAS, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
RISIKO SISTEMATIS, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR
INDUSTRI BARANG KONSUMSI**

ABSTRAK

Nilai perusahaan merupakan harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan berperan dalam memaksimalkan pemegang saham jika terjadi kenaikan harga saham. Semakin meningkatnya harga saham suatu perusahaan, maka kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, *corporate social responsibility*, risiko sistematis, ukuran perusahaan dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. Pengumpulan data menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terpilih sebagai sampel penelitian. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang terpilih adalah sebanyak 35 perusahaan dikali 3 tahun sehingga diperoleh data pengamatan sebanyak 105. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. *Corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021. Risiko sistematis berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021.

Kata kunci: profitabilitas, corporate social responsibility, risiko sistematis, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, nilai perusahaan