

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR), PERPUTARAN MODAL KERJA, PERTUMBUHAN PENJUALAN DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI) TAHUN 2019-2021

Abstrak

Setiap perusahaan dituntut agar mampu meningkatkan nilai perusahaannya, karena nilai perusahaan merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh para investor untuk menanamkan modalnya. Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan dari dibangunnya perusahaan agar dapat memaksimalkan laba untuk meningkatkan kemakmuran pemilik perusahaan dan pemegang saham. Nilai perusahaan mencerminkan aset yang dimiliki perusahaan. Dengan begitu jika nilai perusahaan tinggi maka kreditur dan investor percaya jika mereka meminjamkan dana maka akan dikembalikan. Sebaliknya jika nilai perusahaan rendah kreditur dan investor tidak percaya jika pinjaman yang diberikan akan dikembalikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Perputaran Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021.

Variabel independen meliputi Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Perputaran Modal Kerja, Pertumbuhan Penjualan dan Struktur Modal. Variabel dependen meliputi Nilai Perusahaan. Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021. Sampel yang diperoleh dalam penelitian sebanyak 56 perusahaan manufaktur yang ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ukuran perusahaan, CSR, dan perputaran modal kerja berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan pertumbuhan penjualan dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel lain yang secara teori mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan, seperti struktur kepemilikan, kebijakan deviden atau profitabilitas.

Kata Kunci : ukuran perusahaan, *corporate social responsibility*, perputaran modal kerja, pertumbuhan penjualan, nilai perusahaan.