

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dalam industri manufaktur membuat setiap perusahaan manufaktur semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan yang telah *go public* pada umumnya adalah memaksimalkan nilai Perusahaan yang dapat dilihat dari tingginya harga saham. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Semakin baik nilai perusahaan, investor akan memandang perusahaan mempunyai reputasi baik karena nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kinerja perusahaan yang baik dan dapat menggambarkan prospek kekayaan perusahaan dimasa depan (Kawuri, 2021).

Menurut Puspaningrum (2017) Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya. Dengan meningkatkan nilai perusahaan maka kinerja keuangan perusahaan akan baik dan dapat menarik para calon investor karena para calon investor dalam menanamkan modal di perusahaan menginginkan laba atas penanaman modalnya di perusahaan tersebut. Dengan adanya nilai perusahaan yang tinggi dapat menguntungkan bagi perusahaan dan para pemegang saham, karena itu perusahaan dan para pemegang saham menginginkan kemakmuran secara maksimal dan jangka panjang (Andi, 2019).

Tabel 1. 1
Nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020

Tahun	Transaksi Harian (triliun)	Volume Transaksi (Miliar Unit Saham)
2019	9,67	14,5
2020	6,96	7,39

Sumber: OJK, 2020

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui terjadi penurunan transaksi harian, pada tahun 2019 nilai transaksi harian sebesar 9,67 triliun menjadi 6,96 triliun pada tahun 2020. Volume transaksi pada tahun 2019 sebesar 14,5 miliar unit saham menjadi 7,39 miliar unit saham pada tahun 2020. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio harga pasar saham terhadap nilai bukunya atau sering disebut dengan *price to book value (PBV)*. *Price to book value (PBV)* banyak digunakan oleh para analis sekuritas untuk mengestimasi harga saham di masa yang akan datang. Besarnya hasil perhitungan harga pasar saham terhadap nilai bukunya menunjukkan perbandingan antara kinerja saham perusahaan di pasar saham dengan nilai bukunya. Perusahaan yang tingkat pengembalian atas ekuitasnya relatif tinggi biasanya memiliki harga pasar saham berkali-kali lebih besar dari nilai bukunya daripada perusahaan yang tingkat pengembalian atas ekuitasnya rendah. Perusahaan yang memiliki PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan di masa mendatang dinilai semakin prospektif oleh investornya.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya adalah ukuran perusahaan (Zubir, 2017). Ukuran perusahaan (*company size*) adalah indikator yang menunjukkan kekuatan finansial perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala yang menentukan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari nilai equity, nilai penjualan, jumlah karyawan dan nilai total

aktiva yang merupakan variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi (Sawir, 2015:101).

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan masih menunjukkan hasil terjadinya perbedaan hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2018), Aldo dan Jamaludin (2020) menemukan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rumajar dan Kurnia (2018), Eka (2017), dan Panggabean (2018) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain permasalahan mengenai ukuran perusahaan, terdapat faktor lain yang juga turut mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas.

Menurut Kasmir (2018:196) rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. rasio profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan aset dan mengelola kegiatan operasinya (Ross, et al., (2015: 72). *Profitabilitas* dalam penelitian ini menggunakan proksi *return on asset* (ROA). Rasio ROA membandingkan keuntungan bersih yang didapat perusahaan dengan total *asset* yang dimiliki perusahaan. Penelitian ini menggunakan rasio ROA untuk mengukur profitabilitas perusahaan manufaktur karena karakteristik perusahaan manufaktur dalam kegiatan operasionalnya

memakai *asset* berupa mesin pabrikasi sehingga keuntungan perusahaan diperoleh dari *asset* perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan profitabilitas dengan nilai perusahaan, masih menunjukkan menunjukkan hasil terjadinya perbedaan hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Eka (2017) menemukan bahwa hubungan profitabilitas terhadap nilai perusahaan berbanding lurus jadi semakin tinggi profitabilitas maka semakin meningkat pula nilai perusahaan, begitu pula sebaliknya. Sedangkan, penelitian yang dilakukan oleh Sudarma dan Darmayanti (2017), Aldodan Jamaludin (2020) menemukan bahwa hubungan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Menurut (Sujana, 2017) kondisi finansial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan sehingga perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para stake holder (pemangku kepentingan). Salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Kesadaran mengenai pentingnya praktik CSR menjadi trend global, seiring dengan maraknya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan wajib mencantumkan pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya sebagai bentuk strategi jangka panjang (Pristianingrum, 2017).

Menurut Rusmana et al (2019:72) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan baik secara langsung ataupun tidak langsung dengan meningkatkan kualitas lingkungan

dan juga kesejahteraan masyarakat dengan mempertimbangkan dampak negatif yang dilakukan perusahaan. CSR merupakan komitmen yang berkesinambungan dari kalangan bisnis, untuk berperilaku secara etis dan memberi kontribusi bagi perkembangan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan dari karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Dalam interaksi dengan para pemangku kepentingan (*stakeholders*) berdasarkan prinsip kesukarelaan dan kemitraan (Nurlela, 2019:11). Dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat memberikan signal kepada pihak eksternal termasuk investor dalam meningkatkan citra perusahaan yang tercermin dengan peningkatan nilai perusahaan.

Penelitian sebelumnya mengenai hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan masih ditemukan terdapat perbedaan hasil penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Sudarma dan Darmayanti (2017), Panggabean (2018), dan Yosi (2019) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun hasil dari penelitian tersebut bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesumastuti dan Dewi (2021) serta Rumajar & Kurnia (2018) menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas*, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan, dengan judul **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Profitabilitas* dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka dapat dirumuskan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2018-2020 ?
2. Apakah *profitabilitas* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 ?
3. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh ukuran perusahaan terhadap terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
2. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh *profitabilitas* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.
3. Untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan referensi tambahan di bidang manajemen keuangan terutama aplikasi *signalling theory* lebih luas tentang nilai perusahaan berdasarkan ukuran perusahaan, *profitabilitas* dan *corporate social responsibility* (CSR), sehingga nantinya dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian terkait di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu pertimbangan bagi pihak manajemen pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia khususnya perusahaan manufaktur dalam mengevaluasi kebijakan yang berkaitan dengan nilai perusahaan. Selain itu Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mempertahankan atau meningkatkan nilai perusahaan di mata calon investor di bursasaham. Sedangkan bagi investor, hasil penelitian ini berguna untuk memberikan pengetahuan dalam berinvestasi pada suatu perusahaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Sinyal (Signalling Theory)

Signalling Theory dan *asymmetric informations* digagas pertama kali oleh Akerlof et al yang menjadikan mereka memperoleh Nobel Ekonomi pada tahun 2001. *Signalling theory* dikembangkan dalam ilmu ekonomi dan keuangan yang menggunakan informasi yang asimetris antara perusahaan dengan pihak luar karena manajemen lebih banyak tahu tentang prospek perusahaan dan peluang masa depan dibandingkan pihak luar (*investor*) (Madya, 2019). Asimetri informasi akan terjadi jika manajemen tidak secara penuh menyampaikan semua informasi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan ke pasar modal. Untuk menghindari asimetris informasi, perusahaan harus memberikan informasi sebagai sinyal kepada investor.

Asimetris informasi perlu diminimalkan, sehingga perusahaan *go public* dapat menginformasikan keadaan perusahaan secara transparan kepada *investor*. *Investor* selalu membutuhkan informasi yang simetris sebagai pemantauan dalam menanamkan dan apa status perusahaan. Jadi sangat penting bagi perusahaan untuk memberikan informasi setiap account (rekening) pada laporan keuangan dimana merupakan sinyal untuk diinformasikan kepada investor maupun calon investor.

Menurut Mariani (2018) Teori sinyal menjelaskan bagaimana perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan dan non keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen untuk

merealisasikan keinginan pemilik, yaitu memaksimalkan keuntungan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan, yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan mengungkapkan CSR dengan harapan dapat meningkatkan nilai perusahaan

2.1.2 Nilai Perusahaan

Menurut Utomo (2019), nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Adanya kelebihan jual di atas nilai likuidasi adalah nilai dari organisasi manajemen yang menjalankan perusahaan tersebut. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga pasar saham perusahaan. Indrarini (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan penilaian kolektif investor tentang kinerja suatu perusahaan, baik kinerja saat ini maupun proyeksi masa depan, sedangkan Hery (2017) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Semakin tinggi harga saham perusahaan, maka nilai perusahaan tersebut semakin meningkat.

Tingginya harga saham juga akan berdampak pada tingginya tingkat pengembalian kepada investor sehingga semakin tinggi nilai perusahaan terkait dengan tujuan perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham. Selain itu, tingginya harga saham menunjukkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan baik sehingga masyarakat mau membayar lebih tinggi sesuai dengan harapan masyarakat untuk mendapatkan return yang tinggi pula.

Franita (2018) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan sebab nilai yang tinggi menunjukkan

kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan pada masa yang akan datang sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total asset, jumlah penjualan, rata-rata total penjualan dan rata-rata total asset. Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan.

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan total aset yang ada dalam perusahaan. Perusahaan harus mampu mengelola dan memanfaatkan aset tersebut sebaik-baiknya sehingga menghasilkan keuntungan atau laba bagi perusahaan. Sebuah perusahaan yang ukuran/skalanya besar dan sahamnya tersebar luas memiliki kekuatan tersendiri dalam menghadapi masalah bisnis dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba lebih tinggi karena usaha tersebut didukung oleh aset yang besar, sehingga kendala perusahaan yang berhubungan dengan aset dapat diatasi.

Ukuran perusahaan dianggap bisa mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan mendapatkan sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan besar mempunyai total aset yang besar, sehingga mampu mengoptimalkan kinerja perusahaan, dengan aset yang dimilikinya. Oleh sebab itu, ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan kemampuan perusahaan meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil akhir dari sejumlah kebijakan dan keputusan manajemen perusahaan. Dengan demikian dapat dikatakan profitabilitas perusahaan merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan pada periode akuntansi. Seringkali pengamatan menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi perusahaan yang memperoleh laba yang besar, maka dapat dikatakan berhasil atau memiliki kinerja yang baik, sebaiknya kalau laba yang diperoleh perusahaan relatif kecil atau menurun dari periode sebelumnya, maka dapat dikatakan perusahaan kurang berhasil atau memiliki kinerja yang kurang baik.

2.1.5 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya. Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, laporan interim/laporan sementara, prospektus, pengumuman kepada bursa efek atau melalui media masa.

Pengungkapan CSR menurut Sri Mulyani dkk (2018:230) adalah pelaksanaan perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR di dalam laporan tahunannya. Menurut Bungaran Antonius (2017:96) manfaat *Corporate Social Responsibility (CSR)* bagi perusahaan secara umum dalam menjalankan tanggung

jawab sosialnya perusahaan dapat mengimplementasikan melalui tiga hal yaitu keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), lingkungan (*planet*).

Menurut Imam Syairozi (2019:15) selain mendapat manfaat bagi perusahaan, dengan menerapkan aktivitas CSR dapat mendatangkan manfaat yang positif bagi masyarakat dan pemerintah, yaitu:

1. Manfaat bagi Masyarakat

Dapat meningkatkan berbagai sektor seperti diadakannya Pendidikan yang layak dan berkualitas bagi masyarakat, sektor tenaga kerjaan seperti meningkatkan pelatihan atau training untuk meningkatkan kualitas tenaga kerja masyarakat luas.

2. Manfaat bagi Pemerintah

Aktivitas dari CSR sendiri berhubungan dengan masalah yang ada di berbagai daerah seperti halnya masalah Pendidikan, kurangnya akses kesehatan bagi masyarakat sekitar, dan pembangunan fasilitas umum untuk kepentingan orang banyak. Dengan adanya kerjasama dari adanya kebijakan pemerintah dengan perusahaan atau organisasi yang menerapkan CSR, banyak masyarakat yang terbantu akan adanya pelaksanaan CSR di sekitar mereka.

Menurut Lela Nurlaela (2019:21) pengukuran pengungkapan CSR yang dirumuskan sebagai berikut:

$$CSCI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSR_{ij} : Corporate Social Responsibility Index perusahaan j

$\sum X_{ij}$: Total angka atau skor yang diperoleh masing-masing perusahaan

Variable : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan.

N_j : Jumlah kriteria pengungkapan CSR untuk perusahaan

Pendekatan untuk menghitung CSR menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dalam setiap laporan tahunan masing-masing akan diberi nilai 1 jika diungkapkan dan 0 jika tidak diungkapkan.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Bagian ini memiliki salah satu peranan penting dalam melakukan suatu penelitian. Hasil-hasil penelitian terdahulu tidak hanya digunakan untuk membandingkan penelitian yang akan dilakukan. Namun hasil penelitian tersebut juga diharapkan akan dapat menemukan kesenjangan penelitian (research gap).

Penelitian yang dilakukan oleh Akbar (2020). Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan beberapa kriteria sehingga diperoleh 21 sampel dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2013-2017. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen, Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kebijakan dividen, Likuiditas berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kebijakan dividen, Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan,

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, Likuiditas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Kebijakan dividen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sudarma dan Darmayanti (2017) menggunakan teknik analisis data yang diterapkan adalah regresi linear berganda. Hasil analisis menjawab bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial dan profitabilitas secara parsial signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada sektor pertambangan Indeks Kompas 100. Penelitian ini menemukan hasil bahwa terdapat peran kepemilikan manajerial terhadap saham perusahaan, sehingga perlu meningkatkan profitabilitas untuk meningkatkan nilai perusahaan bagi manajer yang memiliki kepemilikan saham dengan cara melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Panggabean (2018) menggunakan metode purposive sampling method, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dengan pemilihan sampel. Teknik yang digunakan adalah purposive sampling dengan jangka waktu penelitian selama enam tahun. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan Tingkat signifikansi 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Corporate Social Responsibility, Company Size, Capital Structure, dan Tax Avoidance memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Dalam

sebagian, Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap Firm Value, Corporate Size berpengaruh negatif dan berpengaruh signifikan terhadap Firm value, Capital Structure berpengaruh positif dan signifikan terhadap Firm Value, Tax Avoidance berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Firm Value. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Aldo dan Jamaludin (2020) menggunakan metode purposive sampling method, jenis data yang digunakan adalah data panel selama 2015-2017 berupa data perusahaan manufaktur yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia dengan jumlah sampel 192 data. Teknik analisa data menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program Eviews 10.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Pangestu (2019) menggunakan metode purposive sampling yang diperoleh sebanyak 23 sampel perusahaan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Multikolinieritas, Heterokedastisitas, Autokorelasi), Analisis Regresi Linear Berganda, Uji f, Uji t dan Koefisien Determinasi (R^2). Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pada variabel ukuran dewan direksi, komite audit, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil analisis penelitian pada variabel CSR,

independensi dewan komisaris, leveragedan likuiditas tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2018), menggunakan PBV sebagai pengukuran nilai perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman periode 2014-2016. Total pengamatan adalah 39 pengamatan. Hipotesis dari penelitian ini diuji dengan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial, struktur modal, dan profitabilitas dapat meningkatkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak dapat meningkatkan atau menurunkan nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Yohana (2021) populasi dalam penelitiannya adalah sektor perdagangan yang terdaftar di BEI. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan maka data sampel yang diperoleh 18 perusahaan dengan periode 2016-2020. Metode analisis data yang digunakan yaitu SPSS versi 25 dengan teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik multikolinieritas heteroskedastisitas, uji normalitas, uji koefisien korelasi dan determinasi, uji simultan dan uji parsial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, kebijakan hutang

berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2021) menggunakan metode purposive sampling terdapat 16 perusahaan yang memenuhi kriteria dan kemudian di analisis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian Kesumastuti dan Dewi (2021). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik purposive sampling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, dan diperoleh sebanyak 45 sampel perusahaan. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Hasil analisis menunjukkan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kemudian usia perusahaan dan ukuran perusahaan dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian Rumajar dan Kurnia (2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan perkebunan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2016. Penelitian ini juga mengamati laporan keuangan selama periode 2015-2016 untuk memperoleh data perusahaan yang melakukan tanggung

jawab sosial. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan perkebunan yang terdaftar di BEI 2015-2016 dan terdapat 15 perusahaan. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian tingkat pengungkapan CSR suatu perusahaan memberikan pengaruh dalam nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.

Penelitian Indriyani (2017) menyebutkan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2011 sampai dengan 2015. Sampel penelitian sebanyak 16 perusahaan dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria tertentu sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 9 perusahaan. Teknik pengujian data dengan menggunakan regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi alpha 5%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 41,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Perbedaan dengan penelitian saat ini adalah pada objek penelitian, dan jumlah sampel perusahaan yang digunakan.