

## PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL, KEBIJAKAN DIVIDEN, UKURAN PERUSAHAAN, PROFITABILITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Kevin Jeonghun Yonathan Jeong\* dan Augustpaosa Nariman

*Fakultas Ekonomi Universitas Tarumanagara Jakarta*

\*Email: [kevinjeong13@gmail.com](mailto:kevinjeong13@gmail.com)

### **Abstract:**

*This study aims to determine the effect of corporate social responsibility, dividend policy, company size, and profitability on firm value in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2019 period. The sample was selected by purposive sampling method and the valid data were 46 companies. The data processing technique uses multiple regression analysis assisted by the software Eviews 11 for Windows and Google Sheets. The results of this study indicate that corporate social responsibility and dividend policy have a positive and insignificant effect on firm value. Firm size has no significant effect on firm value. Profitability has a positive and significant effect on firm value. The implication of this research is that the interests of corporate social responsibility, dividend policy, company size, and profitability will increase company value which is something that investors consider to invest.*

**Keywords:** *Firm Value, Corporate Social Responsibility, Dividend Policy, Company Size, Profitability*

### **Abstrak:**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Sampel dipilih dengan metode purposive sampling dan data yang valid adalah 46 perusahaan. Teknik pengolahan data menggunakan analisis regresi berganda yang dibantu oleh perangkat lunak Eviews 11 for Windows dan Google Sheets. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Implikasi dari penelitian ini adalah kepentingan tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas akan meningkatkan nilai perusahaan yang menjadi suatu hal yang dipertimbangkan oleh investor untuk berinvestasi.

**Kata kunci:** Nilai Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial, Kebijakan Dividen, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas

## **Pendahuluan**

Globalisasi merupakan suatu fenomena dalam peradaban manusia. Globalisasi adalah proses di mana dunia menjadi semakin terhubung sebagai hasil dari perdagangan dan pertukaran budaya yang meningkat secara masif. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia. Sebagai negara yang berkepulauan, terdapat banyak perdagangan yang tercatat dalam sejarah bangsa ini. Sampai pada era globalisasi dewasa ini, banyak bermunculannya perusahaan-perusahaan, baik berupa perusahaan dalam negeri dan perusahaan asing. Secara tidak langsung, globalisasi sangat mempengaruhi perekonomian di Indonesia. Namun, keadaan ini membuat persaingan perusahaan terasa sangat pesat. Persaingan tersebut dapat berupa peningkatan kinerja, kualitas dan inovasi. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk mencari cara atau strategi agar produknya dikenal di kalangan masyarakat. Salah satu cara agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang yaitu dengan mencari pendanaan dari para investor. Pendanaan yang dimaksud dapat berupa equity financing, dimana perusahaan akan menjual saham-saham milik perusahaan kepada para investor. Sebagai gantinya, investor berhak atas dividen yang didapat oleh perusahaan tersebut. Tentu saja para investor mengharapkan return yang tinggi, maka perusahaan perlu memberikan petunjuk kepada para investor bagaimana perusahaan memandang pentingnya nilai perusahaan. Salah satu informasi positif yang dapat diperoleh bagi investor atau pemegang saham adalah laba bersih yang tinggi (Partha dan Noviari, 2016). Maka itu, perusahaan perlu bertindak untuk memberikan sinyal positif kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

## **Kajian Teori**

**Agency Theory.** Teori Agensi adalah teori yang menjelaskan hubungan kerja antara pemilik antara perusahaan (prinsipal) dengan manajemen (agen). Menurut Scott (2015), konsep teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara principal dan agent, dimana principal adalah pihak yang mempekerjakan agent agar melakukan tugas untuk kepentingan principal, sedangkan agent adalah pihak yang menjalankan kepentingan principal. Hubungan agensi ini dapat terjadi ketika salah satu pihak melakukan tindakan sebagai pihak yang menyewa pihak lain (prinsipal) dalam melaksanakan suatu kegiatan jasa. Supriyono (2018) mengatakan hubungan ini dilakukan untuk suatu jasa dimana prinsipal memberi wewenang kepada agen mengenai pembuatan keputusan yang terbaik bagi prinsipal dengan mengutamakan kepentingan dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban. Teori ini berfungsi untuk menganalisa dan memperoleh solusi terhadap masalah-masalah yang dapat timbul dari hubungan kerja antara prinsipal dan agen.

**Signaling Theory.** Teori Sinyal adalah teori yang menjelaskan cara yang diambil perusahaan untuk memberikan sinyal kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Sinyal yang dimaksud berupa informasi pencapaian kinerja yang telah diraih oleh manajemen

dalam aspek keuangan dan non-keuangan. Salah satu informasi positif yang dapat diperoleh bagi investor maupun pemegang saham adalah laba bersih yang tinggi (Partha dan Noviari, 2016). Namun, sinyal yang dikeluarkan perusahaan juga dapat berupa sinyal negatif, sehingga bisa terjadi ketidakseimbangan informasi atau asimetri informasi. Para manajer perusahaan mempunyai informasi yang lebih akurat yang tidak diketahui oleh pemegang saham. Terlebih lagi para pemegang saham yang kurang memahami laporan keuangan dapat membentuk kepercayaan dengan memanfaatkan informasi dari para manajemen bahwa peningkatan laba di dalam laporan keuangan bukan dari tindakan rekayasa. Hal ini dapat mengakibatkan adanya asimetri informasi antara pihak-pihak yang berkepentingan. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, pemberian informasi atau sinyal dari perusahaan kepada pihak eksternal diharapkan positif agar dapat meningkatkan nilai perusahaan, sehingga dapat menarik perhatian dari para investor.

**Trade Off Theory.** Teori ini adalah gagasan bahwa perusahaan menyeimbangkan biaya dan manfaat, akibat dari penggunaan hutang dan ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Tujuannya adalah untuk membuktikan dengan fakta bahwa pendanaan perusahaan diperoleh sebagian dari hutang dan ekuitas. Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2015), trade off theory menjelaskan bahwa penggunaan hutang tidak hanya memberi manfaat tetapi juga ada pengorbanannya. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, Trade Off Theory menjelaskan bahwa jika posisi struktur modal berada dibawah target optimal, maka setiap penambahan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan. Sebaliknya, setiap posisi struktur modal berada di atas target optimal maka setiap penambahan utang akan menurunkan nilai perusahaan.

**Nilai Perusahaan.** Nilai perusahaan adalah suatu hal yang dipertimbangkan oleh investor untuk berinvestasi dan cerminan keberhasilan perusahaan. Seperti yang dikatakan Agus Sartono (2016), definisi nilai perusahaan adalah tujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dapat ditempuh dengan memaksimalkan nilai sekarang atau present value semua keuntungan pemegang saham akan meningkat apabila harga saham yang dimiliki meningkat. Maka setiap peningkatan nilai saham, dengan sendirinya akan meningkatkan nilai perusahaan. Menurut Wijaya (2017), nilai perusahaan yang go public (perusahaan terbuka) tercermin pada harga pasar saham perusahaan, sedangkan nilai perusahaan yang belum go public (perusahaan tertutup) tercermin ketika perusahaan akan dijual. Jadi, nilai perusahaan dapat diartikan dengan suatu tingkat keberhasilan perusahaan yang dilihat dari sudut pandang investor.

**Tanggung Jawab Sosial (CSR).** Menurut Aini (2015), definisi dari Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan disekitar tempat beroperasi. Pengungkapan CSR sebagai komitmen manajemen diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan terutama terkait dengan kinerja sosialnya. Setiap perusahaan mempunyai karakteristik masing-masing dalam pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR), sehingga dapat menjadi ciri khas yang melekat dalam suatu perusahaan.

**Kebijakan Dividen.** Kebijakan dividen adalah penentuan tentang berapa besarnya laba yang diperoleh dalam suatu periode akan dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk

dividen, dan akan ditahan di perusahaan dalam bentuk laba ditahan (Abdul Halim, 2015). Dalam hal ini, perusahaan harus menyisihkan dana dari laba yang diperoleh perusahaan untuk keperluan pembayaran dividen yang akan didistribusikan ke antara pemegang saham atau akan ditanam kembali ke perusahaan dalam bentuk laba ditahan untuk membiayai pendanaan perusahaan. Kebijakan dividen merupakan aspek yang penting dari keuangan perusahaan.

**Ukuran Perusahaan.** Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total penjualan bersih atau total aktiva. Dengan demikian, ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Menurut Handriani dan Irianti (2015), “the size of the firm describes the size of a company indicated by total assets and total sales”. Berdasarkan uraian di atas, ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah ukuran yang mencerminkan kapasitas suatu perusahaan dalam menjalankan usahanya dimana nilai perusahaan tercermin dari jumlah aset dan jumlah penjualan yang dimiliki. Ukuran perusahaan yang besar umumnya akan lebih menarik investor untuk berinvestasi.

**Profitabilitas.** Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2015), profitabilitas adalah rasio untuk mengukur seberapa jauh kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualannya, dari aset-aset yang dimilikinya, atau dari ekuitas yang dimilikinya. Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar efisiensi dan efektivitas sebuah perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba karena rasio ini dapat mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu.

### **Kaitan Antar Variabel**

**Tanggung Jawab Sosial (CSR) dengan Nilai Perusahaan.** Saat ini banyak perusahaan menerapkan upaya tanggung jawab pada lingkungan dan masyarakat sekitarnya, yaitu tanggung jawab sosial atau CSR (*Corporate Social Responsibility*). Menurut Dewi dan Sanica (2017), Menerapkan *Corporate Social Responsibility* menjadikan nama perusahaan akan semakin baik sehingga loyalitas konsumen pun akan semakin tinggi. Meningkatnya loyalitas konsumen berdampak pada meningkatnya penjualan perusahaan dan profitabilitas perusahaan yang berarti semakin tingginya nilai perusahaan. Oleh karena itu, Kadek Ria Citra Dewi dan I Gede Sanica (2017) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penerapan tanggung jawab sosial (CSR) dipercaya dapat menjadi salah satu daya tarik investor untuk berinvestasi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, penelitian ini diukur dengan menggunakan CSRI (*Corporate Social Responsibility Index*) dan variabel *dummy* untuk mendapatkan hasil *score CSR*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfina Pristianingrum (2017) yang menyatakan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

**Kebijakan Dividen dengan Nilai Perusahaan.** Dalam penelitian sebelumnya, kebijakan dividen diprosikan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR), karena DPR dapat menggambarkan perilaku oportunistik manajerial, yaitu melihat seberapa besar keuntungan

yang dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen dan berapa banyak yang disimpan di perusahaan (Paminto, Setyadi, dan Sinaga, 2016). Semakin besar dividen yang dibagikan perusahaan, maka harga pasar saham perusahaan tersebut akan semakin tinggi, sehingga nilai perusahaan pun semakin tinggi dan sebaliknya. Oleh karena itu, Henri Dwi Wahyudi, Chuzaimah, dan Dani Sugiarti (2016), menyimpulkan bahwa variabel kebijakan dividen berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan pembayaran dividen dapat berpengaruh dengan kesejahteraan pemegang saham serta mampu meningkatkan nilai perusahaan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Novita Sari (2017) yang menyatakan kebijakan dividen berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut membuktikan sebuah gagasan jika dividen yang didistribusikan perusahaan meningkat, maka nilai perusahaan akan menurun.

**Ukuran Perusahaan dengan Nilai Perusahaan.** Ukuran perusahaan dapat menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dinyatakan dengan total penjualan bersih atau total aktiva. Henri Dwi Wahyudi, Chuzaimah, dan Dani Sugiarti (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Wahyudi, Chuzaimah, dan Sugiarti (2016) menyatakan perusahaan yang lebih besar akan dapat dengan mudah mengakses pasar modal dalam memperoleh pendanaan yang lebih besar untuk perusahaannya, sehingga perusahaan mampu mempunyai rasio pembayaran dividen yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurfina Pristianingrum (2017) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga hal ini menjelaskan bahwa investor tidak mempertimbangkan ukuran perusahaan pada saat membeli **saham**.

**Profitabilitas dengan Nilai Perusahaan.** Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi nilai perusahaan. Profitabilitas merupakan gambaran kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Profitabilitas diukur dengan *Return On Equity* (ROE), yang menunjukkan tingkat pengembalian yang dihasilkan dari modal yang disediakan oleh pemilik perusahaan. Dengan kata lain, ROE dapat menunjukkan keuntungan yang akan dimiliki oleh pemegang saham. Pembuktian ini terdapat dalam pengujian profitabilitas yang dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Paminto, Setyadi, dan Sinaga, 2016). Hal ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angga Pratama dan Wiksuana (2018) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan, semakin besar profit yang diperoleh dari sebuah perusahaan tidak menjamin meningkatnya nilai dari perusahaan tersebut.

### **Pengembangan Hipotesis**

Hasil penelitian Kadek Ria Citra Dewi dan I Gede Sanica (2017), serta Maureen Erna Marius dan Indah Masri (2017) menunjukkan hasil yang positif antara tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pernyataan dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh positif tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan.

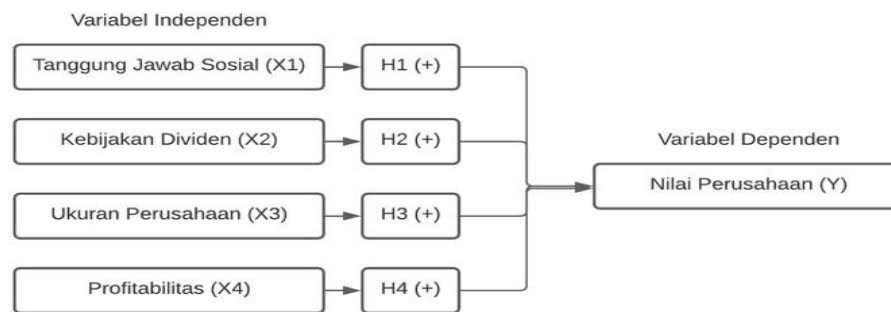
Hasil penelitian Henri Dwi Wahyudi, Chuzaimah, dan Dani Sugiarti (2016), Dwi Novitasari (2019), serta Ardi Paminto, Djoko Setyadi, dan Jhonny Sinaga (2016) menunjukkan hasil yang positif antara kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pernyataan dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh positif kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Henri Dwi Wahyudi, Chuzaimah, dan Dani Sugiarti (2016), I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016), serta Angga Pratama dan Wiksuana (2018) menunjukkan hasil yang positif antara kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pernyataan dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian Henri Dwi Wahyudi, Chuzaimah, dan Dani Sugiarti (2016), I Gusti Ngurah Gede Rudangga dan Gede Merta Sudiarta (2016), Nurfina Pristianingrum (2017), Dwi Novitasari (2019), Ardi Paminto, Djoko Setyadi, dan Jhonny Sinaga (2016), serta Ratna Novita Sari (2017) menunjukkan hasil yang positif antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan pernyataan dari hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah H<sub>4</sub>: Terdapat pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti digambarkan dibawah ini



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## Metodologi

Metodologi penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan data sekunder diperoleh dari Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2017-2019. Pemilihan sampel, metode yang digunakan adalah *purposive sampling* adalah perusahaan manufaktur dengan kriteria 1) perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2017-2019, 2) perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan secara lengkap selama periode 2017-2019, 3) perusahaan manufaktur yang tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2019, 4) perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang Rupiah selama periode 2017-2019, dan 5) perusahaan manufaktur yang melakukan pembayaran dividen selama periode 2017-2019. Jumlah seluruhnya sampel yang valid adalah 46 perusahaan.

Variabel Operasional dan pengukuran yang digunakan adalah :

Tabel 1. Variabel Operasional Dan Pengukuran

No	Variabel	Sumber	Indikator	Skala
Variabel Dependen				
1	Nilai Perusahaan	Rudangga & Sudiarta (2016)	$\frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{Nilai Buku}}$	Rasio
Variabel Independen				
1	Tanggung Jawab Sosial	Artisa dkk. (2015)	$\frac{\sum X_{ij}}{nj}$	Rasio
2	Kebijakan Dividen	Wahyudi dkk. (2016)	$\frac{\text{Dividends (or dividends per share)}}{\text{Net Income (or earnings per share)}}$	Rasio
3	Ukuran Perusahaan	Wahyudi dkk. (2016)	$\ln(\text{Total Assets})$	Rasio
4	Profitabilitas	Sari (2017)	$\frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Ekuitas}}$	Rasio

### Hasil Uji Statistik dan Kesimpulan

Hasil dari statistik deskriptif menunjukkan bahwa nilai perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 4.197805, nilai minimum 0.209100, nilai maksimum 82.444400, dan nilai standar deviasi sebesar 10.087710. Tanggung jawab sosial memiliki nilai rata-rata sebesar 0.200293, nilai minimum 0.064100, nilai maksimum 0.397400, dan nilai standar deviasi sebesar 0.074988. Kebijakan dividen memiliki nilai rata-rata sebesar 0.566372, nilai minimum 0.064400, nilai maksimum 5.000000, dan nilai standar deviasi sebesar 0.625810. Ukuran perusahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 29.076390, nilai minimum 26.260000, nilai maksimum 33.495000, dan nilai standar deviasi sebesar 1.556497. Profitabilitas memiliki nilai rata-rata sebesar 0.170628, nilai minimum 0.002000, nilai maksimum 1.399700, dan nilai standar deviasi sebesar 0.239013.

Pilihan model dalam penelitian terdiri dari *Common Effect Model* (CEM) yang merupakan model yang menggabungkan data cross section dengan time series, *Fixed Effect Model* (FEM) yang merupakan model yang menggunakan variabel dummy untuk mengetahui adanya perbedaan dari segi karakteristik baik antar individu maupun antar waktu, dan *Random Effect Model* (REM) adalah model statistik dimana parameter model adalah variabel acak.

Uji *Chow* merupakan pengujian yang membandingkan dan menentukan antara kedua model regresi data panel yang tepat, yaitu CEM dan FEM. Berdasarkan hasil dari uji *Chow*, model data panel yang terbaik untuk digunakan adalah FEM, karena nilai dari probabilitas cross-section F sebesar 0.0000. Setelah dilakukan uji *Chow*, maka selanjutnya dilakukan uji *Hausman* untuk membandingkan dan menentukan antara kedua model regresi data panel yang tepat, yaitu FEM dan REM. Berdasarkan hasil dari uji *Hausman*, model data panel yang terbaik untuk digunakan adalah REM. Penelitian ini memerlukan uji *Lagrange*

*Multiplier* karena uji *Chow* dan uji *Hausman* yang telah dilakukan menunjukkan hasil yang berbeda. Berdasarkan hasil dari uji *Lagrange Multiplier*, model data panel yang terbaik untuk digunakan adalah REM. Uji multikolinearitas merupakan pengujian untuk mendeteksi multikolinearitas antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi berganda. Berdasarkan hasil dari uji multikolinearitas, menunjukkan bahwa tidak ada data yang terdapat adanya multikolinearitas.

Uji regresi linear berganda. Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$PBV = 4.940742 + 9.8134CSRI + 0.718306DPR - 0.320786SIZE + 36.40647ROE + e$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda di atas, nilai konstanta untuk nilai perusahaan sebesar 4.940742. Hal ini menunjukkan bahwa jika nilai tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas adalah nol atau konstan, maka nilai konstanta untuk nilai perusahaan sebesar 4.940742.

Nilai koefisien dari tanggung jawab sosial adalah sebesar 9.813400. Hal ini menunjukkan bahwa jika tanggung jawab sosial mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 9.813400. Nilai koefisien dari kebijakan dividen adalah sebesar 0.718306. Hal ini menunjukkan bahwa jika kebijakan dividen mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0.718306. Nilai koefisien dari ukuran perusahaan adalah sebesar -0.320786. Hal ini menunjukkan bahwa jika ukuran perusahaan mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai perusahaan akan menurun sebesar -0.320786. Nilai koefisien dari profitabilitas adalah sebesar 36.40647. Hal ini menunjukkan bahwa jika profitabilitas mengalami peningkatan satu satuan, maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 36.40647. Hal ini berlaku dengan asumsi bahwa semua variabel lain adalah konstan.

Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) dilakukan untuk menunjukkan seberapa dekat kemampuan garis regresi dalam menerangkan variasi variabel terikat. Berdasarkan hasil dari uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ), nilai koefisien determinasi (Adjusted R-squared) adalah sebesar 0.666609. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen, yaitu nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh variabel independen seperti tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas sebesar 66.6609%. Sedangkan, sisanya yang sebesar 33.3391% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Uji F Statistik merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara independen terhadap dependen secara simultan. Hasil dari Uji F menunjukkan bahwa nilai dari Prob(F-Statistic) sebesar 0.0000. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa variabel independen seperti tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dapat mempengaruhi variabel dependen, yaitu nilai perusahaan secara simultan.

Uji t merupakan proses analisis data yang menunjukkan berapa banyak pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.



Tabel 2. Hasil Uji Statistik t

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.940742	10.540460	0.468740	0.6400
X1	9.813400	7.046125	1.392737	0.1660
X2	0.718306	0.559563	1.283691	0.2015
X3	-0.320786	0.378490	-0.847541	0.3982
X4	36.406470	2.260498	16.105510	0.0000

Sumber: Hasil pengolahan data Eviews 11 oleh peneliti.

Berdasarkan hasil uji statistik t dari tabel di atas, nilai probabilitas untuk variabel tanggung jawab sosial adalah sebesar 0.1660. Hal ini menunjukkan bahwa variabel tanggung jawab sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai probabilitas untuk variabel kebijakan dividen adalah sebesar 0.2015. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kebijakan dividen tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai probabilitas untuk variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0.3982. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai probabilitas untuk variabel profitabilitas adalah sebesar 0.0000. Hal ini menunjukkan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

### Diskusi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Tanggung jawab sosial memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena para investor di Indonesia umumnya cenderung untuk membeli saham dan menjual saham harian, tanpa mempertimbangkan keberlangsungan perusahaan secara jangka panjang. Selain itu, rendahnya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) pada perusahaan di Indonesia dan daftar pengungkapan sosial yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI) bersifat internasional, sehingga kurang sesuai dengan kondisi perusahaan di Indonesia. Kebijakan dividen memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena Investor lebih suka menerima capital gain yang tinggi dibanding dengan dividen karena capital gain dapat dikenakan pajak yang lebih rendah dibandingkan dividen. Ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena ukuran perusahaan yang besar belum tentu dapat menggambarkan bahwa perusahaan mempunyai komitmen yang tinggi untuk terus berkembang. Selain itu, kemungkinan tidak mampu memanfaatkan asetnya secara efektif, sehingga menimbulkan

penimbunan aset. Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor berupa informasi pencapaian kinerja yang telah diraih perusahaan dan prospek perusahaan yang baik. Kondisi seperti ini akan menjadi daya tarik para investor.

### Penutup

Keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini adalah jangka waktu yang digunakan untuk penelitian ini hanya sebatas tiga tahun saja yang dimulai dari tahun 2017 sampai 2019, sampel yang digunakan hanya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dan variabel independen yang digunakan hanya terbatas pada tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Berdasarkan kesimpulan diatas, saran dari peneliti untuk penelitian-penelitian selanjutnya adalah memperpanjang jangka waktu yang digunakan untuk penelitian, menggunakan sampel perusahaan pada sektor lain selain perusahaan manufaktur, menambah variabel independen yang digunakan selain tanggung jawab sosial, kebijakan dividen, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

### Daftar Rujukan/Pustaka

- Aini, A. K. (2015). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Indeks LQ45 Bursa Saham Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB UB*, 1(2), 1–14.
- Artisa, D. A., Nugrahanti, Y., & Kristanto, A. B. (2015). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Biaya Operasional dan Profitabilitas (Studi Pada Perusahaan Tekstil dan Garment yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2012). *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Papers*, 1–13.
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 2(1).
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika (Teori, konsep, dan Aplikasi dengan EViews 10) (2 ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, A. (2015). *Manajemen Keuangan Bisnis Konsep Dan Aplikasi (1 ed.)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Handriani, E., & Irianti, T. E. (2015). Investment Opportunity Set ( IOS ) Berbasis Pertumbuhan Perusahaan Dan Kaitannya Dengan Upaya Peningkatan Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, XVIII(1), 83–99.
- Hery. (2017). *Riset Akuntansi (A. Pramono, ed.)*. Jakarta: Grasindo.
- Husnan, S., & Pudjiastuti, E. (2015). *Dasar Dasar Manajemen Keuangan (7 ed.)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Marius, M. E., & Masri, I. (2017). Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 23. <https://doi.org/10.17509/jpak.v2i2.15464>

- Meivinia, L. (2018). Pengaruh Likuiditas, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(2), 377. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.1562>
- Novitasari, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). 17.
- Paminto, A., Setyadi, D., & Sinaga, J. (2016). The Effect of Capital Structure, Firm Growth and Dividend Policy on Profitability and Firm Value of the Oil Palm Plantation Companies in Indonesia. *European Journal of Business and Management*, 8(33), 123–134.
- Partha, I. G. A., & Noviari, N. (2016). Pengaruh Penghindaran Pajak Jangka Panjang Pada Nilai Perusahaan Dengan Transparansi Informasi Sebagai Variabel Pemoderasi. 2336–2362.
- Pratama, A., & Wiksuana. (2018). Pengaruh Firm Size Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 1289–1318. <https://doi.org/10.24843/eeb.2018.v07.i05.p03>
- Pristianingrum, N. (2017). Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional dan Call For Paper Ekonomi dan Bisnis (SNAPER-EBIS 2017)*, 353–364.
- Purnaya, I. G. K. (2016). *Ekonomi dan Bisnis* (C. Putri, ed.). Yogyakarta: CV ANDI OFFSET.
- Rudangga, I., & Sudiarta, G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(7), 243363.
- Sari, R. N. (2017). Pengaruh Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Return Saham Perusahaan Manufaktur Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Intervening Periode 2010-2014. *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 6(1), 88–95.
- Sartono, A. (2016). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4 ed.). Yogyakarta: BPF.
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory*, 7th Edition (7 ed.). Waterloo: Pearson.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyono, R. A. (2018). *Akuntansi Keperilakuan* (Mash, ed.). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Wahyudi, H. D., Chuzaimah, C., & Sugiarti, D. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kebijakan Deviden, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Penggunaan Indeks Lq-45 Periode 2010-2014). *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 156. <https://doi.org/10.23917/benefit.v1i2.3259>
- Widarjono, A. (2017). *Ekonometrika Pengantar dan Aplikasinya Disertai Panduan E-Views*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Wijaya, D. (2017). *Manajemen Keuangan Konsep dan Penerapannya* (T. Y. Kurniawati, ed.). Jakarta: Grasindo.