

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perkebunan Yang Go Public di Indonesia dan Malaysia

Yefni Anggraini

Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Riau

e-mail: yefnianggraini9@gmail.com

ABSTRAK

Kasus pembakaran lahan secara besar-besaran untuk pembuatan lahan menyoroti perusahaan-perusahaan perkebunan di Indonesia. Pembukaan lahan baru dengan melakukan pembakaran hutan berdampak sangat buruk, bukan hanya di Indonesia tetapi juga ke negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Kasus ini tidak sesuai dengan konsep *triple bottom lines* karena tidak memperhatikan orang-orang yang hidup di area perusahaan dan masalah lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang termasuk dalam kelompok perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh perusahaan perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia tahun 2016-2020. Metode pengambilan sampel adalah *purposive sampling* sehingga jumlah sampel adalah 16 perusahaan dengan masa observasi 5 tahun sehingga penelitian ini memiliki 80 data observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR mempengaruhi nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini hanya menganalisis sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sehingga tidak bisa menggambarkan tentang faktor-faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), profitabilitas ukuran perusahaan, nilai perusahaan

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah persepsi pemegang saham terhadap keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham (Sujoko & Soebiantoro, 2017). Nilai perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai saat ini. Nilai perusahaan yang tinggi tidak diperoleh dengan singkat, namun harus melalui tahapan yang lama sampai perusahaan itu dapat diterima dan dipercaya oleh masyarakat (Wirakusuma, 2019). Apabila perusahaan memiliki citra yang baik dimata masyarakat, maka perusahaan akan dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan, sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan dari sektor perkebunan akan cenderung memiliki dampak yang negatif terhadap lingkungan. Salah satunya adalah perusahaan perkebunan kelapa sawit yang sebagian besar aktifitasnya bergantung pada penggunaan lahan. Menurut Greenpeace (2018), satuan tugas penanganan kebakaran hutan dan lahan provinsi Sumatera Selatan mencatat terdapat 250 hektare areal yang terbakar selama Juli – Agustus 2020 (antaranews, 2020). Sedangkan menurut Pihak Parlemen Uni Eropa, Indonesia dianggap menggunakan cara produksi kelapa sawit yang tidak benar atau tidak sesuai dengan standar produksi Uni Eropa, pihak Parlemen Uni Eropa menduga

Indonesia sering melakukan pembakaran hutan demi membuka perkebunan kelapa sawit (European Parliament, 2017 dalam Kumparan, 2019)

Kasus pembakaran lahan secara besar-besaran untuk pembuatan lahan menyoroti perusahaan-perusahaan perkebunan di Indonesia. Pembukaan lahan baru dengan melakukan pembakaran hutan berdampak sangat buruk, bukan hanya di Indonesia tetapi juga ke negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia. Kasus ini tidak sesuai dengan konsep *triple bottom lines* karena tidak memperhatikan orang-orang yang hidup di area perusahaan dan masalah lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas perusahaan. Hal yang dapat dilakukan dalam mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tepat (Novita, 2019).

Suatu perusahaan harus berada pada kondisi yang menguntungkan atau profitable agar tetap dapat menjalankan kegiatan operasional. Bukan hanya informasi mengenai pertanggungjawaban sosial, nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Salah satu ukuran kinerja perusahaan yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan adalah laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Novita, 2019).

Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan (Cecilia, 2015). Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham (Agustine, 2014). Keuntungannya yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya. Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan).

Perusahaan yang memiliki total aset dengan jumlah besar akan lebih banyak mendapat perhatian investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya, serta pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan. Dalam menghadapi goncangan ekonomi, biasanya yang lebih kokoh berdiri adalah perusahaan yang berukuran besar, meskipun tidak menutup kemungkinan dialaminya kebangkrutan, sehingga investor akan lebih cenderung menyukai perusahaan berukuran besar daripada perusahaan kecil.

Beberapa penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan tidak selalu mendapatkan hasil yang tidak konsisten, seperti penelitian yang dilakukan oleh Debora (2018) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sabatini (2019) yang menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility berpengaruh negatif pada nilai perusahaan. Penelitian lainnya oleh Agustine (2014), menyimpulkan profitabilitas sebagai indikator kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap perusahaan. Karena dengan meningkatnya kinerja perusahaan akan meningkatkan ROA dan ROE yang merupakan contoh proksi dari rasio profitabilitas. Menurut Maryam (2014), ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan Maspupah (2014) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Sebagian besar penelitian terdahulu meneliti perusahaan yang berada Indonesia. Perbedaan lain dengan penelitian sebelumnya adalah digunakannya standar GRI (Global Reporting Initiative) versi G4 didalam mengukur *corporate social responsibility disclosures* di dalam penelitian ini. Periode penelitian yang digunakan yaitu 2017 sampai 2019. Alasan digunakannya standar GRI dalam penelitian ini karena pengungkapan yang terdapat di dalam

GRI bersifat internasional dan bisa digunakan untuk berbagai macam sektor dan ukuran perusahaan.

Tahun 2020 diawali dengan optimisme oleh industri sawit karena pada desember 2019 harga CPO cif Rotterdam mencapai USD 787/ ton yang mulai naik dari USD 542/ton sejak Agustus 2019 setelah pada rata-rata USD 542/ton selama Januari-Agustus 2019. Namun, Januari – Mei 2020 Harga turun dan mencapai USD 526/ton yang disebabkan antara lain: (1) Permintaan di China mulai menurun karena pengaruh Covid-19, (2) Tekanan pasokan kedelai ke China karena dagang dengan Amerika berkurang dengan panen kedelai di Brazil, dan (3) Anjloknya harga minyak bumi yang mencapai USD 27/Barel (USD 147/ton). Pada Mei 2020, China sudah pulih dari pandemi dan meningkatkan impor besar-besaran oilseed dan minyak nabati untuk memulihkan stok yang telah terkuras yang mendorong harga minyak naik (gapki.id, 2021)

Berdasarkan website databoks.katadata.co.id, sektor perkebunan terutama kelapa sawit telah menjadi primadona investasi di kedua Negara tersebut, dimana 80-95% dari kebutuhan minyak kelapa sawit dunia di produksi di Indonesia dan Malaysia. Dengan terbukanya perdagangan pasar bebas di ASEAN yaitu dengan lima elemen kunci freeflow of goods services, investments, capital, and skilled labour, perusahaan-perusahaan di sektor perkebunan harus memanfaatkan dengan sebaik-baiknya kesempatan yang ada dengan memaksimalkan nilai perusahaan untuk menarik minat para investor.

Tabel 1Ekspektasi Produksi Minyak Kelapa Sawit 2019

Negara	Produksi (ton metrik)
Indonesia	42.500.000
Malaysia	19.000.000
Thailand	2.800.000
Kolombia	1.530.000
Nigeria	970.000
Dunia	58,800,000

Sumber : databoks.katadata.co.id

Di sisi lain, isu CSR merupakan isu yang harus diperhatikan. Berdasarkan *The World Factbook* dari *Cental Intelligence Agency* (CIA), Indonesia dan Malaysia mengalami masalah lingkungan cukup serius, salah satunya deforestasi yaitu proses penghilangan hutan alam dengan cara penebangan untuk diambil kayunya atau mengubah peruntukan lahan hutan menjadi non-hutan dan polusi air. Banyaknya pembakaran hutan secara liar untuk pembukaan lahan perkebunan kelapa sawit perlu menjadi perhatian Indonesia. Karena mengakibatkan pencemaran udara atas asap dari pembakaran hutan sampai kepada negara tetangga, Malaysia. Disamping sektor perkebunan merupakan sektor yang potensial bagi investor asing, perusahaan harus memperhatikan praktik lingkungannya sehingga dapat menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dimata stakelholders.

TINJAUAN LITERATUR DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Signalling Theory

Signaling Theory adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Raynaldi, 2016). *Signalling theory* atau teori sinyal dikembangkan oleh Ross (1977) menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai

perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat (Permana, 2018).

Nilai perusahaan

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar dari saham perusahaan. Nilai pasar merupakan nilai dari saham yang berlaku dipasaran. Nilai ini ditentukan oleh kekuatan penawaran dan permintaan pasar atas saham perusahaan. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Nilai perusahaan menjadi sinyal positif bagi investor, bahwa nilai perusahaan yang tinggi mencerminkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham (Keown, 2010)).

Corporate Social Responsibility(CSR)

Menurut WBCSD (*The World Business Council for Sustainable Development*) (2000), *Corporate Social Responsibility(CSR)* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Ukuran Perusahaan

Menurut Gultom dkk (2013) dalam Akbar and Fahmi (2020) “Ukuran perusahaan menunjukkan aktivitas perusahaan yang dimiliki perusahaan”. Dengan demikian, besarnya suatu aset perusahaan maka dapat dikatakan besarnya ukuran suatu perusahaan.

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan

Signalling theory menjelaskan pengungkapan CSR adalah sinyal yang baik untuk investor dan *stakeholder*, perusahaan yang aktif dalam melaksanakan pengungkapan CSR akan menarik minat para investor sehingga permintaan terhadap saham akan meningkat dan diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan. Teori *stakeholder* dan legitimasi juga mendukung kegiatan CSR karena mengindikasikan perusahaan memperhatikan *stakeholder* dan keberadaan perusahaan di diakui oleh masyarakat (Cecillia, 2015). Penelitian Debora (2018) meneliti perusahaan perkebunan yang terdaftar di BEI periode 2008 – 2011 menjelaskan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

H₁ : Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Terdapat berbagai macam ukuran profitabilitas antara lain : laba operasi, laba bersih, tingkat pengembalian investasi atau aktiva, dan tingkat pengembalian ekuitas pemilik. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas menunjukkan keberhasilan dalam menghasilkan keuntungan. Naiknya laba bersih dapat dijadikan salah satu indikator bahwa nilai perusahaan juga naik karena naiknya laba bersih sebuah perusahaan yang bersangkutan. Hal ini akan menyebabkan kenaikan harga saham, yang sejalan juga dengan kenaikan nilai perusahaan (Nugroho, 2016). Hasil penelitian Pristianingrum (2017) menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat menghasilkan profit yang besar karena return yang diperoleh juga besar.

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui total aktiva, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aktiva perusahaan (Riyadi, 2019). 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. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Hasil penelitian Riyadi (2019) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan dapat mengembangkan usahanya dengan memenuhi kebutuhan modalnya demi meningkatkan laba dan nilai perusahaannya. Secara fundamental nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan, dimana semakin baik kinerja keuangan, maka permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₃: Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang termasuk dalam kelompok perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh perusahaan perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia tahun 2016-2020. Metode pengambilan sampel adalah purposive sampling sehingga jumlah sampel adalah 16 perusahaan dengan masa observasi 5 tahun sehingga penelitian ini memiliki 80 data observasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Adapun variabel yang digunakan sebagai berikut: Variabel Dependen (Nilai Perusahaan Y), Variabel Independen: *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X1), *profitabilitas* (X2) dan ukuran perusahaan (X3). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.64205244
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.082
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072 ^c

Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan uji Kolmogorov smirnov pada Tabel 4.2 diperoleh nilai signifikan sebesar 0,072 angka ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Hasil Uji Multikolinearitas

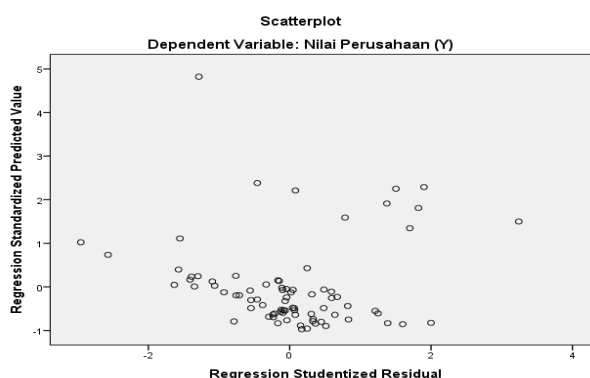
Tabel 4
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR (X1)	0.768	1.301
ROE (X2)	0.742	1.348
SIZE (X3)	0.834	1.199

Sumber: Data Olahan (2022)

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa VIF untuk seluruh variabel bebas < 10 dan begitu juga nilai tolerance $> 0,10$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari multikolinearitas.

Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Olahan (2022)

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar grafik Scatterplot di atas, terlihat bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.883 ^a	.780	.771	.65460188	1.531

a. Predictors: (Constant), SIZE (X3), CSR (X1), ROE (X2)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui nilai *Durbin Watson* sebesar 1,531 ini berarti nilai *Durbin Watson* berada pada < 1 dan > 3 ., maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini

tidak terdapat autokorelasi. Artinya bahwa variabel *independent* dalam penelitian ini tidak terganggu atau terpengaruhi oleh variabel pengganggu.

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Model Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.779	1.011		.770	.444
CSR (X1)	2.555	.980	.160	2.608	.011
ROE (X2)	7.258	.562	.807	12.911	.000
SIZE (X3)	.011	.050	.013	.223	.824

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan Tabel 6 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,779 + 2,555X_1 + 7,258 X_2 + 0,011 X_3$$

Keterangan hasil pengujian di atas dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 0,779 menunjukkan bahwa apabila variabel independen yaitu CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dianggap konstan (bernilai 0) maka nilai variabel dependen yaitu nilai perusahaan adalah sebesar -
2. Koefisien regresi (b1) CSR (X1) mempunyai nilai positif sebesar 2,555. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 poin CSR menyebabkan nilai perusahaan naik sebesar 2,555
3. Koefisien regresi (b2) profitabilitas (X2) mempunyai nilai negatif sebesar 7,258. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 poin profitabilitas menyebabkan nilai perusahaan naik sebesar 7,258.
4. Koefisien regresi (b3) ukuran perusahaan (X3) mempunyai nilai negatif sebesar 0,011. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap kenaikan 1 poin ukuran perusahaan menyebabkan nilai perusahaan naik sebesar 0,011.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

1. Pengaruh CSR (X₁) terhadap Nilai Perusahaan (Y) Hipotesis 1

Hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini adalah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.555 nilai ini lebih besar dari t_{tabel} (t_{tabel} (1,992) dengan nilai P_{value} $0,011 < 0,05$. Nilai t positif sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya variabel CSR (X₁) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Y)

2. Pengaruh profitabilitas (X₂) terhadap Nilai Perusahaan (Y) Hipotesis 2

Hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini adalah profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 12.911 nilai ini lebih besar dari t_{tabel} 1,992 dengan nilai P_{value} $0,000 < 0,05$. sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima artinya variabel profitabilitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Y)

3. Pengaruh Ukuran Perusahaan (X₃) terhadap Nilai Perusahaan (Y) Hipotesis 3

Hipotesis 3 yang diajukan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 6 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,223 nilai ini lebih kecil dari t_{tabel} 1,992 dengan nilai P_{value} $0,824 > 0,05$. sehingga H_0 ditolak

dan H_a diterima artinya variabel ukuran perusahaan (X_3) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Y)

Uji F (Hipotesis 4)

Tabel 7
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	115.243	3	38.414	89.647	.000 ^b
	Residual	32.566	76	.429		
	Total	147.809	79			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

b. Predictors: (Constant), SIZE (X_3), CSR (X_1), ROE (X_2)

Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan tabel di atas hasil pengolahan data menunjukkan hasil nilai F hitung sebesar 89,647 > F tabel (2,72) dan signifikansi pada $0,000 < 0,05$. . Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.780	.771	.65460188

a. Predictors: (Constant), SIZE (X_3), CSR (X_1), ROE (X_2)

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Sumber: Data Olahan (2022)

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,771 atau 77,1 %. Artinya, CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 77,1 %. Sedangkan sisanya 28,9 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan. Ini berarti bahwa semakin tinggi CSR maka nilai perusahaan akan semakin meningkat pula. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor perkebunan yang *go public* di Indonesia dan Malaysia Tahun 2016-2020. Berpengaruhnya CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa dengan adanya pengungkapan CSR, perusahaan dapat menciptakan citra yang baik bagi perusahaan sehingga menimbulkan penilaian positif dari konsumen yang mampu meningkatkan loyalitas mereka terhadap produk yang dihasilkan perusahaan. Semakin baik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* maka makin tinggi pula loyalitas konsumen yang akan berdampak pada peningkatan penjualan yang dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan

CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor.

Teori sinyal menjelaskan dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal. Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu informasi tersebut adalah tentang aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Jogiyanto (2017) nilai suatu perusahaan juga dapat ditingkatkan dan dipertahankan melalui pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan baik pengungkapan informasi yang bersifat *financial* maupun non *financial*. Informasi yang dikeluarkan tersebut akan memberikan sinyal positif bagi pengguna yang nantinya akan meningkatkan harga saham perusahaan dan nilai perusahaan juga pada akhirnya akan meningkat.

Rustiarini (2010), menyatakan bahwa perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan informasi tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Perusahaan yang memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang baik akan direspon positif oleh investor melalui peningkatan harga saham. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Debora (2018) yang menjelaskan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan menunjukkan adanya pengaruh positif signifikan. Ini berarti bahwa semakin tinggi profitabilitas maka nilai perusahaan akan semakin meningkat pula. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sektor perkebunan yang terdaftar di BEI dan Bursa Malaysia Tahun 2016-2020. Berpengaruhnya profitabilitas terhadap nilai perusahaan disebabkan profit atau laba yang tinggi memberikan prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Semakin baik profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik dimata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan 2015). Dengan meningkatnya harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Nilai profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba dalam kondisi yang menguntungkan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Semakin besar keuntungan yang diperoleh semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya, dan hal ini berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Dengan rasio profitabilitas yang tinggi yang dimiliki sebuah perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan, hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Hasil penelitian Pristianingrum (2017) menyatakan bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai profitabilitas tinggi akan mendapatkan dana yang cukup sehingga kinerja perusahaan dapat meningkat dan akan

berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang dapat menghasilkan profit yang besar karena return yang diperoleh juga besar

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini berarti bahwa besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini diduga perusahaan perkebunan yang *go public* di Indonesia dan Malaysia merupakan perusahaan yang tergolong besar. selanjutnya juga diduga disebabkan secara fundamental nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan, dimana semakin baik kinerja keuangan, maka permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan sebagai besar kecilnya perusahaan dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui totalturnover, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aktiva perusahaan (Riyadi, 2019).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Riyadi (2019) menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Perusahaan dapat mengembangkan usahanya dengan memenuhi kebutuhan modalnya demi meningkatkan laba dan nilai perusahaannya. Secara fundamental nilai perusahaan dipengaruhi oleh kinerja keuangan, dimana semakin baik kinerja keuangan, maka permintaan saham meningkat, harga saham naik, dan akhirnya meningkatkan nilai perusahaan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Secara Simultan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara simultan CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Besarnya pengaruh CSR, profitabilitas, dan ukuran sebesar 77,1 %. Sedangkan sisanya 28,9 % dipengaruhi oleh faktor lain.

Menurut Sujana (2017) kondisi financial perusahaan ternyata tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan akan terjamin jika perusahaan memperhatikan dimensi social dan lingkungan sehingga perusahaan bertanggung jawab atas aktivitas yang dilakukannya kepada para pemegang saham. 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.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas sebagai ukuran kinerja perusahaan ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan perusahaan. Jika perusahaan mampu meningkatkan laba, menggambarkan perusahaan tersebut mampu berkinerja dengan baik sehingga dapat menciptakan tanggapan yang positif dari investor dan juga meningkatkan harga saham perusahaan tersebut. (Sudiarta, 2016).

Faktor lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan nilai perusahaan akan meningkat. Perusahaan yang berukuran besar biasanya lebih kuat dalam menghadapi guncangan ekonomi, sehingga investor cenderung menyukai perusahaan berukuran besar dari pada perusahaan kecil.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Cecilia (2014) menunjukkan hasil bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan

KETERBATASAN PENELITIAN

Terdapat beberapa hal yang menjadi keterbatasan yang harus dipertimbangkan ketika mengevaluasi hasil penelitian ini. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah: Sampel penelitian ini hanya terbatas 16 perusahaan yang memenuhi kriteria penelitian. Penelitian ini hanya menganalisis sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sehingga tidak bisa menggambarkan tentang faktor-faktor lain di luar penelitian.

KESIMPULAN

Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia Tahun 2016-2020, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan memberikan sinyal positif sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia Tahun 2016-2020, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas maka semakin meningkat nilai perusahaan. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perkebunan yang go public di Indonesia dan Malaysia Tahun 2016-2020, hal ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya perusahaan tidak mampu mempengaruhi perusahaan. Hal ini diduga ukuran perusahaan tidak menjadi ukuran bagi investor untuk melakukan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Devi, H. R, Utomo, S,W& Murwani, J (2019). Pengaruh Rasio Profitabilitas Likuiditas, dan Leverage Terhadap struktur Modal pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. Paper Presented at the FIVA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi
- Gery Rangga Permana (2018) Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Return Saham Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di BEI Periode 2013-2017, Skripsi Universitas Muhammadiyah Magelang Tahun 2018
- Ila P. (2018) Analisis Asymmetric Information Terhadap Pembiayaan Mudharabah Dan Penanganannya Pada Pt Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karan. Program Studi: Perbankan Skripsi. Universitas Islam Negeri (UIN) RADEN Intan Lampung
- Khumairoh, et al. 2016. Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Garment dan textile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011- 2015). Syaria Paper Accounting FEB UMS.
- Novita, I. (2019) Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Annual Report Serta Pengaruh Political Visibility Dan Economic Performance PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)

- Sabatini, K. & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajerial Laba sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, Vol. 14, No. 1,
- Said, dan Jusmansyah, M. (2019). Analisis Pengaruh Current Ratio, Return On Equity, Total Asset Turn Over dan Ukuran Perusahaan terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2013-2017). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, Vol. 8(1), pp. 1-20.
- Sujoko & Soebiantoro, U. (2017). Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham, Leverage, Faktor Interen dan Faktor Ekstern terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*
- Theobaldo Wilyantara. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016 Skripsi, FE. Hasanuddin Makassar
- UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. (UMKM).
- Vira, & Wirakusuma. (2019). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility pada nilai perusahaan dengan good corporate governance sebagai pemoderasi, *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*.