

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN
PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA
PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR
DI BEI PERIODE 2016-2021**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)
Program Study Akuntansi Manajemen*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

Nama : YULIA MAHARANI
NPM : 1905170009
Program Studi : AKUNTANSI

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Kamis, tanggal 27 Juli 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama Lengkap : YULIA MAHARANI
N.P.M : 1905170009
Program Studi : AKUNTANSI
Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2016-2021

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(Assoc. Prof. Dr. Hj. ZULIA HANUM, S.E., M.Si.)

Penguji II

(M. FIRZA ALPI, S.E, M.Si.)

Pembimbing

(IRFAN, SE., M.M., Ph.D.)

Panitia Ujian

Ketua



(Assoc. Prof. Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

Sekretaris

(Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : Yulia Maharani

N.P.M : 1905170009

Program Studi : AKUNTANSI

Konsentrasi : AKUNTANSI MANAJEMEN

Judul Skripsi : *PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2016-2021.*

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Juni 2023

Pembimbing Skripsi

(IRFAN. SE., M.M., Ph.D.)

Diketahui/Disetujui

Oleh:

Ketua Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

Prof. Dr. ZULIA HANUM, S.E., M.Si.)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU

(Assoc. Prof. Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

BERITA ACARA PEMBIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Yulia Maharani
NPM : 1905170009
Dosen Pembimbing : Irfan. SE., M.M., Ph.D
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2021.

Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1			
Bab 2			
Bab 3			
Bab 4	Deskripsi data auditor, dan perubahan		
Bab 5	Keimpulan & saran		
Daftar Pustaka	Perubahan - masalah		
Persetujuan Sidang Meja Hijau	ter. Cindy Mega fiza		

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi

(Assoc. Prof. Dr. Zulia Hanum, S.E., M.Si.)

Medan, Juni 2023
Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing

(Irfan. SE., M.M., Ph.D)

SURAT PERNYATAAN
PENELITIAN/SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yulia Maharani
NPM : 1905170009
Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Akuntansi
Judul Penelitian : Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2021

Menyatakan bahwa :

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal/Makalah/Skripsi dan Penghunjukkan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 18 Juli 2023

Pembuatan Pernyataan



YULIA MAHARANI

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi pada saat pengajuan judul.
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

ABSTRAK

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2016-2021

YULIA MAHARANI

Program Studi Akuntansi Manajemen

Email :

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan, dan untuk menguji dan menganalisis Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Perbankan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2021 dan sampel dari penelitian pada perusahaan Perbankan sebanyak 13 perusahaan dengan 6 tahun pengamatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistic deskriptif, analisis Regresi Linear Berganda, Uji Parsial, Uji Determinan. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021 dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.

Kata Kunci : Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan

ABSTRACT

THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND COMPANY SIZE ON COMPANY VALUE IN REGISTERED BANKING COMPANY IN IDX 2016-2021 PERIOD

YULIA MAHARANI

Management Accounting Study Program

Email :

The purpose of this study is to test and analyze the effect of Corporate Social Responsibility partially on Firm Value, and to test and analyze Company Size partially on Firm Value in Banking Companies listed on the IDX. The population used in this study were all banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2021 and samples from research on banking companies were 13 companies with 6 years of observation. The data collection technique used in this research is documentation. The analysis technique used in this study is descriptive statistics, multiple linear regression analysis, partial test, determinant test. The results of the study show that Corporate Social Responsibility (CSR) has no significant effect on company value at banking companies listed on the IDX in 2016-2021 and company size has a significant effect on company value in banking companies listed on the IDX in 2016-2021.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Company Size and Company Value

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT dan Rasulullah SAW karena atas segala limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.AK) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Dalam penulisan skripsi ini penulis mencoba untuk memberikan gambaran tentang **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2016-2021”**

Selama penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh dukungan bantuan, bimbingan, serta doa yang tidak pernah henti-hentinya dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya yang selalu memberikan karunianya kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Teristimewah kepada orang tua penulis Ayah Sahban Maruli dan Ibu Mahia Siregar yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.

Penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr.Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Bapak Dr. H. Januri, SE., M.M., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
3. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Zulia Hanum, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi Akuntansi.
4. Bapak Riva Ubar Harahap, SE., M.Si., Ak., CA., CPA selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Irfan, SE., MM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah memberikan masukan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen beserta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Dan terahir kepada Estiani, Rodiana, Intan Ramadhani, Arif, Tommi, Adelia.

Penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca.

Waassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Medan, Juni 2023

Penulis

YULIA MAHARANI
1905170009

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Batasan Masalah.....	11
1.4 Rumusan Masalah	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Nilai Perusahaan	13
2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan.....	13
2.1.1.2 Jenis – Jenis Nilai Perusahaan.....	14
2.1.1.3 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan	16
2.1.1.4 Faktor Mempengaruhi Nilai Perusahaan.....	16
2.1.1.5 Standar Pengukuran Nilai Perusahaan	17

2.1.2	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	18
2.1.2.1	Pengertian <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	18
2.1.2.2	Manfaat <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	20
2.1.2.3	Teori Perlakuan Akuntansi (<i>CSR</i>).....	23
2.1.2.4	Alasan Perusahaan Melaksanakan (<i>CSR</i>)	24
2.1.2.5	Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	25
2.1.2.6	Indikator <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	25
2.1.2.7	Faktor-Faktor Mempengaruhi (<i>CSR</i>)	28
2.1.2.8	Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	28
2.1.3	Ukuran Perusahaan	29
2.1.3.1	Pengertian Ukuran Perusahaan.....	29
2.1.3.2	Klasifikasi Ukuran Perusahaan	30
2.1.3.3	Jenis-jenis Pengukuran perusahaan	31
2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3	Kerangka Berpikir Konseptual.....	34
2.4	Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III	METODE PENELITIAN	38
3.1	Jenis Penelitian	38
3.2	Definisi Operasional Variabel.....	38
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	39
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.6	Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia.....	48
4.1.2 Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia.....	51
4.1.3 Struktur Organisasi	52
4.1.4 Deskripsi Perusahaan Sektor Perbankan	53
4.1.5 Deskripsi Data	60
4.1.6 Statistik Deskriptif	65
4.2 Analisis Data.....	66
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	66
4.2.2 Regresi Linear Berganda	69
4.2.3 Uji Hipotesis	70
4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)	71
4.3 Pembahasan	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Rasio CSR, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Waktu Penelitian	37
Tabel 3.3 Kriteria Sampel Penelitian	38
Tabel 3.4 Daftar Nama Perusahaan Menjadi Sampel Penelitian	38
Tabel 4.1 Data Perhitungan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	57
Tabel 4.2 Data Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	59
Tabel 4.3 Data Perhitungan Nilai Perusahaan.....	61
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	64
Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.8 Uji Parsial.....	67
Tabel 4.9 Koefisien Determinasi.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	34
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bursa Efek Indonesia (BEI)	49
Gambar 4.2 Grafik <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	58
Gambar 4.3 Grafik Ukuran Perusahaan	60
Gambar 4.4 Grafik Nilai Perusahaan	61
Gambar 4.5 Grafik Normal P-Plot	64
Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas	66

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah.

Bursa Efek Indonesia membagi kelompok industri-industri perusahaan berdasarkan sektor-sektor yang di kelolanya terdiri dari : sektor pertanian, sektor pertambangan, sektor industri dan kimia, sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, sektor properti, sektor infrastruktur, sektor keuangan, dan sektor perdagangan jasa investasi. Sektor keuangan adalah salah satu kelompok perusahaan yang ikut berperan aktif dalam pasar modal karena sektor keuangan merupakan sektor riil dalam perekonomian Indonesia. Sektor keuangan di bursa

efek indonesia terbagi menjadi lima subsektor yang terdiri dari perbankan, lembaga pembiayaan, perusahaan efek, perusahaan asuransi dan lain-lain.

Berdasarkan UU NO. 7 tahun 1992 tentang perbankan menyebutkan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak.

Setiap perusahaan pada dasarnya memiliki tujuan yang jelas. Pada umumnya semua perusahaan memiliki dua tujuan yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memperoleh laba, sedangkan tujuan jangka panjang perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan (Sartini dkk, 2014). Nilai perusahaan menjadi salah satu faktor bagi para investor untuk berinvestasi. Sehingga manajer keuangan sangat berperan penting dalam memaksimalkan nilai perusahaan dari setiap keputusan keuangan yang diambil karena setiap keputusan akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Dengan baiknya nilai perusahaan maka perusahaan akan dipandang baik oleh investor, demikian pula sebaliknya (Jufrizen dan Asfa, 2015). Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh sebuah perusahaan setelah melalui serangkaian kegiatan operasional sejak perusahaan tersebut didirikan hingga saat ini. Semakin tinggi nilai perusahaan, maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima para pemegang saham.

Nilai perusahaan yang optimal akan dicapai dengan mengkombinasikan fungsi – fungsi dari manajemen keuangan. Satu keputusan keuangan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan yang lainnya, sehingga nantinya akan

berdampak pula terhadap nilai perusahaan (Afzal dan Rohman, 2012, dalam Sartini dkk, 2014).

Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi tersendiri bagi perusahaan. Karena dengan meningkatnya nilai perusahaan akan berdampak baik bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Nilai perusahaan juga sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tetapi juga di masa yang akan datang. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan maka perusahaan juga memaksimalkan tujuan utamanya.

Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan *Price to Book Value (PBV)*. Rasio ini merupakan rasio antara harga saham terhadap nilai bukunya. *Price to Book Value (PBV)* yang semakin besar menunjukkan harga pasar dari saham tersebut semakin tinggi pula. Jika harga pasar dari suatu saham semakin tinggi, maka *capital gain (actual return)* juga akan semakin tinggi (Andansari, 2016). Harga saham yang semakin tinggi akan meningkatkan nilai perusahaan.

Perusahaan bertanggung jawab atas semua yang telah mereka terima dari lingkungan sosialnya dalam suatu laporan pertanggungjawaban sosial, lebih dari sekedar suatu kewajiban moral yang selama ini berlaku di masyarakat. Bentuk pertanggungjawaban dapat diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunan yaitu pada bagian Tanggung Jawab Sosial Perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) (Ardila, 2019)

Corporate Social Responsibility sebagai konsep akuntansi yang baru adalah transparansi pengungkapan sosial atas kegiatan atau aktivitas sosial yang

dilakukan oleh perusahaan, dimana transparansi informasi yang diungkapkan tidak hanya informasi keuangan perusahaan, tetapi perusahaan juga diharapkan mengungkapkan informasi mengenai dampak sosial dan lingkungan hidup yang diakibatkan aktivitas perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan di sekitar wilayah aktivitas perusahaan itu berada. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR-disclosure*) merupakan sebuah informasi yang diungkapkan oleh manajemen, sebagai sinyal kepada stakeholder tentang aktifitas yang berkaitan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap sosial dan lingkungan (Devita, 2015).

Penerapan CSR secara perlahan tidak lagi dianggap sebagai cost melainkan sebagai investasi perusahaan. *Corporate Social Responsibility* atau yang disingkat dengan CSR menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif di mata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan (Nahda & Harjito, 2011).

Selain *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan juga mempengaruhi nilai perusahaan, dimana Ukuran perusahaan dapat diartikan sebagai suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan besar atau kecil dari berbagai sudut pandang, salah satunya dinilai dari besar kecilnya aset yang dimiliki 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 goncangan ekonomi, sehingga investor cenderung menyukai perusahaan berukuran besar daripada perusahaan kecil (Pristianingrum, 2017).

Ukuran perusahaan dinilai mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal, sehingga perusahaan cenderung memiliki sumber dana yang lebih banyak guna menunjang kegiatan operasionalnya. Sehingga perusahaan dapat lebih banyak mendapatkan peluang memperoleh laba yang lebih tinggi. Dengan semakin tingginya perolehan laba akan meningkatkan harga saham perusahaan yang pada ujungnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Gultom et al., 2013).

Alasan memilih perusahaan perbankan dalam penelitian ini yaitu pada perusahaan perbankan yang menawarkan saham di Bursa Efek Indonesia, Sektor perbankan adalah salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek cukup cerah di masa mendatang, karena saat ini kegiatan masyarakat Indonesia sehari-hari tidak lepas dari jasa perbankan dan perusahaan perbankan merupakan perusahaan yang mempunyai kontribusi yang cukup besar terhadap pendapatan negara.

Bursa Efek Indonesia telah menjadi bagian penting dalam suatu perekonomian Indonesia. Selain dalam pendanaan yang diperoleh dari sektor perbankan, pasar modal pada Bursa Efek Indonesia dapat menjadi suatu alternatif pendanaan bagi semua sektor perusahaan di Indonesia yang memungkinkan bagi para pemodalnya untuk dapat membuat pilihan atas suatu investasi yang diinginkan sesuai dengan risiko dan tingkat keuntungan yang diharapkan. Berikut akan disajikan tabel dari data keuangan untuk perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Rasio CSR, Ukuran Perusahaan dan Nilai Perusahaan Sektor Perbankan Di BEI 2016– 2021

Kode Perusahaan	Tahun	CSR	Ukuran Perusahaan	Nilai Perusahaan (PBV)
Bank BNI	2016	0,286	20,22	1,19
	2017	0,571	20,38	1,83
	2018	0,571	20,51	1,58
	2019	0,571	20,56	1,3
	2020	0,571	20,61	1,0
	2021	0,571	20,69	0,99
Bank BRI	2016	0,571	20,73	2,04
	2017	0,571	20,84	2,68
	2018	0,571	20,98	2,57
	2019	0,571	21,07	2,59
	2020	0,571	21,14	2,57
	2021	0,571	21,24	1,73
Bank BTN	2016	0,571	19,18	1,02
	2017	0,571	19,38	1,75
	2018	0,571	19,54	1,16
	2019	0,571	19,56	1,27
	2020	0,571	19,70	0,91
	2021	0,571	19,73	0,85
Bank Mandiri	2016	0,571	20,76	1,77
	2017	0,714	20,84	2,2
	2018	0,714	20,91	1,95
	2019	0,714	21,00	1,71
	2020	0,571	21,08	1,41
	2021	0,571	21,27	1,47

Sumber : www.idx.co.id

Berdasarkan dari tabel dapat dilihat bahwa pada perusahaan perbankan BNI untuk *Corporate Social Responsibility* pada tahun 2016-2017 mengalami kenaikan sebesar 0,285 dimana jumlah pada tahun 2016 sebesar 0,286 menjadi 0,571 pada tahun 2017. Nilai perusahaan juga mengalami kenaikan sebesar 0,64 yang mana pada

tahun 2016 sebesar 1,19 menjadi 1,83 pada tahun 2017. Pada tahun 2018-2021 *Corporate Social Responsibility* stabil tidak mengalami kenaikan maupun penurunan yaitu sebesar 0,571. Nilai perusahaan tahun 2018-2019 mengalami penurunan sebesar 0,28 di tahun 2018 1,58 menjadi 1,3 tahun 2019. Di tahun 2020-2021 nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,01 dari 2020 sebesar 1,0 menjadi 0,99 di tahun 2021.

Pada perusahaan bank BRI *Corporate Social Responsibility* dari tahun 2016-2021 stabil yaitu sebesar 0,571 begitu juga dengan nilai perusahaan yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun.

Untuk perusahaan bank BTN *Corporate Social Responsibility* stabil tidak ada penurunan maupun peningkatan yaitu sebesar 0,571, untuk nilai perusahaan dia mengalami peningkatan dan juga penurunan. Di tahun 2016-2017 nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,73 dari 1,02 di tahun 2016 jadi 1,75 di tahun 2017, tahun 2018-2019 nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,11 dimana 2018 sebesar 1,16 dan 2019 sebesar 1,27, di tahun 2020-2021 nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,06 yang mana tahun 2020 sebesar 0,91 menjadi 0,85 di tahun 2021.

Perusahaan bank Mandiri *Corporate Social Responsibility* 2016-2017 mengalami peningkatan dari 0,571 menjadi 0,714 yaitu sebesar 0,143, nilai perusahaan mengalami peningkatan 0,43, tahun 2018-2019 *Corporate Social Responsibility* tetap yaitu 0,714, nilai perusahaan mengalami penurunan 0,24 dari 2018 sebesar 1,95 jadi 1,71 di tahun 2019, *Corporate Social Responsibility* tahun 2020-2021 tetap yaitu sebesar 0,571 nilai perusahaannya mengalami peningkatan yaitu sebesar 0,06 dimana pada tahun 2020 sebesar 1,41 dan di tahun 2021 sebesar 1,47

Sedangkan ukuran perusahaan pada perusahaan perbankan bank BNI tahun 2016-2017 *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan sebesar 0,16 dimana dari tahun 2016 berjumlah sebesar 20,22 menjadi 20,38, Nilai perusahaan juga mengalami kenaikan sebesar 0,64 yang mana pada tahun 2016 sebesar 1,19 menjadi 1,83 pada tahun 2017, di tahun 2018-2019 ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,05 yang mana sebelumnya di tahun 2018 sebesar 20,51 menjadi 20,56 di tahun 2019, Nilai perusahaan tahun 2018-2019 mengalami penurunan sebesar 0,28 di tahun 2018 1,58 menjadi 1,3 tahun 2019. Pada tahun 2020-2021 ukuran perusahaan mengalami peningkatan dimana di tahun 2020 sebesar 20,61 kemudian di tahun 2021 menjadi 20,69 berarti mengalami peningkatan sebesar 0,08.

Perusahaan perbankan bank BRI ukuran perusahaan tahun 2016-2017 mengalami peningkatan sebesar 0,11 dimana pada tahun 2016 sebesar 20,73 menjadi 20,84 di tahun 2017, nilai perusahaan mengalami peningkatan dari tahun 2016 sebesar 2,04 menjadi 2,68 pada tahun 2017, di tahun 2018-2019 ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,09 dimana tahun 2018 jumlahnya sebesar 20,98 dan 2019 jadi 21,07, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,02, tahun 2020-2021 ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,1 dimana tahun 2020 sebesar 21,14 menjadi sebesar 21,24 di tahun 2021, nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,84 dimana nilai perusahaan pada tahun 2020 sebesar 2,57 kemudian mengalami penurunan menjadi sebesar 1,73.

Pada perusahaan perbankan bank BTN ukuran perusahaan di tahun 2016-2017 mengalami peningkatan sebesar 0,2 dimana tahun 2016 sebesar 19,18 kemudian di tahun 2017 menjadi sebesar 19,38, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,73 dari 1,02 di tahun 2016 jadi 1,75 di tahun 2017, tahun 2018-2019 ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,02 dimana tahun 2018 nilai perusahaan berjumlah 19,54 kemudian mengalami peningkatan di tahun 2019 menjadi sebesar

19,56, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,11 dimana 2018 sebesar 1,16 dan 2019 sebesar 1,27, ukuran perusahaan di tahun 2020-2021 mengalami peningkatan sebesar 0,03 dari tahun 2020 sebesar 19,70 menjadi sebesar 19,73 di tahun 2021, nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,06 yang mana tahun 2020 sebesar 0,91 menjadi 0,85 di tahun 2021.

Di perusahaan perbankan bank Mandiri ukuran perusahaan di tahun 2016-2017 mengalami peningkatan sebesar 0,08 dimana di tahun 2016 ukuran perusahaan sebesar 20,76 kemudian mengalami peningkatan menjadi sebesar 20,84, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,43, ukuran perusahaan di tahun 2018-2019 mengalami peningkatan sebesar 0,09, nilai perusahaan mengalami penurunan sebesar 0,24, ukuran perusahaan di tahun 2020-2021 mengalami penurunan sebesar 0,19, nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 0,06.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada perusahaan bank BNI untuk *Corporate Social Responsibility* ditahun 2017 sampai tahun 2020 mengalami peningkatan sedangkan untuk nilai perusahaan di beberapa tahun tersebut mengalami penurunan, begitu juga pada perusahaan bank Mandiri ditahun 2017 sampai tahun 2019 untuk *Corporate Social Responsibility* mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan, dimana dengan menurunnya nilai perusahaan menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mampu membuat perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Menurut hasil penelitian (Martatilova & Djuitaningsih, 2012) menyatakan bahwa dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh hasil penelitian (Abdullah et al., 2017) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2016

Sedangkan untuk ukuran perusahaan pada perusahaan bank BNI untuk tahun 2018 dan tahun 2019 mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan, begitu juga yang terjadi pada perusahaan bank BRI dan BTN untuk tahun 2021 mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan, hal ini menunjukkan bahwa besarnya suatu perusahaan tidak mampu menjamin dalam pengembangan usaha yang dijalankan oleh perusahaan, terbukti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan. Menurut (Dewi & Wirajaya, 2013) dari hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin besar ukuran maka akan semakin besar pula nilai perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan. Meningkatnya harga saham perusahaan menandakan adanya peningkatan nilai Perusahaan (Pantow et al., 2015).

Penelitian ini juga pernah diteliti oleh (Lovianda & Ibrahim, 2018) dimana hasil analisis menunjukkan bahwa CSR dan Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan dari uraian diatas sangat penting dalam pengukuran nilai perusahaan dengan menggunakan CSR, Ukuran perusahaan maka penulis tertarik untuk mengangkat judul mengenai “ **Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Periode 2016-2021** ”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang dikemukakan diidentifikasi masalah adalah:

1. Beberapa perusahaan tahun 2016-2021 CSR perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan.
2. Beberapa perusahaan tahun 2016-2021 ukuran perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan yang mengalami penurunan
3. Beberapa perusahaan tahun 2016-2021 pada nilai perusahaan mengalami penurunan.

1.3 Batasan Masalah

Nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan *price book value* (PBV) dan penelitian ini dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Sektor Perbankan periode 2016 sampai tahun 2021

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI?
2. Apakah ada pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat dibuat tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social*

Rensponsibility secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI.

4. Untuk menguji dan menganalisis Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, baik bagi peneliti. Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah :

5. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan gambaran dan pemahaman mengenai kondisi *Corporate Social Rensponsibility*, Ukuran Perusahaan dan nilai perusahaan.

6. Manfaat Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh manajemen perusahaan sebagai suatu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

7. Manfaat Bagi Akademis,

Penelitian ini dapat dijadikan perbandingan dan tambahan referensi yang dapat digunakan sebagai bahan bagi penelitian selanjutnya dengan penelitian yang sama.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi para investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan. Tingkat keberhasilan perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan juga tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada masa yang akan datang. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan. Dengan memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Kepercayaan tersebut dapat diperoleh setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun didirikan sampai dengan saat ini. Masyarakat menilai dengan bersedia membeli saham perusahaan dengan harga tertentu sesuai dengan persepsi dan keyakinannya. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat (Jannah, dkk 2019).

Nilai perusahaan juga tercermin dari harga saham, dimana jika harga saham perusahaan menurun maka nilai perusahaan juga menurun, sehingga hal ini berdampak pada penurunan kemakmuran pemegang saham dan peningkatan risiko

yang akan dihadapi perusahaan dimasa yang akan datang (Efni dkk, 2011). Nilai perusahaan mencerminkan besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan sangatlah penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Semakin besar nilai perusahaan maka semakin besar pula kemakmuran yang didapatkan oleh pemegang saham (Pertiwi dkk, 2016).

Perusahaan memiliki tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan atau kekayaan bagi pemegang saham. Adapun yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan memaksimalkan nilai sekarang melalui aktivitas perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang. Saham merupakan instrument investasi yang banyak dipilih oleh para investor, karena saham dapat memberikan tingkat keuntungan yang menarik bagi para investor. Nilai perusahaan tergambar dari harga saham yang stabil, atau bahkan dalam jangka panjang mengalami kenaikan, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. (Jannah dkk, 2019).

Dari beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap sebuah perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham.

2.1.1.2 Jenis – Jenis Nilai Perusahaan

Beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan adalah (Christiawan dan Tarigan, 2012) :

1. Nilai Nominal

Nilai nominal adalah nilai yang tercantum secara formal dalam

anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif.

2. Nilai Pasar

Nilai pasar adalah sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham. Nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham.

3. Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan di kemudian hari.

4. Nilai Buku

Nilai buku adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan dasar konsep akuntansi. Secara sederhana dihitung dengan membagi selisih antara total aktiva dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

5. Nilai Likuidasi

Nilai likuidasi adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung dengan cara yang sama dengan menghitung nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi. Jika mekanisme pasar berfungsi dengan baik, maka harga saham tidak mungkin berada dibawah nilai likuidasi. Karena nilai likuidasi ini hanya dihitung bila

perusahaan akan dilikuidasi maka investor bisa menggunakan nilai buku sebagai pengganti untuk tujuan yang sama yaitu memperkirakan batas bawah harga saham. Sehingga nilai buku dapat digunakan sebagai batas aman mengukur nilai perusahaan untuk keperluan investasi.

2.1.1.3 Tujuan dan Manfaat Nilai Perusahaan

Menurut Sudana (2015: 9) Memaksimalkan nilai perusahaan dinilai lebih tepat sebagai tujuan perusahaan karena :

1. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan nilai sekarang dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham dari semua keuntungan yang akan diterima oleh pemegang saham di masa yang akan datang.
2. Mempertimbangkan faktor risiko
3. Memaksimalkan nilai perusahaan lebih menekankan pada arus kas daripada sekedar laba menurut pengertian akuntansi
4. Memaksimalkan nilai perusahaan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial.

2.1.1.4 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Menurut (Rinnaya dkk, 2016) terdapat banyak faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal bersifat *controllable* artinya dapat dikendalikan oleh perusahaan, seperti kinerja perusahaan, keputusan keuangan, struktur modal, biaya ekuitas, dan faktor lainnya. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa tingkat suku bunga, fluktuasi nilai valas, dan keadaan pasar modal.

Menurut (Nahda & Harjito, 2011) *Corporate Social Responsibility* atau yang disingkat dengan CSR menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap kepentingan pihak-pihak lain secara lebih luas dari pada hanya sekedar kepentingan perusahaan saja. CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan untuk memperbaiki masalah sosial dan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan, CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi jangka panjang perusahaan dalam rangka membangun legitimasi sosial dan citra positif di mata publik yang dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan sehingga secara tidak langsung akan mempengaruhi nilai perusahaan

Ukuran perusahaan dinilai mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal, sehingga perusahaan cenderung memiliki sumber dana yang lebih banyak guna menunjang kegiatan operasionalnya. Sehingga perusahaan dapat lebih banyak mendapatkan peluang memperoleh laba yang lebih tinggi. Dengan semakin tingginya perolehan laba akan meningkatkan harga saham perusahaan yang pada ujungnya akan meningkatkan nilai perusahaan (Gultom et al., 2013).

2.1.1.5 Standar Pengukuran Nilai Perusahaan

Untuk mengukur nilai perusahaan dapat menggunakan *Price to Book Value* dimana rasio ini menunjukkan perbandingan antara harga saham dengan nilai buku ekuitas perusahaan. *Price to Book Value* sering digunakan dalam menentukan nilai suatu saham relatif terhadap harga sahamnya. PBV adalah rasio keuangan yang digunakan untuk membandingkan nilai

buku perusahaan dengan harga pasar saat ini. Nilai buku adalah istilah akuntansi yang menunjukkan bagian dari perusahaan yang dimiliki oleh pemegang saham, dengan kata lain, total asset berwujud perusahaan dikurangi total kewajibannya (Sari, 2016).

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung rasio nilai pasar atau nilai buku atau *Price Book Value* (PBV) adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{MPS}{BPS}$$

(Fahmi, 2014)

Keterangan:

PBV = *Price Book Value*

MPS = *Market Price Per Share* atau Harga Pasar per saham

BPS = *Book Price per share* atau nilai buku per saham

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

2.1.2.1 Pengertian Corporate Social Responsibility (CSR)

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) is about how companies manage the business processes to produce an overall positive impact to society. Definisi ini pada dasarnya berangkat dari filosofi bagaimana mengelola perusahaan baik sebagian maupun keseluruhan memiliki dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya. Perusahaan harus mampu mengelola operasi bisnisnya dengan

menghasilkan produk yang berorientasi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan (Hadi, 2014).

Menurut (Suharto, 2010) mengemukakan pendapatnya mengenai definisi *Corporate Social Responsibility (CSR)*. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan profesional.

Menurut (Ardianto & Machfudz, 2011) yang mengemukakan pendapatnya mengenai pengertian *Corporate Social Responsibility (CSR)*. merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memerhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomis, sosial, dan lingkungan.

Menurut (Wahyudi & Azheri, 2010) berpendapat bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan sebuah komitmen perusahaan untuk melaksanakan kewajibannya didasarkan atas keputusan untuk mengambil kebijakan dan tindakan dengan memperhatikan para stakeholder dan lingkungan dimana perusahaan melakukan aktivitasnya yang berlandaskan pada ketentuan hukum yang berlaku.

Dari definisi maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan tetap mengedepankan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan.

2.1.2.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Suatu perusahaan dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR), harus memberikan perhatian kepada tiga (tiga) hal yaitu laba, lingkungan dan masyarakat. Laba perusahaan, dapat memberikan deviden bagi pemegang saham dengan mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan pengembangan usaha di masa depan, sertamembayar pajak kepada pemerintah. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipandang sebagai aset strategis dan kompetitif bagi perusahaan di tengah iklim bisnis yang semakin sarat kompetisi. Perusahaan yang menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR), diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek namun juga turut berkontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Menurut (Susanto, 2010) Terdapat berbagai manfaat yang dapat diperoleh dalam menjalankan *Corporate Social Responsibility* (CSR) khususnya dilihat dari sisi perusahaan yaitu:

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan yang tidak pantas yang diterima perusahaan
2. Sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk yang diakibatkan suatu krisis
3. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan, karena karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya,

4. *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para stakeholder-nya. Meningkatkan penjualan seperti yang terungkap dalam riset Roper *Search World wide*, yaitu bahwa konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten menjalankan tanggung jawab sosialnya sehingga memiliki reputasi yang baik.

Sementara itu, menurut (Mursitama, 2011) manfaat eksternal dan internal yang dapat diperoleh perusahaan dari penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai berikut adalah:

1. Manfaat internal

- a. Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan hukum yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial. Hal ini menyangkut pemberian pelayanan yang baik kepada pihak eksternal atau pemangku kepentingan eksternal.
- b. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan satu bentuk differensiasi produk yang baik, artinya, sebuah produk yang memenuhi persyaratan-persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggungjawab secara sosial. Sangat diperlukan kesesuaian antara berbagai aktifitas sosial dengan karakteristik perusahaan yang juga khas. Karakteristik ini mempunyai ekspektasidari para pemangku kepentingan tentang bagaimana seharusnya perusahaan bertindak.

- c. Melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan membuka kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara publik merupakan instrument untuk komunikasi yang baik dengan khalayak. Pada gilirannya semua akan membantu menciptakan reputasi image perusahaan yang lebih baik.
 - d. Kontribusi *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap kinerja perusahaan akan dapat terwujud paling tidak dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (rewards) atas tingkah laku positif dari perusahaan. Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaring pengaman” atau safety nets bagi perusahaan (Mursitama, 2011).
2. Manfaat eksternal
- a. Pengembangan aktifitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia. Aktifitas tersebut butuh praktik-praktik ketenagakerjaan yang bertanggung jawab sosial.
 - b. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan pemasok berjalan dengan baik.
 - c. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
 - d. Kinerja keuangan perusahaan, terutama harga saham bagi perusahaan yang telah go public, menjadi lebih baik.

2.1.2.3 Teori Perlakuan Akuntansi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang memiliki manfaat ekonomik yang cukup di masa datang, perlakuan akuntansinya adalah sebagai pengeluaran investasi (aset) dan harus diamortisasi selama taksiran umur manfaat ekonomisnya. Menurut (Lako, 2011) Biaya-biaya tersebut dilaporkan di neraca dalam kelompok investasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sedangkan untuk biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tidak atau kurang memiliki potensi manfaat ekonomik yang cukup pasti di masa depan, perlakuan akuntansinya adalah sebagai pengeluaran beban atau kerugian dan dilaporkan dalam laporan laba-rugi pada kelompok biaya operasional atau biaya kontinjen.

Menurut (Hadi, 2014) Dilihat dari kemanfaatan biaya sosial terdapat kemanfaatan jangka pendek dan jangka panjang serta terdapat pengakuan yang memiliki potensi ekonomi di masa depan, maka biaya tanggungjawab dikategorikan *current expenditure* dan *capital expenditure*. Menurut ISAK 3 menyatakan bahwa apabila biaya tanggungjawab sosial tidak bisa dikaitkan dengan perolehan suatu aktiva, maka biaya tersebut harus dibebankan pada saat terjadinya dengan menggunakan dasar akrual. Pengeluaran *current expenditure* termasuk pada jenis biaya ini. Perlakuan biaya sosial tidak dibebankan pada saat dibayar, melainkan pada saat terdapat kewajiban konstruktif atau legal pada Perseroan, yang muncul ketika pada saat keputusan RUPS atau Direksi menetapkan besarnya biaya sosial dan lingkungan. Pengeluaran jangka panjang (*capital expenditure*) dan pengeluarannya yang terkait dengan perolehan aktiva tetap baik berwujud maupun tidak berwujud, Perseroan wajib melakukan kapitalisasi dan mencatatnya sebagai beban harga perolehan aktiva tetap.

2.1.2.4 Alasan Perusahaan Melaksanakan *Corporate Social Responsibility*

(CSR)

Terdapat 3 (tiga) alasan penting mengapa suatu perusahaan harus melaksanakan (CSR). Hal ini, khususnya terkait dengan perusahaan ekstraktif antara lain:

1. Pertama, perusahaan merupakan bagian dari masyarakat dan oleh karenanya wajar bila perusahaan memperhatikan kepentingan masyarakat. Perusahaan harus menyadari bahwa mereka beroperasi dalam satu tatanan lingkungan masyarakat. Kegiatan sosial berfungsi sebagai kompensasi atau upaya timbal balik atas penguasaan sumber daya alam atau sumber daya ekonomi oleh perusahaan yang kadang bersifat ekspansif dan eksploratif, disamping sebagai kompensasi sosial karena timbul keresahan pada masyarakat.
2. Kedua, kalangan bisnis dan masyarakat sebaiknya memiliki hubungan yang bersifat simbiosis mutualisme. Tujuannya adalah untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat, setidaknya izin untuk melakukan operasi yang sifatnya kultural. Wajar bila perusahaan juga dituntut untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, sehingga bisa tercipta harmonisasi hubungan bahkan pendongkrakan citra dan performa perusahaan.
3. Ketiga, kegiatan (CSR) merupakan salah satu cara untuk meredam atau bahkan menghindarkan konflik sosial. Potensi konflik itu bisa berasal akibat dari dampak operasional perusahaan atau akibat kesenjangan struktural dan ekonomis yang timbul antara masyarakat dengan komponen perusahaan (Wibisono, 2010)

2.1.2.5 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Hadi, 2014) mengurai prinsip-prinsip (CSR) menjadi 3 (tiga) yaitu :

1. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktifitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan.
2. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktifitas yang telah dilakukan.
3. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman khususnya informasi dan pertanggungjawaban.

2.1.2.6 Indikator *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut (Wibisono, 2010) Indikator-indikator menurut Sembiring yang terdiri dari 7 item sebagai berikut :

1. Lingkungan
 - a. Pengendalian polusi kegiatan operasi, pengeluaran riset dan pengembangan untuk mengurangi polusi.
 - b. Operasi perusahaan tidak mengakibatkan polusi atau memenuhi ketentuan hukum dan peraturan polusi.
 - c. Pernyataan yang menunjukkan bahwa polusi operasi telah atau akan dikurangi.

- d. Pencegahan atau perbaikan kerusakan lingkungan akibat pengelolaan sumber alam, misalnya reklamasi daratan atau reboisasi.
 - e. Konservasi sumber alam, misalnya mendaur ulang kaca, besi, minyak, air dan kertas.
 - f. Penggunaan material daur ulang
 - g. Menerima penghargaan berkaitan dengan program lingkungan Merancang fasilitas yang harmonis dengan lingkungan.
 - h. Kontribusi dalam seni yang bertujuan untuk memperindah lingkungan.
 - i. Kontribusi dalam pemugaran bangunan sejarah.
2. Energi
 - a. Menggunakan energi secara lebih efisien dalam kegiatan operasi.
 - b. Memanfaatkan barang bekas untuk memproduksi energi.
 - c. Penghematan energi sebagai hasil produk daur ulang.
 - d. Membahas upaya perusahaan dalam mengurangi konsumsi energi.
 - e. Peningkatan efisiensi energi dan produk.
3. Kesehatan dan Keselamatan Kerja
 - a. Mengurangi polusi, iritasi, atau resiko dalam lingkungan kerja.
 - b. Mempromosikan keselamatan tenaga kerja dan kesehatan fisik atau mental.
 - c. Mengungkapkan statistik kecelakaan kerja.
 - d. Mentaati peraturan standar kesehatan dengan keselamatan kerja.
 - e. Menerima penghargaan berkaitan dengan keselamatan kerja.
 - f. Menetapkan suatu komite keselamatan kerja.
4. Lain-lain Tentang Tenaga Kerja

- a. Perekrutan atau memanfaatkan tenaga kerja wanita / orang cacat.
 - b. Mengungkapkan tujuan penggunaan tenaga kerja wanita / orang cacat dalam pekerjaan.
 - c. Program untuk kemajuan tenaga kerja wanita/orang cacat.
 - d. Pelatihan tenaga kerja melalui program tertentu di tempat kerja.
 - e. Memberikan bantuan keuangan pada tenaga kerja bidang pendidikan.
 - f. Mendirikan suatu pusat pelatihan tenaga kerja.
 - g. Mengungkapkan jumlah staff, masa kerja dan kelompok usia mereka.
 - h. Mengungkapkan statistik tenaga kerja.
 - i. Mengungkapkan kualifikasi tenaga kerja yang direkrut.
 - j. Mengungkapkan rencana kepemilikan saham oleh tenaga kerja.
 - k. Mengungkapkan rencana pembagian keuntungan lain.
5. Produk
- a. Pengungkapan informasi pengembangan produk perusahaan, termasuk pengemasan.
 - b. Pengungkapan informasi atas keselamatan produk perusahaan;
 - c. Pengungkapan informasi mutu produk yang dicerminkan dalam penerimaan penghargaan;
 - d. Informasi yang dapat diverifikasi bahwa mutu produk telah meningkat.
6. Keterlibatan Masyarakat
- a. Sumbangan tunai, produk, pelayanan untuk mendukung aktivitas masyarakat, pendidikan dan seni;
 - b. Tenaga kerja paruh waktu dari mahasiswa/pelajar;
 - c. Sebagai sponsor untuk proyek kesehatan masyarakat;

- d. Membantu riset medis;
7. Umum
- a. Pengungkapan tujuan/kebijakan perusahaan secara umum berkaitan dengan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat;
 - b. Informasi berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan selain yang disebutkan diatas.

2.1.2.7 Faktor-Faktor Mempengaruhi *Corporate Social Responsibility*

Menurut (Rusdianto, 2013) menjelaskan ada banyak hal yang membuat perusahaan mengungkapkan CSR-nya, yaitu:

1. Keinginan mematuhi persyaratan yang terdapat dalam undang-undang.
2. Pertimbangan rasionalitas ekonomi.
3. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan.
4. Keinginan untuk memenuhi persyaratan peminjaman.
5. Pemenuhan kebutuhan informasi pada masyarakat.
6. Sebagai konsekuensi atas ancaman terhadap legitimasi perusahaan.
7. Untuk mendapatkan penghargaan pelaporan tertentu.

2.1.2.3 Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Implementasi (CSR) yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan dan profil resiko serta kondisi operasional masing-masing perusahaan. Banyak perusahaan yang telah melibatkan diri dalam aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan pelanggan, karyawan, komunitas dan lingkungan sekitar, merupakan titik awal yang baik menuju (CSR) yang lebih luas. Pelaksanaan (CSR) dapat dilaksanakan menurut

prioritas yang didasarkan pada ketersediaan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Adapun pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebagai berikut:

$$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

- CSRDI_j : *Corporate social responsibility disclosure index* perusahaan j
 N_j : Jumlah item untuk perusahaan j, n_j 78
 X_{ij} : 1 jika item yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan dan 0 jika item yang diungkapkan tidak ada

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total aset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Menurut (Brigham & Houston, 2010) ukuran perusahaan adalah sebagai berikut : “Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”. Menurut (Hartono, 2017) ukuran perusahaan (*firm size*) adalah sebagai berikut : “besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungannilai logaritma total aktiva”.

Ukuran perusahaan menunjukkan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan. Menurut (Torang, 2016) adalah : “Ukuran organisasi adalah menentukan jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam

usaha mencapai tujuan”. (Khasanah, 2019) mengatakan bahwa: “ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kinerja sosial perusahaan karena perusahaan yang besar mempunyai pandangan yang lebih jauh, sehingga lebih berpartisipasi dalam menumbuhkan kinerja sosial perusahaan”.

Firm size is the number of assets owned by the company, large assets owned by the company must be used optimally, so that it affects the value of the company which results in a high share price compared to its book value and vice versa if large assets are not used optimally then the value of the company will decrease or the stock price will be low compared to its book value (Sihombing, Astuty, & Irfan, 2021)”.

Ukuran perusahaan dapat dilakukan untuk mencerminkan skala besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun (Hanum & Manullang, 2022). Dalam hal ini asset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar asset biasanya perusahaan tersebut semakin besar (Basri & Dahrani, 2017).

Dari definisi tersebut maka penulis menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang ditunjukkan oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, sehingga mempengaruhi kinerja sosial perusahaan dan menyebabkan tercapainya tujuan perusahaan.

2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 Tahun 2008 dibagi kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

1. “Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau Swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

2.1.3.3 Jenis-jenis Pengukuran perusahaan

Menurut (Hartono, 2017) pengukuran perusahaan adalah sebagai berikut: “Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”. Menurut (Harahap, 2015)

pengukuran ukuran perusahaan adalah : “Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu”.

Menurut (Rudangga & Sudiarta, 2015) “Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang di miliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan, dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan”. $Size = \text{Log Total Aktiva}$

Menurut (Lina, 2013) Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural total asset. Skala pengukurannya adalah skala rasio skala Rasio.

Pengukuran variable ukuran perusahaan adalah sebagai berikut :

Ukuran Perusahaan = Ln Total Aktiva

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, dengan tempat dan waktu penelitian yang berbeda, yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
(Lovianda & Ibrahim, 2018)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada	Variabel Independen terdiri dari Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Ukuran Perusahaan Variabel Dependen	Hasil analisis menunjukkan bahwa: Berdasarkan hasil uji secara simultan corporate social responsibility dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan

	Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan Gas Bumi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)	terdiri dari Nilai Perusahaan	pertambahan sub sektor minyak dan gas bumi yang terdaftar di bursa efek periode 2010-2015
(Abdullah et al., 2017)	Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Interest Based Debt (IBD) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2016	Variabel Independen terdiri dari Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Interest Based Debt (IBD) Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil dari pengujian hipotesis didalam penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan pada Nilai Perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan, sedangkan Interest Based Debt berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
(Pristianingrum, 2017)	Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen terdiri dari Ukuran, Profitabilitas, Dan Pengungkapan CSR Variabel Dependen terdiri Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan; variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan; dan secara keseluruhan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas dan pengungkapan CSR berpengaruh secara bersama sama terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
(Rahma et al., 2017)	Pengaruh CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen terdiri CSR, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan corporate social responsibility, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, corporate social responsibility, profitabilitas, ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara parsial leverage

			berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
(Loekito & Setiawati, 2021)	Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019	Variabel Independen terdiri Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Variabel Dependen terdiri dari Nilai Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan karena rendahnya pengungkapan yang dilakukan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol ketiga berpengaruh pada nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel kontrol keempat berpengaruh pada nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Berpikir Konseptual

Penelitian adalah suatu hubungan antara konsep satu dengan konsep lainnya dari masalah yang akan diteliti. Kerangka konsep digunakan untuk menjelaskan tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka konseptual membantu menjelaskan hubungan antara variabel.

2.3.1 Keterkaitan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Wahyuni, 2018). Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan kemungkinan turut membentuk persepsi investor terhadap perusahaan, dimana perusahaan yang mengungkapkan CSR nya lebih luas akan dinilai lebih baik oleh para investor.

Tanggung jawab sosial perusahaan dikenal dengan istilah *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). *Corporate Sosial Responsibility* bukan hanya sekedar kegiatan amal dengan memberikan sumbangan dana untuk kegiatan- kegiatan sosial. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan image perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akancenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Menurut (Martatilova & Djuitaningsih, 2012) dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan yang berorientasi pasar karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Lovianda & Ibrahim, 2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan Gas Bumi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)

2.3.2 Keterkaitan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan

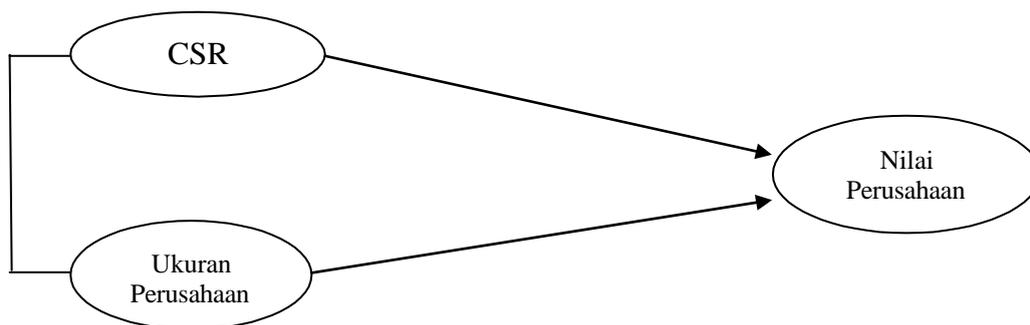
Ukuran perusahaan mencerminkan besar kecilnya total aset atau penjualan bersih yang dimiliki perusahaan. Dengan semakin besar total aset atau tingginya tingkat penjualan menandakan ukuran perusahaan tersebut besar (Lestari,Dahrani, Purnama, & Jufrizen, 2021). Ukuran perusahaan yang besar cenderung memiliki arus kas yang positif, sehingga perputaran aset perusahaan lancar menandakan kegiatan operasional yang optimal yang dapat dilihat dari penjualan.

Penjualan yang tinggi dianggap memiliki prospek yang baik untuk jangka panjang, sehingga investor cenderung tertarik untuk membeli saham perusahaan. Ketika ukuran perusahaan tinggi maka nilai perusahaan akan tinggi yang dapat mengakibatkan kepercayaan dari para investor karena mereka percaya bahwa perusahaan dapat mengembalikan dana yang telah diinvestasikan ke perusahaan dapat mendapatkan pengembalian keuntungan yang diinginkan oleh investor.

Menurut (Dewi & Wirajaya, 2013) semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan. Meningkatnya harga saham perusahaan menandakan adanya peningkatan nilai Perusahaan (Pantow et al., 2015)

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Pristianingrum, 2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.

Price Book Value (PBV) merupakan perbandingan antara harga pasar dan nilai buku saham. Untuk perusahaan yang berjalan dengan baik, menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih besar dari nilai bukunya. Semakin tinggi rasio PBV semakin tinggi perusahaan dinilai dari para pemodal relatif dibandingkan dengan dana yang ditanamkan oleh perusahaan. Berdasarkan latar belakang masalah dan tinjauan teoritis yang telah diuraikan maka kerangka konseptual dari penelitian ini adalah :



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.4 Hipotesis Penelitian

Sebuah hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap suatu persoalan yang dimaksud sebagai tuntutan sementara dalam penelitian untuk mencari jawaban (Sugiyono, 2016). Adapun hipotesis sebagai berikut:

1. Ada pengaruh *Corporate Social Responsibility* secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI.
2. Ada pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perbankan yang terdaftar di BEI

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, karena penelitian ini disajikan dengan angka-angka dengan metode asosiatif. Hal ini sesuai dengan pendapat (Suharsimi, 2016) yang mengemukakan penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan hasilnya.

Menurut (Juliandi, Irfan, & Manurung, 2014) Penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui suatu hubungan antara dua variabel atau lebih. Dimana penelitian yang dilakukan dengan menggunakan dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dimana variabel bebas yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan, dan variabel terikat terdiri dari Nilai Perusahaan.

3.2 Definisi Operasional Variabel

Defensi operasional adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini defenisi operasional yang diukur tiga variabel bebas *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dan nilai perusahaan sebagai variabel terikat:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Rumus	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) (X ₁)	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan tetap mengedepankan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan	$CSRDI_j = \frac{\sum X_{ij}}{nj}$	Rasio
Ukuran perusahaan (X ₂)	Ukuran perusahaan (<i>firm size</i>) adalah “besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/ besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva	Ukuran Perusahaan = Ln Total Aktiva	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap sebuah perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham	$PBV = \frac{MPS}{BPS}$ Sumber : Fahmi (2014)	Rasio

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara empiris dengan data dari Bursa Efek Indonesia untuk perusahaan Perbankan tahun 2016-2021. Penelitian yang dilakukan di Bursa Efek Indonesia khususnya untuk perusahaan perbankan melalui media internet dengan menggunakan situs www.idx.co.id dan situs lainnya bila diperlukan dalam pengumpulan data.

Penelitian ini direncanakan di bulan Desember 2022 sampai dengan Mei 2023 dengan perencanaan waktu seperti yang tertera di bawah ini:

Tabel 3. 1
Rincian Waktu Penelitian

No	Aktivitas penelitian	Februari 2023				Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan proposal																								
2	Pembimbingan proposal																								
3	Seminar proposal																								
4	Penyempurnaan proposal																								
5	Pengumpulan data																								
6	Penyusunan skripsi (laporan penelitian)																								
7	Pembimbingan skripsi																								
8	Siding meja hijau																								

3.4 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, yaitu data yang dapat dinyatakan dengan jumlah atau banyaknya sesuatu yang diteliti. Populasi merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan (Sugiyono, 2016). Poulasi merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan denganapa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan (Lesmana, 2018). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan Perbankan yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2021 sebanyak 46 perusahaan.

2. Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016) sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel digunakan apabila peneliti tidak mampu menggunakan semua anggota populasi sebagai subjek penelitian, misalnya karena adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Anggota populasi yang diambil sebagai sampel harus mampu mewakili seluruh anggota populasi sehingga hasil penelitian terhadap populasi tetap menghasilkan kesimpulan yang valid.

Prosedur pemilihan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik yang menggunakan kriteria tertentu untuk penentuan sampel yang dipilih agar sesuai dengan karakteristik yang dibutuhkan dalam analisis. Populasi yang akan dijadikan sampel adalah populasi yang memenuhi kriteria dalam pengambilan sampel. Berikut kriteria sampel yang akan digunakan adalah:

- a. Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 -2021
- b. Perusahaan sektor perbankan yang mengungkapkan data tahunan untuk tahun 2016 - 2021.
- c. Perusahaan sektor perbankan yang mengeluarkan data *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk tahun 2016 - 2021

Tabel 3.3
Kriteria Sampel Penelitian

No.	Kriteria Pengembalian Sampel	Jumlah
1.	Perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di BEI pada tahun 2016 – 2021	46
2.	Perusahaan sektor perbankan yang mengungkapkan data tahunan untuk tahun 2016 - 2021	42
3.	Perusahaan sektor perbankan yang mengeluarkan data <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) untuk tahun 2016 – 2021	13
4.	Jumlah Sampel	13
5.	Tahun Pengamatan	6
Jumlah sampel dengan tahun pengamatan penelitian		78

Sumber : data diolah

Tabel 3.4
Daftar Nama Perusahaan Menjadi Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kriteria		
		1	2	3
1.	BBCA - PT Bank Central Asia Tbk	√	√	√
2.	BBRI - PT Bank Rakyat Indonesia Tbk	√	√	√
3.	BBNI - PT Bank Negara Indonesai Tbk	√	√	√
4.	BMRI - PT Bank Mandiri Tbk	√	√	√
5.	BRIS - PT Bank Syariah Indonesia Tbk	√	√	-
6.	BBTN - PT Bank Tabungan Negara Tbk	√	√	√

7.	BBKP - PT Bank KB Bukopin Tbk	√	√	√
8.	AGRO - PT Bank Raya Indonesia Tbk	√	√	-
9.	BJTM - PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk	√	√	-
10.	BTPS - PT Bank BTPN Syariah Tbk	√	√	-
11.	ARTO - PT Bank Jago Tbk	√	√	-
12.	BJBR - PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat	√	√	-
13.	BBYB - PT Bank Neo Commerce Tbk	√	√	-
14.	BABP - PT Bank MNC Internasional Tbk	√	√	-
15.	BNGA - PT Bank CIMB Niaga Tbk	√	√	-
16.	BANK - PT Bank Aladin Syariah Tbk	√	-	-
17.	BACA - PT Bank Capital Indonesia Tbk	√	√	√
18.	BDMN - PT Bank Danamon Tbk	√	√	√
19.	BGTG - PT Bank Ganesha Tbk	√	√	-
20.	BNLI - PT Bank Permata Tbk	√	√	√
21.	PNBS - PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	√	√	-
22.	BEKS - PT Bank Pembangunan Daerah Banten Tbk	√	√	-
23.	BNBA - PT Bank Bumi Arta Tbk	√	√	-
24.	BNII - PT Bank Maybank Indonesia Tbk	√	√	√
25.	BTPN - PT Bank BTPN Tbk	√	√	√
26.	MCOR - PT Bank China Constr. Tbk	√	√	-
27.	PNBN - PT bank Pan Indonesia Tbk	√	√	-
28.	BVIC - PT Bank Victoria Intl. Tbk	√	√	-
29.	INPC - PT Bank Artha Graha Internasional Tbk	√	-	-
30.	BKSW - PT Bank QNB Indonesia Tbk	√	√	-
31.	AMAR - PT Bank Amar Indonesia Tbk	√	√	-
32.	MEGA - PT Bank Mega Tbk (Tdk ada terdaftar)	√	-	-
33.	NISP - PT Bank OCBC NISP Tbk	√	√	√
34.	AGRS - PT Bank IBK Indonesia Tbk	√	√	-
35.	BSIM - PT Bank Sinarmas Tbk	√	√	√
36.	DNAR - PT Bank Oke Indonesia Tbk	√	√	-
37.	BINA - PT Bank Ina Perdana Tbk	√	√	-
38.	NOBU - PT Bank Nationalnobu Tbk	√	√	-
39.	MAYA - PT Bank Mayapada Tbk	√	√	-
40.	BMAS - PT Bank Maspion Indonesia Tbk	√	√	-
41.	MASB - PT Bank Multiarta Sentosa Tbk	√	-	-
42.	BCIC - PT Bank Trust Indonesia Tbk	√	√	-
43.	BBSI - PT Bank Bisnis Internasional Tbk	√	√	-
44.	SDRA - PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk	√	√	-
45.	BBMD - PT Bank Mestika Dharma Tbk	√	√	-
46.	BSWD - PT Bank of India Indonesia Tbk	√	√	-

Sumber : www.idx.com

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sebagai bahan penelitian ini berupa studi dokumentasi yang merupakan langkah paling utama dalam penelitian yang cenderung menggunakan data sekunder, karena tujuan utama dari

penelitian adalah mendapatkan data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang bersumber dari data sekunder. Sumber data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dengan mengambil data-data yang berasal dari hasil riset yang dilakukan pada laporan keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar Bursa Efek Indonesia.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut, dengan rumus-rumus dibawah ini :

1. Statistik Deskriptif

Analisis data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskriptif suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum (Ghozali, 2013). Dalam penelitian ini statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai variabel penelitian serta ringkasan data-data penelitian seperti keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan *profit margin* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, dependent variable dan independent variable keduanya mempunyai distribusi

normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013). Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

1) Uji Histogram

Grafik histogram menempatkan gambar variabel dependent sebagai sumbu vertikal sedangkan nilai residual terstandarisasi dari sumbu horizontal data. Data dikatakan normal jika bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderungimbang atau jika garis membentuk lonceng dan ditengah. Data dikatakan tidak normal jika garis membentuk lonceng dan miring ke kiri dan ke kanan.

2) *Uji Probability Plot (P-Plot)*

Normal probability plot dilakukan dengan cara membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan garis diagonal dari kiri bawah ke kanan atas. Distribusi kumulatif dari data sesungguhnya digambarkan dengan plotting. Uji normalitas dapat dilihat dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada P-Plot of Regression Standardized Residual melalui SPSS, dimana :

- a) Jika titik data sesungguhnya menyebar berada di sekitar garis diagonal maka data tersebut terdistribusi normal.
- b) Jika titik data sesungguhnya menyebar normal berada jauh dari garis diagonal maka data tidak terdistribusi normal.

- 3) *Uji Kolmogorof Smirnov (K-S)* Uji ini dilakukan untuk mengetahui data normal atau tidak, dapat dilihat dari nilai profitabilitasnya. Data dikatakan normal jika nilai K-S adalah $\text{Asymp.Sing (2 Tailed)} > 0.05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan dengan variabel independen lainnya dalam suatu model regresi, atau untuk mengetahui ada tidaknya korelasi di antara sesama variabel independen. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1, dan untuk nilai VIF kurang dari 10 (Ghozali, 2013).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas itu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi dengan residualnya, adapun dasar untuk menganalisisnya adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang serta titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda (*multiple regresional analysis*). Dalam analisis regresi, selain mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2013). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y	= Nilai Perusahaan
X ₁	= <i>Corporate Social Responsibility</i>
X ₂	= Ukuran Perusahaan
b ₁ , b ₂	= Koefisien regresi
e	= Variabel pengganggu

3. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Dimana uji t mencari t_{hitung} dan membandikan dengan t_{tabel} apakah variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan atau tidak dengan variabel dependen. Menghitung nilai signifikan t dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana: t	= Nilai t_{hitung}
r	= Koefisien korelasi
n	= Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

4. Uji Determinan (R^2)

Uji determinan (R^2) pada intinya mengukur ketepatan atau kecocokan garis regresi yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap hasil yang diperoleh. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Rumus untuk mengukur besarnya proporsi adalah:

$$KD = R^2 \times 100 \%$$

Dimana: KD = Koefisien Determinan.
 R^2 = Kuadrat Korelasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Bursa Efek Indonesia

Secara historis, pasar modal telah hadir jauh sebelum Indonesia merdeka. Pasar modal atau bursa efek telah hadir sejak jaman kolonial Belanda dan tepatnya pada tahun 1912 di Batavia. Pasar modal ketika itu didirikan oleh pemerintah Hindia Belanda untuk kepentingan pemerintah kolonial atau VOC.

Meskipun pasar modal telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah. Secara singkat, tonggak perkembangan pasar modal di Indonesia dapat dilihat sebagai berikut:

1. 14 Desember 1912 : Bursa Efek pertama di Indonesia dibentuk di Batavia oleh Pemerintah Hindia Belanda.
2. 1914 – 1918 : Bursa Efek di Batavia ditutup selama Perang Dunia I

3. 1925 – 1942 : Bursa Efek di Jakarta dibuka kembali bersama dengan Bursa Efek di Semarang dan Surabaya
4. Awal tahun 1939 : Karena isu politik (Perang Dunia II) Bursa Efek di Semarang dan Surabaya ditutup.
5. 1942 – 1952 : Bursa Efek di Jakarta ditutup kembali selama Perang Dunia
6. 1952 : Bursa Efek di Jakarta diaktifkan kembali dengan UU Darurat Pasar Modal 1952, yang dikeluarkan oleh Menteri kehakiman (Lukman Wiradinata) dan Menteri keuangan (Prof.DR. Sumitro Djojohadikusumo).
Instrumen yang diperdagangkan: Obligasi Pemerintah RI (1950)
7. 1956 : Program nasionalisasi perusahaan Belanda. Bursa Efek semakin tidak aktif
8. 1956 – 1977 : Perdagangan di Bursa Efek vakum.
9. 10 Agustus 1977 : Bursa Efek diresmikan kembali oleh Presiden Soeharto. BEJ dijalankan dibawah BAPEPAM (Badan Pelaksana Pasar Modal). Tanggal 10 Agustus diperingati sebagai HUT Pasar Modal. Pengaktifan kembali pasar modal ini juga ditandai dengan go public PT Semen Cibinong sebagai emiten pertama.
10. 1977 – 1987 : Perdagangan di Bursa Efek sangat lesu. Jumlah emiten hingga 1987 baru mencapai 24. Masyarakat lebih memilih instrumen perbankan dibandingkan instrumen Pasar Modal.
11. 1987 : Ditandai dengan hadirnya Paket Desember 1987 (PAKDES 87) yang memberikan kemudahan bagi perusahaan untuk melakukan Penawaran Umum dan investor asing menanamkan modal di Indonesia.

12. 1988 – 1990 : Paket deregulasi dibidang Perbankan dan Pasar Modal diluncurkan. Pintu BEJ terbuka untuk asing. Aktivitas bursa terlihat meningkat.
13. 2 Juni 1988 : Bursa Paralel Indonesia (BPI) mulai beroperasi dan dikelola oleh Persatuan Perdagangan Uang dan Efek (PPUE), sedangkan organisasinya terdiri dari broker dan dealer.
14. Desember 1988 : Pemerintah mengeluarkan Paket Desember 88 (PAKDES88) yang memberikan kemudahan perusahaan untuk go public dan beberapa kebijakan lain yang positif bagi pertumbuhan pasar modal.
15. 16 Juni 1989 : Bursa Efek Surabaya (BES) mulai beroperasi dan dikelola oleh Perseroan Terbatas milik swasta yaitu PT Bursa Efek Surabaya.
16. 13 Juli 1992 : Swastanisasi BEJ. BAPEPAM berubah menjadi Badan Pengawas Pasar Modal. Tanggal ini diperingati sebagai HUT BEJ.
17. 22 Mei 1995 : Sistem Otomasi perdagangan di BEJ dilaksanakan dengan sistem computer JATS (*Jakarta Automated Trading Systems*).
18. 10 November 1995 : Pemerintah mengeluarkan Undang – Undang No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal. Undang- Undang ini mulai diberlakukan mulai Januari 1996.
19. 1995 : Bursa Paralel Indonesia merger dengan Bursa Efek Surabaya.
20. 2000 : Sistem Perdagangan Tanpa Warkat (*scripless trading*) mulai diaplikasikan di pasar modal Indonesia.
21. 2002 : BEJ mulai mengaplikasikan sistem perdagangan jarak jauh (*remote trading*).

22. 2007 : Penggabungan Bursa Efek Surabaya (BES) ke Bursa Efek Jakarta (BEJ) dan berubah nama menjadi Bursa Efek Indonesia (BEI).

Bursa Efek Indonesia (disingkat BEI, atau Indonesia Stock Exchange (IDX)) merupakan bursa hasil penggabungan dari Bursa Efek Jakarta (BEJ) dengan Bursa Efek Surabaya (BES). Demi efektivitas operasional dan transaksi, Pemerintah memutuskan untuk menggabung Bursa Efek Jakarta sebagai pasar saham dengan Bursa Efek Surabaya sebagai pasar obligasi dan derivatif. Bursa hasil penggabungan ini mulai beroperasi pada 1 Desember 2007.

BEI menggunakan sistem perdagangan bernama Jakarta Automated Trading System (JATS) sejak 22 Mei 1995, menggantikan sistem manual yang digunakan sebelumnya. Sistem JATS ini sendiri direncanakan akan digantikan sistem baru yang akan disediakan OMX. Bursa Efek Indonesia berpusat di Kawasan Niaga Sudirman, Jl. Jend. Sudirman 52-53, Senayan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

4.1.2 Visi dan Misi Bursa Efek Indonesia

1. Visi

“Menjadi Bursa yang kompetitif dengan kredibilitas tingkat dunia”

2. Misi

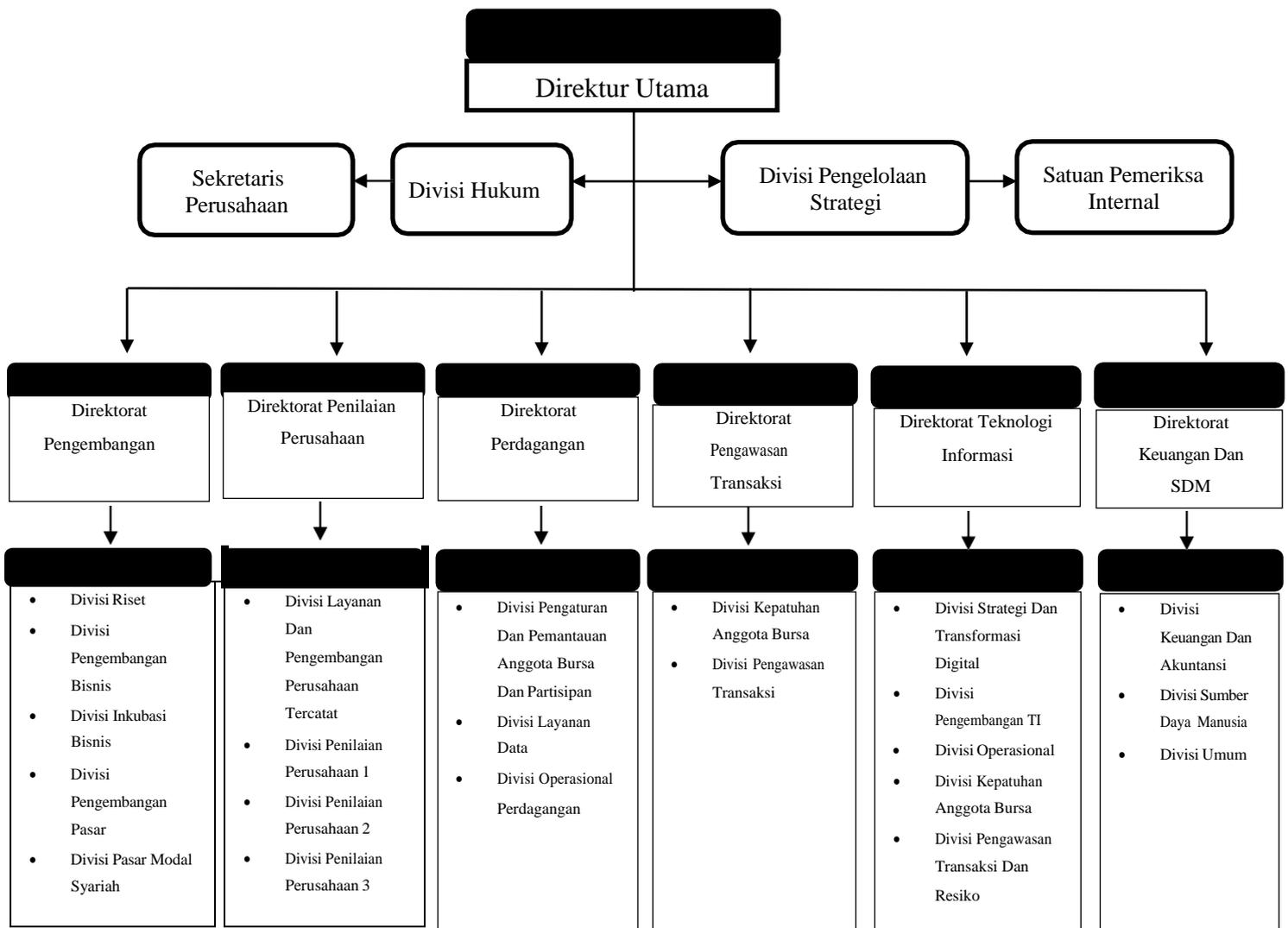
- a. Menciptakan daya saing untuk menarik investor dan emiten, melalui pemberdayaan anggota Bursa dan Partisipan, penciptaan nilai tambah, efisiensi biaya serta penerapan *Good Governance*.
- b. Meningkatkan komitmen dalam pengembangan pasar modal.
- c. Meningkatkan akses usaha kecil menengah dan koperasi ke pasar modal.

- d. Mendukung pemerintah daerah memperoleh pembiayaan melalui pasar modal.

4.1.3 Struktur Organisasi

Berikut ini akan ditampilkan struktur organisasi pada Bursa Efek Indonesia yang disajikan dalam bentuk gambar dibawah ini, yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bursa Efek Indonesia (BEI)



Sumber : Bursa Efek Indonesia

4.1.4 Deskripsi Perusahaan Sektor Perbankan

Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan sub sektor Perbankan di BEI, adapun perusahaanya adalah sebagai berikut:

1. PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk

PT Bank Negara Indonesia Tbk didirikan oleh Margono Djojohaikusumo didirikan pada tanggal 5 Juli 1946 menjadi bank pertama milik negara yang lahir setelah kemerdekaan Indonesia. Bank BNI menjadi Bank Sirkulasi atau Bank Sentral yang bertanggung jawab menerbitkan dan mengelola mata uang RI. Beberapa bulan setelah pendiriannya, Bank Negara Indonesia mulaimengedarkan alat pembayaran resmi pertama.

2. PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk

Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (Bank BRI) (BBRI) didirikan 16 Desember 1895. Kantor pusat Bank BRI berlokasi di Gedung BRI I, Jl. Jenderal Sudirman Kav. 44-46, Jakarta 10210. Saat ini, BBRI memiliki 19 kantor wilayah, 1 kantor inspeksi pusat, 19 kantor inspeksi wilayah, 462 kantor cabang domestik, 1 kantor cabang khusus, 603 kantor cabang pembantu, 983 kantor kas, 5.360 BRI unit, 3.178 teras dan 1 teras kapal. Bank BRI juga memiliki 2 kantor cabang luar negeri yang berlokasi di Cayman Islands dan Singapura, 2 kantor perwakilan yang berlokasi di New York dan Hong Kong, serta memiliki 4 anak usaha yaitu Bank Rakyat Indonesia Agroniaga Tbk (AGRO), PT Bank BRI Syariah, PT Asuransi Jiwa Bringin Jiwa Sejahtera (Bringin Life) dan BRI Remittance Co. Ltd. Hong Kong, dimana masing-masing anak usaha ini dimiliki oleh Bank BRI sebesar 87,23%, 99,99875%, 91,001% dan 100% dari totalsaham yang dikeluarkan.

Pada tanggal 31 Oktober 2003, BBRI memperoleh pernyataan efektif dari Bapepam-LK untuk melakukan Penawaran Umum Perdana Saham BBRI (IPO) kepada masyarakat sebanyak 3.811.765.000 dengan nilai nominal Rp500,- per saham dengan harga penawaran Rp875,- per saham. Selanjutnya, opsi pemesanan lebih sejumlah 381.176.000 lembar saham dan opsi penjatahan lebih sejumlah 571.764.000 lembar saham masing-masing dengan harga Rp875,- setiap lembar saham telah dilaksanakan masing-masing pada tanggal 10 November 2003 dan 3 Desember 2003. Setelah IPO BRI dan opsi pemesanan lebih dan opsi penjatahan lebih dilaksanakan oleh Penjamin Pelaksana Emisi, Negara Republik Indonesia memiliki 59,50% saham di BRI. Saham-saham tersebut dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tanggal 10 November 2003.

3. PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk., atau yang lebih dikenal dengan nama Bank BTN (selanjutnya disebut Perseroan) Bank BTN telah berdirisejak tahun 1897 dengan nama Postspaarbank. Di era kemerdekaan, tepatnya tahun 1950 Pemerintah Republik Indonesia mengubah nama Postspaarbank menjadi Bank Tabungan Pos, dan kemudian berganti nama lagi menjadi Bank Tabungan Negara pada tahun 1963. Pada tahun 1974, Perseroan ditunjuk Pemerintah sebagai satusatunya institusi yang menyalurkan Kredit Pemilikan Rumah (KPR) bagi golongan masyarakat menengah kebawah, sejalan dengan program Pemerintah yang tengah menggalakkan program perumahan untuk rakyat. Perseroan mencatatkan saham perdana pada 17 Desember 2009 di Bursa Efek Indonesia, dan menjadi bank pertama di Indonesia yang melakukan

sekuritisasi aset melalui pencatatan transaksi Kontrak Investasi Kolektif Efek Beragun Aset (KIK EBA). Sebagai Bank yang focus pada pembiayaan perumahan, Perseroan berkeinginan untuk membantu masyarakat Indonesia dalam mewujudkan Impian mereka untuk memiliki rumah idaman.

4. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk

Bank Mandiri (Persero) Tbk (Bank Mandiri) (BMRI) didirikan 02 Oktober 1998 dan mulai beroperasi pada tanggal 1 Agustus 1999. Kantor pusat Bank Mandiri berkedudukan di Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 36 – 38 Jakarta Selatan 12190 – Indonesia. Saat ini, Bank Mandiri mempunyai 12 kantor wilayah domestik, 76 kantor area, dan 1.143 kantor cabang pembantu, 994kantor mandiri mitra usaha, 244 kantor kas dan 6 cabang luar negeri yang berlokasi di Cayman Islands, Singapura, Hong Kong, Dili Timor Leste, Dili Timor Plaza dan Shanghai (Republik Rakyat Cina).

5. PT Bank Capital Indonesia Tbk

Bank capital adalah suatu perseroan terbatas yang didirikan berdasarkan hukum dan peraturan perundang-undangan Republik Indonesia. Lahir pertama kali dengan nama PT Bank Credit Yonnais Indonesia pada tanggal 20 april 1989, kemudian diubah pada tanggal 3 mei 1989. Sehubungan dengan Penawaran umum, status dan nama Bank Capital diubah menjadi "PT Bank Capital indonesia, Tbk."

6. PT Bank Central Asia Tbk

Bank Central Asia Tbk (Bank BCA) (BBCA) didirikan di Indonesia tanggal 10 Agustus 1955 dengan nama "N.V. Perseroan Dagang Dan Industrie Semarang Knitting Factory" dan mulai beroperasi di bidang perbankan sejak

tanggal 12 Oktober 1956. Kantor pusat Bank BCA berlokasi di Menara BCA, Grand Indonesia, Jalan M.H. Thamrin No. 1, Jakarta 10310. Saat ini, BBCA memiliki 985 kantor cabang di seluruh Indonesia serta 2 kantor perwakilan luar negeri yang berlokasi di Hong Kong dan Singapura. Pada tanggal 11 Mei 2000, BBCA memperoleh pernyataan efektif dari BAPEPAM-LK untuk melakukan Penawaran Umum Saham Perdana BBCA (IPO) sebanyak 662.400.000 saham dengan jumlah nilai nominal Rp500,- dengan harga penawaran Rp1.400,- per saham, yang merupakan 22% dari modal saham yang ditempatkan dan disetor, sebagai bagian dari divestasi kepemilikan saham Republik Indonesia yang diwakili oleh Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Penawaran umum ini dicatatkan pada Bursa Efek Jakarta dan Bursa Efek Surabaya pada tanggal 31 Mei 2000.

7. PT Bank Bukopin Tbk

Bank Umum Koperasi Indonesia (BUKOPIN) didirikan pada tahun 1970 dengan badan hukum operasi. Pada tahun 1993 bank Bukopin merubah status badan hukumnya menjadi badan hukum perseroan terbatas dengan nama PT Bank Bukopin. Dengan berjalannya perkembangan perbankan terutama di bidang syariah, PT Bank Bukopin mendirikan unit usaha syariah pada tahun 2001, sehingga berkembang hingga 2006 menjadi perusahaan terbuka PT Bank Danamon Tbk Bank Danamon Indonesia Tbk (BDMN) didirikan 16 Juli 1956 dengan nama PT Bank Kopra Indonesia. Kantor pusat BDMN berlokasi di Gedung Menara Bank Danamon, Jalan Prof. Dr. Satrio Kav. E4 No.6 Mega Kuningan, Jakarta 12950 – Indonesia. Saat ini, Bank Danamon memiliki 42 kantor cabang utama domestik, 1.234 kantor cabang pembantu domestik dan

danamon simpan pinjam, 14 kantor cabang utama dan kantor cabang pembantu syariah.

8. PT Bank Danamon Tbk

Bank Danamon Indonesia Tbk (BDMN) didirikan 16 Juli 1956 dengan nama PT Bank Kopra Indonesia. Kantor pusat BDMN berlokasi di gedung Menara Bank Danamon, Jalan Prof. Dr. Satrio Kav. E4 No.6 Mega Kuningan, Jakarta 12950 – Indonesia. Saat ini, Bank Danamon memiliki 42 kantor cabang utama domestik, 1.234 kantor cabang pembantu domestik dan danamon simpan pinjam, 14 kantor cabang utama dan kantor cabang pembantu syariah.

9. PT Bank Tabungan Pensiun Nasional Tbk

Didirikan pada tahun 1958 berdasarkan akta notaris No. 21 tanggal 6 Oktober 1959 dari Notaris Noezar. Akta ini mengalami perubahan yang termuat pada akta tanggal 31 Mei 1960 No. 203 dan akta tertanggal 7 November 1960 No. 53 Notaris Noezar. Telah diumumkan pada Berita Negara Republik Indonesia tertanggal 14 Februari 1961 No. 13, tambahan No. 5. BTPN adalah bank yang berkantor pusat di Jakarta dan mengelola jaringan yang memberikan pelayanan bagi nasabah, meliputi 387 cabang BTPN Purna Bakti dan 130 payment points, 573 BTPN cabang BTPN Mitra Usaha Rakyat, memiliki 6 cabang BTPN Mitra Bisnis serta 64 cabang BTPN Sinaya di seluruh Indonesia.

10. PT Bank Sinarmas Tbk

PT Bank Sinarmas Tbk didirikan pada tanggal 18 Agustus 1989, dengan Akta no. 52 tanggal 18 Agustus 1989 yang dibuat di hadapan Buniarti Tjandra, SH., Notaris di Jakarta, yang telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia tertanggal 21 Oktober 1989 Nomor 1506/1989 yang berkantor pusat di

Sinar Mas Land Plaza Tower I, 1st & 2nd Floor Jl. MH. Thamrin No. 51, Jakarta 10350. Sampai saat ini Bank inarmas memiliki total 386 kantor cabang dengan rincian Perusahaan memiliki 1 kantor cabang utama, 72 kantor cabang, 1 kantor fungsional, 130 kantor cabang pembantu, 27 kantor cabang syariah, 141 kantor kas, 10 kantor kas syariah, 4 unit pelayanan kas yang semuanya berlokasi di Indonesia

11. PT Bank OCBC NISP Tbk

Bank OCBC NISP (sebelumnya dikenal dengan nama Bank NISP) merupakan bank tertua keempat di Indonesia, yang didirikan pada tanggal 4 April 1941 di Bandung dengan nama NV Nederlandsch Indische Spaar En Deposito Bank. Bank OCBC NISP berkembang menjadi Bank yang solid dan handal, terutama melayani segmen Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Bank OCBC NISP resmi menjadi bank komersial pada tahun 1967, bank devisa pada tahun 1990, dan perusahaan publik di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1994. Sejalan dengan pengembangan bisnisnya, pada tahun 2012 Bank OCBC NISP juga memperbaharui budaya perusahaan yang disebut ONE PIC, untuk menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam berperilaku dan bekerja. ONE PIC merupakan singkatan dari OCBC NISP one, Professionalism, Integrity, dan Customer Focus. Kini, Bank OCBC NISP memiliki 6.654 karyawan dengan motivasi tinggi untuk melayani nasabah di 337 kantor di 59 kota di Indonesia.

12. PT Bank Permata Tbk

PT Bank Permata Tbk (Permata Bank²⁹) merupakan salah satu bank nasional di Indonesia. Pada tahun 2002, PT Bank Bali, PT Bank Universal Tbk, PT bank Prima Ekspres, PT Bank Artamedia dan PT Bank Patriot menjadi satu

Bank Gabungan bernama Permata Bank dibawah pengawasan dari Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN). Pada tahun 2004, Permata Bank diambil alih oleh Standard Chartered Bank dan PT astra International Tbk dan memulai transformasi organisasi. Pada tahun 2006, kepemilikan gabungan pemegang utama Standard Chartered Bank dan PT Astra Internasional Tbk meningkat menjadi 89,01% dan selanjutnya terus mendukung Permata Bank sebagai wujud komitmen mereka terhadap Permata Bank

13. PT Bank Maybank Indonesia Tbk

PT Bank Maybank Indonesia Tbk (“Maybank Indonesia” atau “Bank”) adalah salah satu bank swasta terkemuka di Indonesia yang merupakan bagian dari grup Malayan Banking Berhad (Maybank), salah satu grup penyedia layanan keuangan terbesar di ASEAN. Sebelumnya, PT Bank Maybank Indonesia Tbk bernama PT Bank Internasional Indonesia (BII) yang didirikan pada 15 Mei 1959, mendapatkan izin sebagai bank devisa pada 1988 dan mencatatkan sahamnya sebagai perusahaan terbuka di bursa efek Jakarta dan Surabaya (sekarang telah merger menjadi Bursa Efek Indonesia) pada 1989. Maybank Indonesia merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia yang terkoneksi dengan jaringan regional maupun internasional Grup Maybank. Per 31 Desember 2015 Maybank Indonesia memiliki 456 cabang termasuk cabang Syariah dan kantor fungsional mikro yang tersebar di Indonesia serta dua cabangluar negeri (Mauritius dan Mumbai, India), 17 Mobil Kas Keliling dan 1.605 ATM termasuk CDM (Cash Deposit Machine) yang terkoneksi dengan lebihdari 20.000 ATM tergabung dalam jaringan ATM PRIMA, ATM BERSAMA,

ALTO, CIRRUS dan terhubung dengan 3.500 ATM Maybank di Singapura dan Malaysia melalui jaringan MEPS.

4.1.5 Deskripsi Data

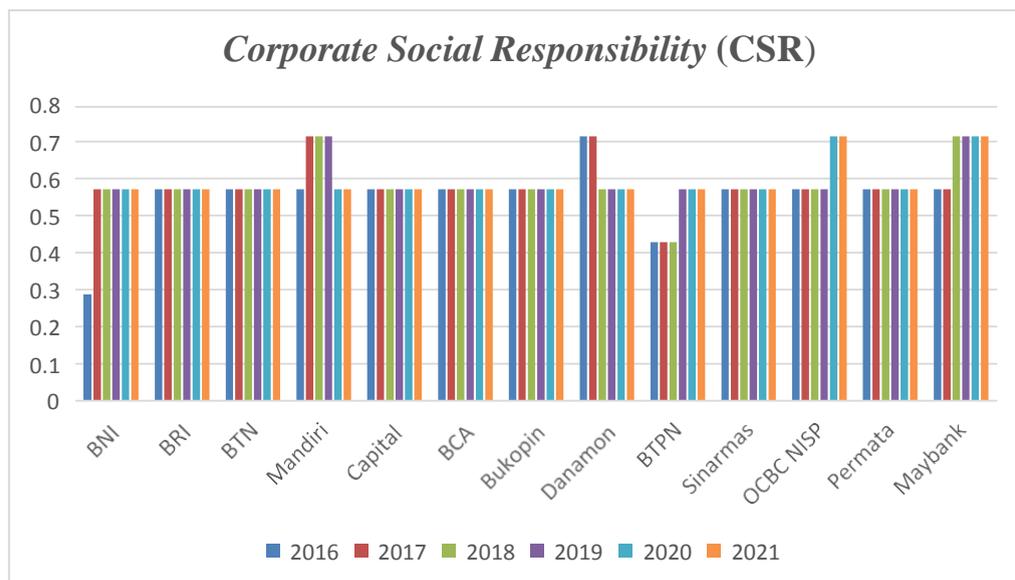
1. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan untuk menciptakan kesejahteraan di wilayah kerja perusahaan tersebut dengan tetap mengedepankan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan. Adapun data keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI adalah:

Tabel 4.1
Data Perhitungan *Corporate Social Responsibility (CSR)*

No	Nama Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Bank BNI	0.286	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
2	Bank BRI	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
3	Bank BTN	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
4	Bank Mandiri	0.571	0.714	0.714	0.714	0.571	0.571
5	Bank Capital	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
6	Bank Central Asia	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
7	Bank Bukopin	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
8	Bank Danamon Indonesia	0.714	0.714	0.571	0.571	0.571	0.571
9	Bank BTPN	0.428	0.428	0.428	0.571	0.571	0.571
10	Bank Sinarmas	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
11	Bank OCBC NISP	0.571	0.571	0.571	0.571	0.714	0.714
12	Bank Permata	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571	0.571
13	Bank Maybank Indonesia Tbk	0.571	0.571	0.714	0.714	0.714	0.714

Sumber : BEI, diolah



Gambar 4.2
Grafik Corporate Social Responsibility (CSR)

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tertinggi pada tahun 2016 dipegang oleh Bank Danamon Indonesia dengan jumlah 0.714, pada tahun 2017 dipegang oleh Bank Mandiri dan Bank Danamon Indonesia dengan jumlah 0.714, pada tahun 2018 dipegang oleh Bank Mandiri dan Bank Maybank Indonesia Tbk dengan jumlah 0.714. Pada tahun 2019 dipegang oleh Bank Mandiri dan Bank Maybank Indonesia Tbk dengan jumlah 0.714, Pada tahun 2020 dipegang oleh Bank OCBC NISP dan Bank Maybank Indonesia Tbk dengan jumlah 0.714. Pada tahun 2021 dipegang oleh Bank OCBC NISP dan Bank Maybank Indonesia Tbk dengan jumlah 0.714.

Untuk *Corporate Social Responsibility* terendah pada tahun 2016 dipegang oleh Bank BNI dengan jumlah 0.286, pada tahun 2017 dipegang oleh Bank BTPN dengan jumlah 0.428, pada tahun 2018 dipegang oleh Bank BTPN dengan jumlah 0.428. Pada tahun 2019 dipegang oleh Bank BNI, Bank BRI, Bank BTN, Bank Capital, Bank Central Asia, Bank Bukopin, Bank Danamon Indonesia, Bank BTPN, Bank Sinarmas, Bank OCBC NISP dan Bank Permata,

dengan jumlah 0.571. Pada tahun 2020 dan tahun 2021 dipegang oleh Bank BNI, Bank BRI, Bank BTN, Bank Mandiri, Bank Capital, Bank Central Asia, Bank Bukopin, Bank Danamon Indonesia, Bank BTPN, Bank Sinarmas, Bank Permata dengan jumlah 0.571.

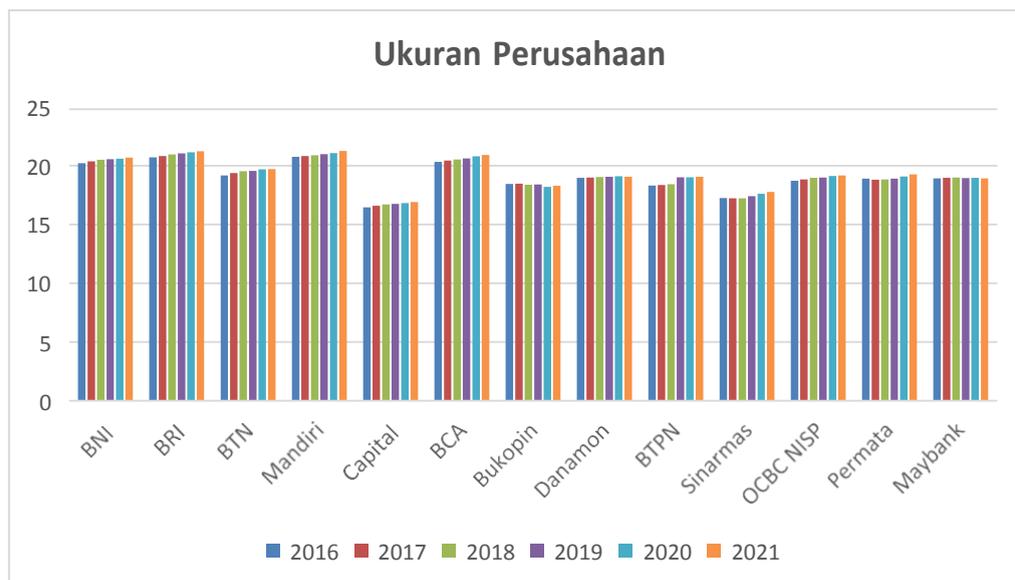
2. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah “besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Adapun data keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI adalah:

Tabel 4.2
Data Perhitungan Ukuran Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Ukuran Perusahaan					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Bank BNI	20.22	20.38	20.51	20.56	20.61	20.69
2	Bank BRI	20.73	20.84	20.98	21.07	21.14	21.24
3	Bank BTN	19.18	19.38	19.54	19.56	19.7	19.73
4	Bank Mandiri	20.76	20.84	20.91	21	21.08	21.27
5	Bank Capital	16.47	16.61	16.71	16.76	16.82	16.92
6	Bank Central Asia	20.33	20.44	20.53	20.64	20.8	20.93
7	Bank Bukopin	18.45	18.48	18.38	18.42	18.2	18.31
8	Bank Danamon Indonesia	18.98	19	19.05	19.08	19.12	19.07
9	Bank BTPN	18.33	18.37	18.43	19.02	19.03	19.07
10	Bank Sinarmas	17.26	17.23	17.24	17.41	17.61	17.78
11	Bank OCBC NISP	18.74	18.85	18.97	19.01	19.14	19.18
12	Bank Permata	18.92	18.81	18.85	18.9	19.1	19.27
13	Bank Maybank Indonesia Tbk	18.93	18.97	18.99	18.95	18.97	18.94

Sumber : BEI, diolah



Gambar 4.3
Grafik Ukuran Perusahaan

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa ukuran perusahaan tertinggi pada tahun 2016 dipegang oleh Bank BRI dengan jumlah 20.73, pada tahun 2017 dipegang oleh Bank BRI dan Bank Mandiri dengan jumlah 20.84, pada tahun 2018 dipegang oleh Bank BRI dengan jumlah 20.98. Pada tahun 2019 dipegang oleh Bank BRI dengan jumlah 21.07, Pada tahun 2020 dipegang oleh Bank BRI dengan jumlah 21.14. Pada tahun 2021 dipegang oleh Bank BRI dengan jumlah 21.24.

Untuk ukuran perusahaan terendah pada tahun 2016 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 16.47, pada tahun 2017 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 16.61, pada tahun 2018 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 16.71. Pada tahun 2019 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 16.76, Pada tahun 2020 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 16.82. Pada tahun 2021 dipegang oleh Bank Bukopin dengan jumlah 18.31.

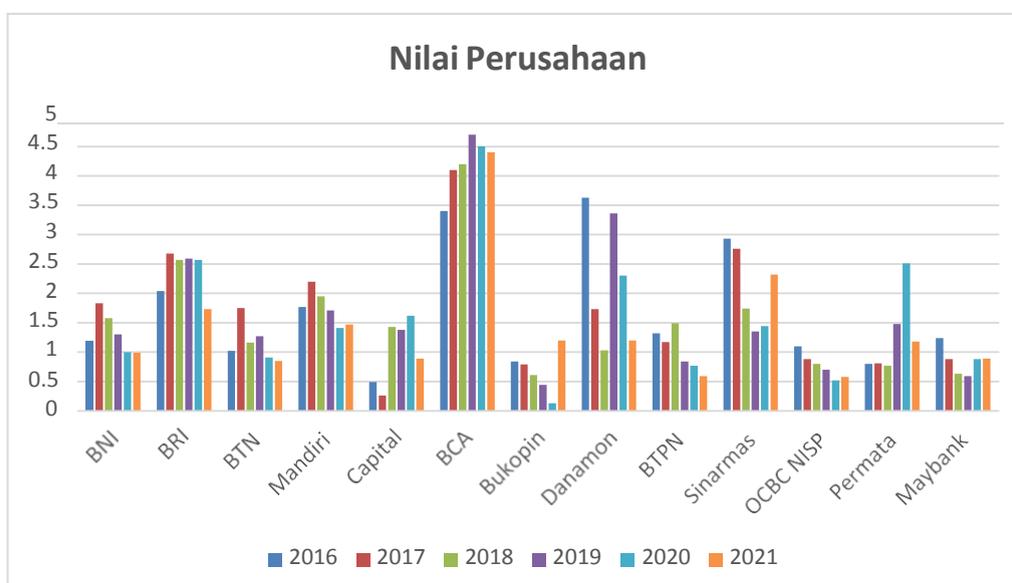
3. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap sebuah perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Adapun data keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI adalah:

Tabel 4.3
Data Perhitungan Nilai Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Nilai Perusahaan					
		2016	2017	2018	2019	2020	2021
1	Bank BNI	1.19	1.83	1.58	1.3	1	0.99
2	Bank BRI	2.04	2.68	2.57	2.59	2.57	1.73
3	Bank BTN	1.02	1.75	1.16	1.27	0.91	0.85
4	Bank Mandiri	1.77	2.2	1.95	1.71	1.41	1.47
5	Bank Capital	0.49	0.26	1.43	1.38	1.62	0.89
6	Bank Central Asia	3.4	4.1	4.2	4.7	4.5	4.4
7	Bank Bukopin	0.84	0.79	0.61	0.44	0.13	1.2
8	Bank Danamon Indonesia	3.63	1.73	1.03	3.36	2.3	1.2
9	Bank BTPN	1.32	1.17	1.49	0.84	0.77	0.59
10	Bank Sinarmas	2.93	2.76	1.74	1.35	1.44	2.32
11	Bank OCBC NISP	1.1	0.88	0.8	0.7	0.52	0.58
12	Bank Permata	0.8	0.81	0.77	1.48	2.51	1.18
13	Bank Maybank Indonesia Tbk	1.24	0.88	0.63	0.59	0.88	0.89

Sumber : BEI, diolah



Gambar 4.4
Grafik Nilai Perusahaan

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai perusahaan tertinggi pada tahun 2016 dipegang oleh Bank Central Asia dengan jumlah 3.4, pada tahun 2017 dipegang oleh Bank Central Asia dengan jumlah 4.1, pada tahun 2018 dipegang oleh Bank Central Asia dengan jumlah 4.2. Pada tahun 2019 dipegang oleh Bank Central Asia dengan jumlah 4.7, Pada tahun 2020 dipegang oleh BankCentral Asia dengan jumlah 4.5. Pada tahun 2021 dipegang oleh Bank Central Asia dengan jumlah 4.4.

Untuk nilai perusahaan terendah pada tahun 2016 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 0.49, pada tahun 2017 dipegang oleh Bank Capital dengan jumlah 0.26, pada tahun 2018 dipegang oleh Bank Bukopin dengan jumlah 0.61. Pada tahun 2019 dipegang oleh Bank Bukopin dengan jumlah 0.44, Pada tahun 2020 dipegang oleh Bank Bukopin dengan jumlah 0.13. Pada tahun 2021 dipegang oleh Bank OCBC NISP dengan jumlah 0.58.

4.1.6 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah metode-metode yang digunakan dalam pengumpulan data, pengolahan data dan penyajian data. Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui jumlah data yang digunakan dalam penelitian untuk menunjukkan nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata dan standar deviasi.

Tabel 4.4
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	78	.29	.71	.5820	.06819
UK	78	16.47	21.27	19.2140	1.27924
PBV	78	.13	4.70	1.5914	1.04877
Valid N (listwise)	78				

(Sumber: Pengelola Data SPSS, 2023)

Pada tabel 4.4 diatas menunjukkan jumlah sampel data perusahaan (N), nilai min, nilai maks, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari variabel independen yang terdiri dari *Corporate Social Responsibility* (X_1), Ukuran perusahaan (X_2) dan variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (Y).

1. Variabel *corporate social responsibility* (X_1) menunjukkan bahwa nilai rata-rata *corporate social responsibility* adalah 0.5820 dengan standar deviasi 0.06819, *corporate social responsibility* untuk nilai terendah adalah 0,29 dan tertinggi 0,71.
2. Variabel ukuran perusahaan (X_2) menunjukkan bahwa nilai rata-rata ukuran perusahaan adalah 19.2140 dengan standar deviasi 1.27924. Ukuran perusahaan untuk nilai terendah adalah 16.47 dan tertinggi 21.27.
3. Variabel nilai perusahaan (Y) menunjukkan bahwa nilai rata-rata nilai perusahaan adalah 1.5914 dengan standar deviasi 1.04877. Nilai perusahaan untuk nilai terendah adalah 0.13 dan tertinggi 4.70

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Asumsi Klasik

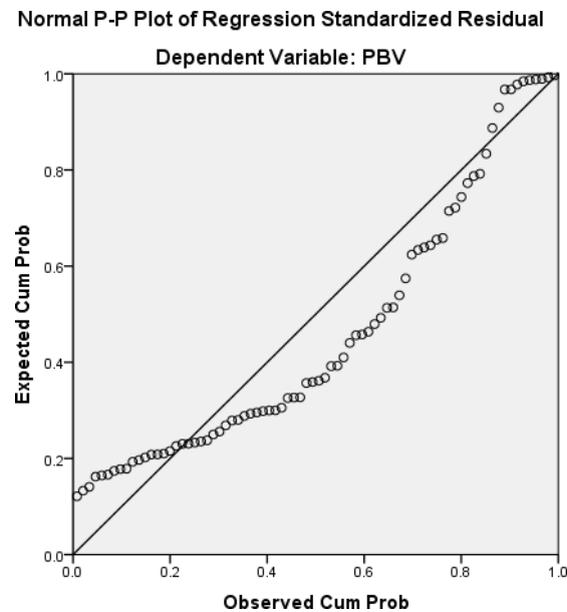
4.2.1.1 Uji Normalitas Data

Uji normalitas data adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual berdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan untuk menguji apakah berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik.

1. Analisis Grafik

Untuk melihat normalisasi residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang

mendekati distribusi normal. Berikut ini merupakan hasil pengujian dengan menggunakan analisis grafik P-P Plots:



Gambar 4-5
Hasil Uji Normalitas Data P-P Plot

Pada gambar 4.2 diatas menunjukkan bahwa pola meluas disekitar garis diagonal dan sebaran searah garis diagonal, maka grafik normal P-P Plot berdistribusi normal

2. Uji Statistisik

Uji statistik digunakan untuk mengetahui variabel independen dengan variabel dependen apakah berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4.5
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.9642023
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.120
Test Statistic		.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Pada tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa *Kolmogrov Smirnov* menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan dan nilai perusahaan berdistribusi normal karena masing-masing variabel memiliki *Test Statistic* 0,160 atau lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan memiliki data yang normal.

4.2.1.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel independen pada model regresi. Multikolinearitas dapat didektesi dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Tabel 4.6
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.867		-2.240	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.395	3.703	.000	.993	1.008

a. Dependent Variable: PBV

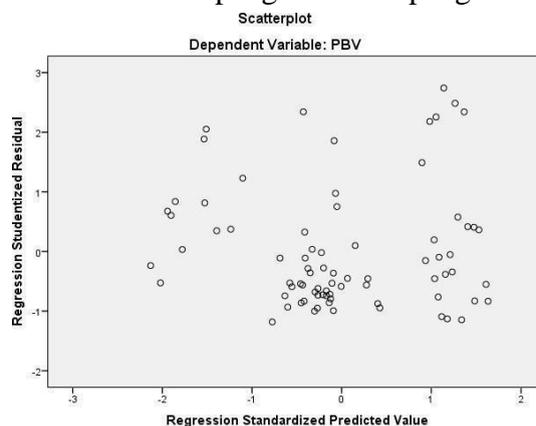
Pada Tabel 4.6 diatas dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (X_1) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,993 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,008 lebih kecil dari 10.
2. Ukuran Perusahaan (X_2) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,993 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,008 lebih kecil dari 10.

Karena nilai *tolerance* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan tidak terdapat variabel bebas serupa atau korelasi antar variabel bebas.

4.2.1.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk memeriksa apakah terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan kepengamatan lain.



Gambar 4.5
Hasil Uji Heterokedastisitas

Pada gambar 4.5 diatas dapat dilihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu (membentuk gelombang, melebar, menyempit). Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi varian variabel.

4.2.2 Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur hubungan antara dua variabel atau lebih dan digunakan untuk menentukan arah hubungan variabel terikat dengan variabel bebas.

Tabel 4.7
Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.867		-2.246	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.395	3.703	.000	.993	1.008

a. Dependent Variable: PBV

Pada table 4.7 diatas diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut: $Y = -4.180 - 0,764 X_1 + 0,323 X_2 + e$

Dimana:

1. Nilai konstanta sebesar -4.180 apabila variabel *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dianggap nol, maka nilai perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021 adalah sebesar -4.180.
2. Nilai koefisien *corporate social responsibility* (X_1) sebesar -0,764 jika mengalami setiap kenaikan *corporate social responsibility* satu kali maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,764
3. Nilai koefisien ukuran perusahaan (X_2) sebesar 0,323 jika mengalami setiap kenaikan ukuran perusahaan satu kali maka nilai perusahaan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,323.

4.2.3 Uji Hipotesis

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.8
Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.180	1.867		-2.240	.028
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643
UK	.323	.087	.395	3.703	.000

a. Dependent Variable: PBV

(Sumber: Output SPSS, diolah Peneliti, 2023)

Pada tabel 4.8 diatas menunjukkan hasil dari uji statistik secara parsial sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar -0,466 dengan nilai signifikan 0,643 sedangkan t_{tabel} yaitu $n-k = 78-2 = 76$ sebesar 1,991 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya $t_{hitung} (-0.466) < t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikan $0,643 > 0,05$ yang berarti bahwa secara parsial variabel *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.
2. Ukuran Perusahaan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,703 dengan nilai signifikan 0,000 sedangkan t_{tabel} yaitu $n-k = 78-2 = 76$ sebesar 1,991 dengan nilai signifikan 0,05. Kesimpulannya $t_{hitung} (3,703) > t_{tabel} (1,991)$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa secara parsial variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.

4.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur ketepatan atau kesesuaian garis regresi yang terbentuk dari hasil dugaan terhadap hasil yang diperoleh. Semakin besar koefisien determinasi adalah nol dan satu ($0 < R^2 < 1$).

Tabel 4.9
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.393 ^a	.155	.132	.97697	.75

a. Predictors: (Constant), UK, CSR

b. Dependent Variable: PBV

Pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa nilai *R Square* sebesar 0,155 atau 15,5% yang berarti bahwa hubungan antara nilai perusahaan dengan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan adalah rendah. Pada tabel juga ditunjukkan nilai *R Square* yaitu sebesar 0,155 atau 15,5% yang artinya variasi dari *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Sedangkan sisanya 84,5% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

4.3 Pembahasan

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji statistik *Corporate Social Responsibility* (CSR) terdapat nilai signifikan 0,643. Nilai signifikan lebih besar dari nilai probabilitas 0,05 ($\alpha=5\%$) atau nilai $0,643 > 0,05$. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai $t_{hitung} (-0.466) < t_{tabel} (1,991)$. Jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021.

Fenomena yang mengungkapkan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan diakibatkan oleh kecenderungan investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR dan variabel pengungkapan CSR yang tidak dapat diukur secara langsung. Investor di Indonesia pada umumnya cenderung akan membeli saham untuk mendapatkan *capital gain* yang cenderung membeli dan menjual saham secara harian tanpa melihat keberlangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Investor cenderung lebih memilih untuk

membeli dan menjual saham dengan melihat ekonomi pasar dan berita yang beredar. Sedangkan CSR merupakan strategi jangka panjang perusahaan dalam rangka menjaga lingkungan sekitar yang tidak dapat dirasakan dalam jangka yang pendek.

Tingkat level pengungkapan CSR merupakan keberpihakan perusahaan terhadap masyarakat. Sehingga masyarakat akan mampu memilih produk yang baik yang dinilai tidak hanya barangnya saja, tetapi juga melalui tata kelola perusahaannya. Kegiatan pengungkapan CSR sendiri merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik. Pada saat masyarakat yang menjadi pelanggan memiliki penilaian yang positif terhadap perusahaan, maka mereka akan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga hal ini akan mampu meningkatkan citra perusahaan yang direfleksikan melalui harga saham yang akan meningkat. Perusahaan dengan kinerja lingkungan yang baik akan direspon oleh investor melalui peningkatan harga saham (Candrayanthi & Saputra, 2013) .

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan dengan indikator harga saham. Ketika perusahaan dinilai baik oleh investor, harga saham dan nilai perusahaan akan naik. Hal yang dapat membentuk persepsi investor terhadap perusahaan diantaranya adalah kinerja yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan dengan kinerja baik tentunya akan dinilai baik pula oleh investor. Namun kinerja saja tampaknya belum cukup dalam membentuk persepsi investor. Terdapat perusahaan yang mengalami peningkatan kinerja keuangan namun nilai perusahaannya justru turun menunjukkan kemungkinan ada hal lain yang dipertimbangkan investor dalam menilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan

kemungkinan turut membentuk persepsi investor terhadap perusahaan, dimana perusahaan yang mengungkapkan CSR nya lebih luas akan dinilai lebih baik oleh para investor (Pratama, 2014).

Menurut (Martatilova & Djuitaningsih, 2012) dengan adanya pengungkapan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) yang tinggi maka akan berakibat meningkatnya nilai perusahaan yang berorientasi pasar karena investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan yang tingkat pengungkapan tanggung jawab sosialnya tinggi.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Lovianda & Ibrahim, 2018) menunjukkan terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan gas Bumi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti (Yuliana & Juniarti, 2015) hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Retail dan Trade, Healthy Care, Computer dan Service, dan Investment Company.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Dari hasil uji statistik Ukuran Perusahaan terdapat nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($\alpha=5\%$) atau nilai $0,000 < 0,05$. Variabel Ukuran Perusahaan mempunyai t_{hitung} (3,703) $>$ t_{tabel} (1,991). Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan para investor memperhatikan ukuran perusahaan dan lebih

memperhatikan informasi-informasi baik (*good news*) yang lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal Ukuran Perusahaan dilihat dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Disisi sudut pandang investor ada kemungkinan besarnya aset belum tentu menghasilkan laba karena aset yang besar belum mampu menghasilkan keuntungan sesuai target atau aset yang besar dari aktiva tetap akan meningkatkan bunga hutang untuk membayar aktiva tetap sehingga jumlah aset yang besar akan menurunkan Nilai Perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan (Dewi & Wirajaya, 2013)

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 goncangan ekonomi, sehingga investor cenderung menyukai perusahaan berukuran besar daripada perusahaan kecil (Pristianingrum, 2017). Menurut (Dewi & Wirajaya, 2013) menunjukkan semakin besar ukuran maka akan semakin besar pula nilai perusahaan. Semakin baik dan semakin banyaknya sumber dana yang diperoleh, maka akan mendukung operasional perusahaan secara maksimum, sehingga akan meningkatkan harga saham dari perusahaan.

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, (Rumondor, Mangantar, & Sumarauw, 2015) penelitian menunjukkan bahwa

ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan Sub Sektor Plastik Dan Pengemasan Di BEI. Peneliti (Pristianingrum, 2017) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji bagaimana Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021. Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021. Dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan mengalami peningkatan yang tidak diikuti dengan nilai perusahaan.
2. Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2021. Dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan mengalami peningkatan yang diikuti dengan nilai perusahaan yang juga mengalami peningkatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, adapun saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini agar mendapat hasil yang lebih baik, yaitu:

1. Sebaiknya pengungkapan CSR perusahaan lebih dioptimalkan yakni dengan mengungkapkan semua aspek yang termasuk dalam pengungkapan CSR. Adanya pengungkapan yang lengkap maka akan menjadi informasi penting bagi penggunanya termasuk oleh investor yang dalam hal ini akan menurunkan tingkat skeptisme investor pada kinerja keuangan perusahaan.
2. Sebaiknya manajemen perusahaan mampu mengembangkan usahanya lebih besar lagi agar dapat menarik minat para stakholder untuk menanamkan modal keperusahaannya, sehingga perusahaan dapat lebih berkembang lagi dimasa yang akan datang
3. Sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan penerapan dan pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berdasarkan standar yang telah dikeluarkan oleh *Global Reporting Index* (GRI). Selain itu, perusahaan hendaknya menerbitkan Laporan CSR secara terpisah yaitu Laporan Keberlanjutan (*Sustainability Reporting*). Dengan demikian, diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W., Syariati, A., & Hamid, R. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan Dan Interest Based Debt (IBD) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Jakarta Islamic Index Periode 2010-2016. *Jurnal Manajemen Ide dan Inspirasi*, 4(2), 122–135.
- Ardianto, E., & Machfudz, D. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Ardila, I. (2019). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility indikator Kinerja Lingkungan Pada PT Indo Tambangraya Megah Tbk. *Prosiding Frama*, 1(1), 319–321.
- Basri, M., & Dahrani, D. (2017). Efek Moderasi Ukuran Perusahaan Pada Pengaruh Debt To Equity Ratio Dan Longterm Debt To Equity Ratio Terhadap Return On Equity Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Riset Finansial Bisnis*, 1(1), 65–78.
- Brigham, E., & Houston, F. (2010). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan. Edisi 11*. Jakarta: Salemba Empat.
- Devita, E. Y. (2015). Pengaruh Kinerja Lingkungan Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dimoderasi Oleh Debt Equity Ratio (DER). *Jom FEKON*, 2(2), 1–11.
- Dewi, A. S. M., & Wirajaya, A. (2013). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 4(2), 358–372.
- Fahmi, I. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan dan Pasar Modal*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariant dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, R., Agustina, & Wijaya, S. W. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil* (Vol. 3).
- Hadi, N. (2014). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hafiz, M. S., & Wahyuni, S. F. (2018). Peran Corporate Social Responsibility Dalam Memoderasi Pengaruh Profitability Terhadap Firm Value. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 1(1), 1–17.

- Hanum, Z., & Manullang, J. H. B. (2022). Pengaruh Return On Asset Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Pajak. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(4), 4050–4061.
- Harahap, S. S. (2015). *Analisis Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Hartono, J. (2017). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (1st ed.). Yogyakarta: BPFE UGM.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*: Konsep & Aplikasi. Medan: UMSU PRESS.
- Khasanah, S. K. (2019). Pengaruh Firm Size, Current Ratio, Profitabilitas, Dan Hutang Harga Saham Dengan Deviden Sebagai Moderating Variabel. *Jurnal Pengabdian dan Kewirausahaan*, 3(1), 8–24.
- Lako, A. (2011). *Corporate Social Responsibility of Business*. Jakarta: Erlangga.
- Lesmana, S. (2018). *Metedologi Peneelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Medan: Madenetera.
- Lestari, S. P., Dahrani, D., Purnama, N. I., & Jufrizen, J. (2021). Model Determinan Kebijakan Hutang dan Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2).
- Lina. (2013). Faktor-Faktor Penentu Pengungkapan Modal Intelektual. *MediaRiset Akuntansi*, 3(1), 48–64.
- Loekito, V., & Setiawati, L. W. (2021). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019. *BALANCE: Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan*, 18(1), 1–26.
- Lovianda, R. J., & Ibrahim, M. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak Dan Gas Bumi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *JOM FISIP*, 5(3), 1–13.
- Martatilova, D. S., & Djuitaningsih, T. (2012). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Kepemilikan Manajemen, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan. *Proceeding Seminar Nasional Akuntansi*, 1(1).

- Mursitama, T. N. et. al. (2011). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia: Teori dan Implementasi Studi Kasus Community Development Riau Pulp*. Jakarta: Institute for Development of Economics and Finance (INDEF).
- Nahda, K., & Harjito, A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*, 15(1), 1–12.
- Pantow, M. S. R., Murni, S., & Trang, I. (2015). Analisa Pertumbuhan Pernjualan,Ukuran Perusahaan,Return On Asset, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan yang Tercatat di Indeks LQ 45. *Jurnal EMBA*, 3(1), 961–971.
- 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*, 1(1), 353–364.
- Rahma, D. A., Makhdalena, & Trisnawati, F. (2017). The Effect Of Csr, Profitability, Firm Size And Leverage To The Value Of The Company In Registered Manufacturing Company In Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 1(1), 1–13.
- Rahmawati, A. D., Topowijono, & Sulasmiyati, S. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Properti, RealEstate, dan Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2010-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 23(2), 1–7.
- Rialdy, N. (2018). Pengaruh Struktur Modal, Keputusan Investasi Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013 – 2017. *Liabilities Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 1(3), 272–288.
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, I. G. M. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *E- Jurnal Manajemen Unud*, 5(7), 4394–4422.
- Rusdianto, U. (2013). *CSR Communication a Framework for PR Practitioners*. Yogyakarta.: Graha Ilmu.
- Sihombing, L., Astuty, W., & Irfan, I. (2021). Effect of Capital Structure, Firm Size and Leverage on Firm Value with Profitability as an Intervening Variable in Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal(BIRCI-Journal)*, 4(3), 6585–6591.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi, A. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Suharto, E. (2010). *Pekerjaan Sosial di Dunia Industri, Memperkuat CSR*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. (2010). *A Strategic Management Approach, CSR*. Jakarta: The Jakarta Consulting Group.
- Torang, S. (2016). *Organisasi & Manajemen (Perilaku, Struktur, Budaya, & Perubahan Organisasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Wahyudi, I., & Azheri, B. (2010). *Corporate Social Responsibility: Prinsip, Pengaturan dan Implementasi*. Malang: In-Trans Publishing.
- Wahyuni, S. F. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1(1), 109–117.
- Wibisono, Y. (2010). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR (Corporate Social Responsibility)*. Jakarta: Gramedia.

**LAMPIRAN
HASIL OLAHAN DATA SPSS**

1. Statistik Deskriptif

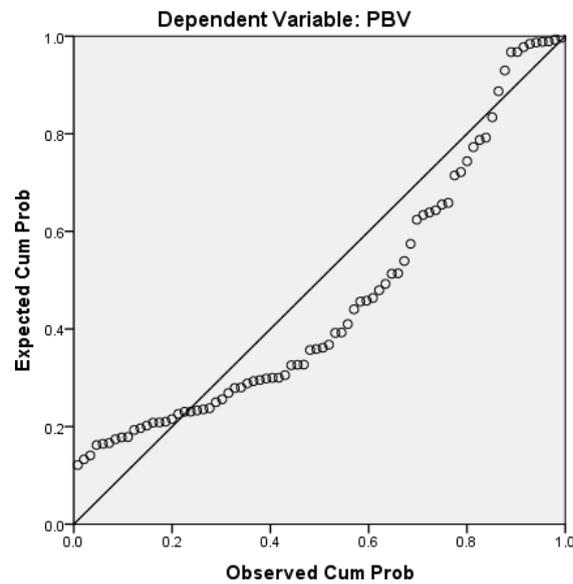
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	78	.29	.71	.5820	.06819
UK	78	16.47	21.27	19.2140	1.27924
PBV	78	.13	4.70	1.5914	1.04877
Valid N (listwise)	78				

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

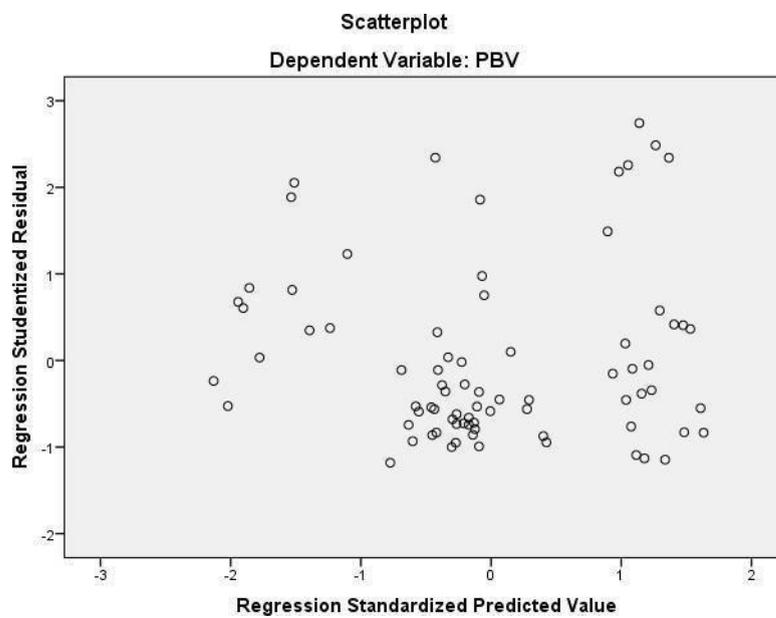


		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,d}	Mean	.000000
	Std. Deviation	.9642023
Most Extreme Differences	Absolute	.160
	Positive	.160
	Negative	-.120
Test Statistic		.160
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

b. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.867		-2.240	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.394	3.703	.000	.993	1.008

c. Uji Heteroskedastisitas



3. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.867		-2.240	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.394	3.703	.000	.993	1.008

4. Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.180	1.867		-2.240	.028		
CSR	-.764	1.639	-.050	-.466	.643	.993	1.008
UK	.323	.087	.398	3.703	.000	.993	1.008

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.393	.155	.132	.97697	.751