

Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023)

Agustina Yohana Simbolon^{a*}, Istianingsih Sastrodiharjo^b, Cahyadi Husadha^b

^a Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

^b Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 28-06-2024

Revised : 10-07-2024

Accepted : 15-07-2024

Keywords: *Company Size, Company Value, Corporate Social Responsibility Disclosure, Profitability*

Kata Kunci: *Nilai Perusahaan, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan*

Corresponding Author:

yohanatina12@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.62335>

ABSTRACT

This study aims to test the Influence of Profitability, Corporate Social Responsibility Disclosure, and Company Size on Company Value. The population in this study is all banking sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023. The variables used in this study are Company Value as a dependent variable; Profitability, Corporate Social Responsibility Disclosure, and Company Size as independent variables. The sampling technique used was the purposive sampling method and 140 data samples were obtained. The analysis methods used are Descriptive Statistical Analysis, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Test. The results of the study show that Profitability, Corporate Social Responsibility Disclosure, and Company Size have an effect on Company Value. The results of this literature review article are: 1) Profitability affects Company Value; 2) Corporate Social Responsibility Disclosure affects Company Value; and 3) Company Size affects Company Value.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Populasi dalam Penelitian ini adalah seluruh perusahaan sektor perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen; Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode purposive sampling dan diperoleh sebanyak 140 sampel data. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linear

Berganda dan Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Hasil artikel literature review ini adalah: 1) Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; 2) Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan; dan 3) Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

PENDAHULUAN

Umumnya tujuan mendirikan perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan. Selain menghasilkan keuntungan, suatu perusahaan harus mampu memberikan kemakmuran maupun kesejahteraan kepada pemiliknya, termasuk pemegang saham, serta memaksimalkan nilai perusahaan tersebut. Perusahaan memberikan gambaran informasi terkait kemakmuran dan kesejahteraan pemegang saham, terlihat dari meningkat atau menurunnya harga saham pada suatu perusahaan, karena nilai perusahaan erat kaitannya dengan nilai pemegang saham (Janah dan Munandar, 2022).

Profitabilitas menggambarkan perusahaan yang menghasilkan keuntungan menggunakan semua peluang dan sumber daya yang tersedia seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang dan lain-lain (Azahra *et al.*, 2023). Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber daya yang tersedia seperti aktiva, modal, atau penjualan (Putri *et al.*, 2024).

Perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin pesat kini menyebabkan munculnya pesaing dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan dengan melakukan pengembangan untuk perluasan pasar. Perusahaan memerlukan kebutuhan finansial yang besar untuk mencapai hal tersebut. Pemenuhan dana yang diperlukan bagi perusahaan memerlukan investasi yang besar dan ini menjadi permasalahan tersendiri bagi perusahaan, karena bagian ini menyangkut beberapa pihak yaitu pemegang saham, kreditur, serta pihak manajemen perusahaan itu sendiri (Astari *et al.*, 2019).

Sektor perbankan adalah salah satu sektor ekonomi terpenting dalam perekonomian negara. Perusahaan dalam sektor ini berperan dalam menghimpun dan menyalurkan dana serta berperan penting dalam menjaga stabilitas keuangan. Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi keuangan yang disediakan perusahaan kepada Masyarakat khususnya investor dan kreditor (Dewantari, 2020).

Salah satu fenomena terjadi pada PT Bank Central Asia (BBCA) mengalami penurunan harga saham. Berdasarkan data RTI Business harga saham Bank BCA turun

senilai 1,12% dan ditutup level Rp8.850 pada penutupan perdagangan dalam sepekan harga saham BCA turun menjadi 0,84%. Adapun dalam sebulan harga saham BCA turun menjadi 2,84%. Sementara itu pada tahun 2020 PT. Bank Rakyat Indonesia harga sahamnya di tutup dengan harga 4.170 atau turun 5% dari pada tahun 2019 yakni sebesar 4.400 penurunan harga saham pada PT. Bank Rakyat Indonesia terkoreksi lebih kecil dibandingkan bank lainnya (Lubis, 2021).

Perusahaan biasanya mempunyai tujuan jangka pendek dan jangka panjang dalam operasionalnya. Tujuan jangka pendek perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan pada setiap periode dengan menggunakan sumber daya yang tersedia secara efektif. Tujuan jangka Panjang perusahaan adalah menjaga kelangsungan usaha dan meningkatkan nilai perusahaan (Natalie dan Lisiantara, 2022).

Dari sudut pandang ekonomi, suatu perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut meningkatkan nilai perusahaan. Kenaikan harga saham mencerminkan kepercayaan Masyarakat yang tinggi terhadap perusahaan. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan karena memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Supriyadi dan Setyorini, 2020). Nilai suatu perusahaan merupakan cerminan investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Kenaikan harga saham akan meningkatkan nilai perusahaan dan memperkuat kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, namun juga terhadap prospek masa depan (Setiowati et al., 2024).

Nilai perusahaan merupakan rasio nilai pasar yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang berlaku di pasar. Hubungan ini memberikan pemahaman kepada manajemen perusahaan tentang kondisi kinerja yang diterapkan dan dampaknya pada masa depan (Ndruru et al., 2020). Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan bagi investor. Sebuah tujuan tidak banyak perbedaan antar perusahaan, namun perbedaannya hanya ditekankan perusahaan ini didasarkan pada cita-cita perusahaan (Fadillah et al., 2021).

Beberapa faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari penggunaan aset yang dimilikinya. Mempertahankan atau membagikan keuntungan merupakan Keputusan perusahaan dalam menyikapi keuntungan yang diterima. Rasio yang sering digunakan untuk memprediksi harga saham atau return saham yaitu ROA. ROA juga tolak ukur efisiensi emiten dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aset (Fadillah et al., 2021).

Untuk meningkatkan nilainya perusahaan melakukan pengungkapan informasi kepada publik mengenai aktivitas operasionalnya yang berdampak pada lingkungan

sekitar, serta kontribusi perusahaan terhadap masyarakat. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan, dan perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) (Febriani dan Munawaroh, 2022).

Ukuran perusahaan juga menjadi faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran atau skala dari perusahaan maka semakin mudah pula usaha tersebut memperoleh dana internal maupun eksternal untuk kebutuhan operasional (Fajriah et al., (2022). Pertumbuhan ukuran perusahaan erat kaitannya dengan keputusan keuangan yang diambil perusahaan untuk mengoptimalkan nilai perusahaan (Hidayat dan Khotimah, 2022). Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang masih terjadi perbedaan hasil penelitian, oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk meneliti lebih lanjut pengaruh nilai perusahaan dengan mengambil beberapa faktor yaitu profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan. Adapun judul dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023”**.

Berdasarkan latar belakang, maka dapat di rumuskan permasalahan yang akan dibahas guna membangun hipotesis untuk riset selanjutnya yaitu; 1) Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan? 2) Apakah Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan? 3) Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

Teori keagenan membahas hubungan antara agen dan prinsipal. Prinsipal memiliki wewenang untuk membuat keputusan dengan agen. Dalam sebuah perusahaan terdapat hubungan kedua belah pihak yaitu investor sebagai pihak yang mempekerjakan dan manajer sebagai pihak yang bekerja. Perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan kinerja keuangan ketika biaya keagenan dapat diminimalkan. Ketika kepentingan manajer dan pemilik berbeda, pemegang saham mungkin menganggap biaya keagenan sebagai kerugian nilai (Nathania dan Karnawati, 2022).

Teori keagenan juga membahas pertukaran asimetris antara agen dan prinsipal, yang memberikan izin kepada agen untuk melakukan penyelidikan tepat waktu terhadap aktivitas bisnis prinsipal yang tidak menguntungkan. Jika terjadi perselisihan antara prinsipal dan agen yang bertentangan dengan perjanjian dan informasi asimetris yang bersangkutan, hal tersebut dapat menimbulkan biaya keagenan, dan perusahaan yang bersangkutan juga membayar biaya tersebut (Yulianti et al., 2024). Masalah keagenan muncul ketika prinsipal mengalami kesulitan memastikan bahwa agen bertindak untuk memaksimalkan kesejahteraan prinsipal.

Nilai perusahaan adalah pendapat seorang investor terhadap Tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham di pasar modal. Nilai suatu perusahaan seringkali dikaitkan dengan tinggi rendahnya harga saham suatu perusahaan. Oleh karena itu, nilai perusahaan dianggap sebagai indikator penting untuk melacak kekayaan pemegang saham (Utami dan Widati, 2022). Nilai perusahaan adalah nilai actual per lembar saham yang diperoleh ketika aset perusahaan dijual dengan harga saham tersebut. Semakin tinggi harga saham maka semakin bernilai setiap sahamnya dan semakin besar pula keyakinan investor terhadap return yang dapat diraih. Hal ini menjadi dasar untuk mencapai salah satu tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kekayaan pemegang saham (Nugraha *et al.*, 2021).

Nilai perusahaan berhubungan dengan harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan, bahwa dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan juga kekayaan pemegang saham, itulah tujuan perusahaan (Ningrum, 2022). Nilai perusahaan merupakan suatu kondisi tertentu yang dicapai perusahaan yang tercermin dari harga pasar saham perusahaan tersebut (Utami, 2019). Nilai perusahaan bergantung pada kesempatan pertumbuhan perusahaan, juga bergantung pada kemampuan meningkatkan modal menurut (Marisa *et al.*, 2022).

Nilai perusahaan merupakan cara investor menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi memberikan gambaran bahwa tingkat kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai suatu perusahaan mencerminkan cara pandang investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan, yang seringkali dikaitkan dengan harga saham. Harga saham dibentuk oleh permintaan dan penawaran yang terjadi setiap hari di pasar modal. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut (Irdawati *et al.*, 2022).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan terhadap penjualan, total aktiva, dan modal. Investor masih tertarik pada profitabilitas perusahaan karena profitabilitas perusahaan mungkin merupakan ukuran terbaik dari kesehatan keuangan perusahaan (Anggara *et al.*, 2019). Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dengan menggunakan sumber dayanya seperti aset, modal atau penjualan (Siswanto, 2021).

Profitabilitas suatu perusahaan merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan, oleh karena itu sering digunakan sebagai alat ukur untuk menilai tingkat keuntungan yang diperoleh (Khotimah *et al.*, 2022). Perusahaan yang mampu mencapai dan menghasilkan profitabilitas yang tinggi dapat mengurangi penggunaan hutang karena dengan adanya keuntungan memungkinkan adanya laba ditahan yang tinggi, sehingga memungkinkan perusahaan dapat mengendalikan aset internalnya. Dengan demikian, adanya profitabilitas yang tinggi dapat mengindikasikan

bahwa suatu perusahaan dapat menunjukkan kinerja bisnis yang baik (Putri *et al.*, 2024).

Cahyono et al., (2019) Rasio profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh asetnya untuk memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber daya perusahaan, seperti aset, modal, atau penjualan perusahaan. Tujuan dan manfaat rasio profitabilitas adalah untuk mengukur dan memahami tingkat keuntungan yang dihasilkan untuk menentukan dan memperkirakan laba bersih setelah pajak berdasarkan ekuitas dan mengukur serta mengevaluasi total produktivitas dana yang digunakan perusahaan baik dari sisi ekuitas maupun pinjaman (Kristiadi dan Herijawati, 2023).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam memperbaiki perbedaan sosial dan kerusakan lingkungan yang timbul akibat operasional perusahaan. Semakin besar tanggung jawab suatu perusahaan terhadap lingkungannya, maka reputasi perusahaan tersebut akan semakin meningkat (Diandra, 2023). Ciri utama dari tanggung jawab sosial perusahaan adalah kesediaan perusahaan untuk mempertimbangkan aspek sosial dan lingkungan dalam pengambilan keputusan dan bertanggung jawab atas dampak keputusan dan kegiatan terhadap Masyarakat dan lingkungan (Widjanarta, 2020).

Banyak sekali manfaat yang didapat dari penerapan CSR, antara lain produk yang semakin disukai konsumen dan perusahaan yang menarik bagi investor. Tanggung jawab sosial perusahaan dapat dijadikan sebagai alat pemasaran baru bagi suatu perusahaan apabila dilaksanakan secara berkelanjutan. Penerapan tanggung jawab perusahaan berarti perusahaan mengeluarkan beberapa biaya. Biaya-biaya tersebut pada akhirnya menjadi beban yang menurunkan pendapatan, sehingga tingkat keuntungan perusahaan pun turun. Namun dengan penerapan tanggung jawab perusahaan maka citra perusahaan akan meningkat sehingga loyalitas konsumen pun meningkat. Dengan meningkatnya loyalitas konsumen dalam jangka panjang, maka penjualan perusahaan juga akan meningkat, dan akhirnya dengan diperkenalkannya CSR, diharapkan tingkat keuntungan perusahaan juga akan meningkat (Tenriwaru dan Nasaruddin, 2020).

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan nilai bisnis, yang menunjukkan besarnya aset yang dimiliki oleh bisnis tersebut. Semakin besar suatu perusahaan, semakin mudah memperoleh cukup dana untuk mencapai tujuan mereka. Perusahaan sendiri terbagi menjadi dua jenis yaitu perusahaan kecil dan perusahaan besar (Yulianti *et al.*, 2024). Ukuran perusahaan adalah besar atau kecilnya perusahaan dan dapat terlihat dari besar kecilnya ekuitas perusahaan, pendapatan penjualan, dan total aktiva. Peningkatan total aktiva dapat mengindikasikan bahwa perusahaan telah mencapai arus kas positif dan diharapkan dapat menguntungkan perusahaan dalam jangka waktu yang cukup lama merupakan contoh dari kematangan perusahaan (Wardani dan Kaleka, 2022).

Ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dinyatakan atau diperkirakan berdasarkan total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Oleh karena itu, ukuran perusahaan juga dapat diartikan sebagai jumlah keseluruhan kekayaan yang dimiliki perusahaan dalam bentuk aktiva lancar ataupun aktiva tetap. Ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset, dimana semakin besar jumlah total aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut (Silalahi dan Sihotang, 2021). Ukuran perusahaan merupakan salah satu hal yang dipertimbangkan perusahaan ketika memutuskan kebijakan utangnyanya. Perusahaan besar memiliki keuntungan lebih dikenal oleh publik dibandingkan dengan perusahaan kecil (Setiawan, 2022). Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari fakta bahwa perusahaan yang besar mempunyai kapitalisasi pasar yang lebih besar, nilai buku yang tinggi dan keuntungan yang lebih tinggi sebaliknya, perusahaan kecil dan menengah memiliki kapitalisasi pasar yang rendah, dan keuntungan yang rendah (Yulianti *et al.*, 2024).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis statistik deskriptif dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Ndruru *et al.*, (2020) menjelaskan bahwa statistik deskriptif adalah analisis data dengan cara mendeskripsikan atau mengilustrasikan data yang dikumpulkan sedemikian rupa tanpa menarik kesimpulan umum atau generalisasi.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan juga sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian kuantitatif ini menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber lain atau data yang sudah ada sebelumnya. Data sekunder sering kali digunakan untuk analisis, penelitian, atau tujuan lain namun tidak dikumpulkan secara khusus untuk tujuan tertentu. Pada penelitian ini digunakan data sekunder berupa laporan tahunan (annual report) yang diterbitkan berturut-turut selama tahun 2019-2023 pada perusahaan sektor perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Alat analisis dan pengujian yang digunakan dalam penelitian ini berupa Uji Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Hipotesis dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS (Statistical Product and Service Solution) sebagai alat pengujinya. Desain penelitian ini memiliki empat variabel, diantaranya satu variabel dependen (Nilai Perusahaan), tiga variabel independen (Profitabilitas, Pengungkapan Tanggung Jawab Perusahaan, Ukuran Perusahaan).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan Kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review* ini dalam konsentrasi Audit Internal adalah:

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh keuntungan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi menunjukkan adanya kinerja perusahaan yang baik dan kondisi perusahaan yang menjanjikan di masa depan. Perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi mudah mendapatkan kepercayaan investor sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Utami dan Widati, 2022).

Profitabilitas merupakan hal yang paling penting untuk menghasilkan keuntungan guna mencapai tujuan perusahaan. Kondisi yang menguntungkan mempengaruhi perusahaan dengan baik karena tanpa keuntungan atau pendapatan maka sulit bagi perusahaan untuk menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut (Astakoni dan Wardita, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan Khofifah et al., (2022) dan Anggara et al., (2019) menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu kegiatan dimana perusahaan menggunakan asetnya untuk mendapatkan keuntungan. Perusahaan mengeluarkan biaya yang tidak bertanggung jawab secara sosial, namun perusahaan meyakini tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu bentuk upaya untuk menciptakan keuntungan jangka Panjang melalui investasi perusahaan, atau citra positif perusahaan yang diharapkan dapat tertanam dalam pola pikir Masyarakat (Syahzuni dan Florencia, 2022). Seperti dalam penelitian yang dilakukan Yuvianita et al., (2022) dan Khoirun dan Labibah, (2019) menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

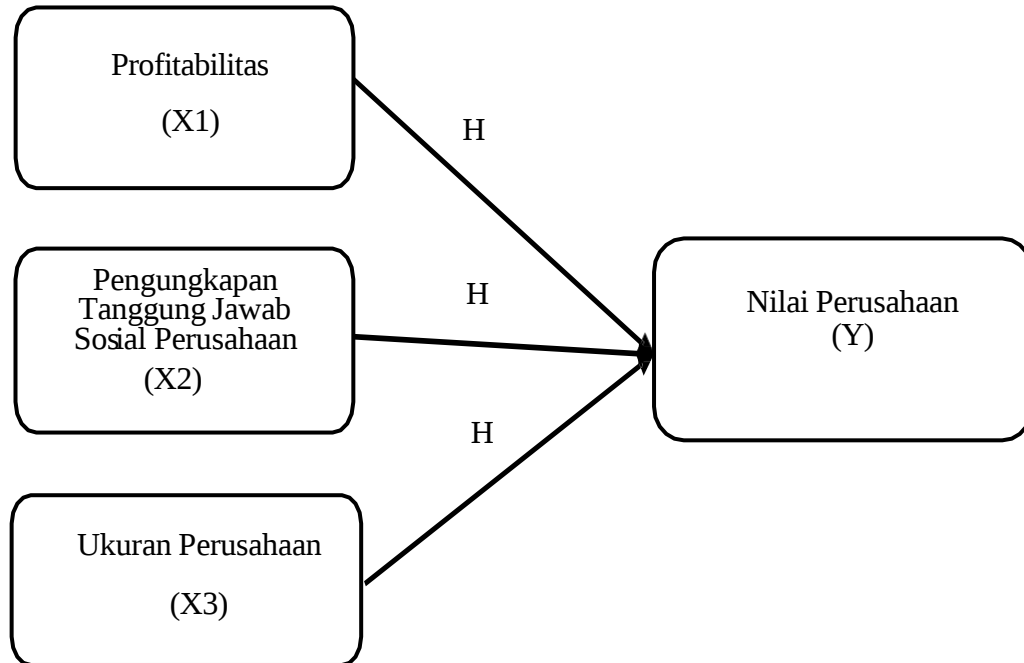
Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan akan mencerminkan besar serta kecilnya suatu perusahaan dan besar kecilnya mencerminkan total asetnya. Semakin besar suatu ukuran perusahaan maka cenderung investor akan menaruh perhatian terhadap perusahaan tersebut, karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil yang tercermin dari kemungkinan diperolehnya dana untuk pengembangan perusahaan, dan perusahaan besar mempunyai akses terhadap modal kerja dan sumber keuangan bagi bank untuk membiayai invetasi guna meningkatkan keuntungan. Stabilitas tersebut menarik perhatian atau minat investor untuk membeli saham perusahaan tersebut (Natalie dan Lisiantara, 2022) Dalam penelitian yang dilakukan Nugraha et al., (2021) dan Wardani

dan Kaleka, (2022) menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Kerangka Konseptual

Berdasarkan rumusan masalah, kajian teori, penelitian terdahulu yang relevan dan pembahasan pengaruh antar variabel, maka di perolah rerangka berfikir artikel ini seperti di bawah ini.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis memberikan kesimpulan pada penelitian ini sebagai berikut; 1) Berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 2) Berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 3) Berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, 4) Berdasarkan hasil dari penelitian ini yang menyatakan bahwa profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan beberapa masukan yang bermanfaat untuk Bursa Efek Indonesia dalam menentukan kebijakan perusahaan yang berkaitan dengan profitabilitas, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dimasa yang akan datang yakni sebagai berikut; 1) Peneliti selanjutnya perlu memperluas dalam menentukan objek penelitian, dapat menggunakan objek perusahaan manufaktur, perusahaan dagang, maupun perusahaan jasa, 2) Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya memperpanjang periode penelitian dan memperbanyak jumlah sampel yang digunakan, sehingga akan diperoleh gambaran yang lebih baik tentang nilai perusahaan sektor perbankan di Bursa Efek Indonesia, 3) Bagi pihak akademisi diharapkan dengan adanya hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian terhadap mata kuliah manajemen keuangan khususnya dalam hal analisis kinerja keuangan perusahaan, 4) Dari sudut pandang profitabilitas, sangat penting bagi perusahaan untuk terus meningkatkan efisiensi operasional dan pengelolaan keuangan. Dengan memastikan profitabilitas tetap tinggi dan stabil, perusahaan dapat menarik minat investor dan menunjukkan bahwa bisnisnya berkelanjutan. Ingatlah untuk terus menganalisis hasil keuangan dan mencari cara untuk terus meningkatkan profitabilitas, 5) Dalam hal pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan, perusahaan harus memastikan bahwa kegiatan CSR yang dilakukannya tidak hanya sekedar pencitraan, namun juga memberikan dampak nyata bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Transparansi dan konsistensi pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan juga sangat penting untuk membangun kepercayaan antara berbagai pihak, termasuk investor dan konsumen. Dengan informasi yang baik tentang tanggung jawab sosial, perusahaan dapat meningkatkan reputasi dan nilai mereka secara keseluruhan, 6) Terkait dengan ukuran perusahaan, sebaiknya perusahaan mempertimbangkan strategi yang tepat sesuai dengan ukurannya. Perusahaan besar dapat fokus pada efisiensi dan inovasi agar tetap kompetitif, sementara perusahaan kecil dan menengah mendapatkan keuntungan dari fleksibilitas dan kecepatan pengambilan keputusan. Penting juga untuk terus memantau perkembangan pasar dan bereaksi terhadap perubahan yang terjadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, N. A., & Irsad, M. (2021). Pengaruh Likuiditas, Struktur Modal, Profitabilitas, kebijakan Dividen dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(2), 329–339.
- Agustiningih, W., & Septiani, N. D. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1433–1440.

- Anggara, W., Mukhzarudfa, H., & L, T. A. (2019). *Pengaruh Struktur Modal Dan Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan LQ45 Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017*. 5, 131–144.
- Anggraini, A., & Yudiantoro, D. (2023). Pengaruh Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), Dan Debt to Equity Ratio (DER) Terhadap Nilai Perusahaan (PBV) Pada Perusahaan Sektor Industri Tekstil Dan Garmen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Encyclopedia of Finance*, 4(2), 233–233.
- Astakoni, I. M. P., & Wardita, I. W. (2020). Keputusan Investasi, Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Sebagai Faktor Penentu Nilai Perusahaan Manufaktur. *WACANA EKONOMI (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 19(1), 10–23.
- Astari, Y., Rinofah, R., & Mujino. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 1,2, 3(3), 71.
- Azahra, S., Marundha, A., & Khasanah, U. (2023). Corporate Social Responbility, Profitabilitas, Penghindaran Pajak Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Economina*, 2(10), 2951–2969.
- Aziz, M. S. N. H., & Widati, L. W. (2023). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 7(1), 71–84.
- Cahyanti, & Sukma, B. (2023). *Analisis Pengaruh Debt To Asset Ratio (DAR), Return On Asset (ROA), Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Kepemilikan Institusional terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)*. 3, 10–28.
- Cahyono, S., Surasni, N. K., & Hermanto, H. (2019). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Sektor Pertanian Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 8(4), 323–337.
- Diandra, P. K. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Inovatif*, 1(2), 1–8. <https://doi.org/10.59330/jai.v1i2.10>
- Dr. Ely Siswanto, S. Sos, M. M. (2021). Buku Ajar Manajemen Keuangan Dasar. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Issue 1).
- Erry Setiawan, S.E., M. M. (2022). Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Asset Serta Pengaruhnya Terhadap Leverage pada Perusahaan (Teori Hingga Empirik). In *Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia*.

- Fadillah, A., Tiara, S., & Elviani, S. (2021). Tinjauan Teoritis Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 9(3), 531–534.
- Fajriah, A. L., Idris, A., & Nadhiroh, U. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 7(1), 1–12.
- Febriani, V., & Munawaroh. (2022). *Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan*. 9(c).
- Fitri, E. P. N., & Haryati, T. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1926–1941.
- Hidayat, I., & Khotimah, K. (2022). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan sub sektor kimia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(1), 1–8.
- Irdawati, Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rahandri, D. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Struktur Modal, Enterprise Risk Management dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 172–188.
- Janah, N., & Munandar, A. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variable Moderasi. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(2), 494–512.
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi*, 3(1), 17–25.
- Khoirun, N., & Labibah, N. (2019). Pengaruh corporate social responsibility (csr) terhadap nilai perusahaan dengan corporate governance sebagai variabel mediasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(11), 5124–5131.
- Khotimah, A. R. K., Pratiwi, A. S., Simbolon, Y. L., Yudhanto, W., & Sijabat, Y. P. (2022). Pengaruh Kebijakan Hutang dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 97–110.
- Kristiadi, T., & Herijawati, E. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan*

- Akuntansi*, 2(4), 651–657.
- Lubis, S. S. (2021). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan. *Another Thesis, Univesitas Komputer Indonesia*.
- Marisa, C., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Perkebunan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariaah*, 4(6), 1615–1627.
- Mipo, M. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Moderating Variable Pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Owner*, 6(1), 736–745.
- Natalie, V., & Lisiantara, G. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas (ROA), Likuiditas (AKO), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Leverage (LTDER) terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 6(4), 4175–4186.
- Nathania, B., & Karnawati, Y. (2022). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 198.
- Ndruru, M., Silaban, P. B., Sihaloho, J., Manurung, K. M., & Sipahutar, T. T. U. (2020). Pengaruh likuiditas, Leverage, Dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur tahun 2015-2017. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 4(3), 2621–5306.
- Ningrum, E. P. (2022). Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi). In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Vol. 3, Issue 1).
- Nugraha, N. M., Susanti, N., & Rhamadan Setiawan, M. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Owner*, 5(1), 208–218.
- Putri, C. T., Yuniati, T., & Prayogo, B. (2024). Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2022. *Reslaj: Religion Educaton Social Laa Roiba Journal*, 6(4), 1941–1952.
- Sari, & Jumarni, E. (2019). *Pengaruh Biaya Lingkungan, Kepemilikan Asing, Kepemilikan Institusional Dan Political Cost Terhadap Kinerja Perusahaan*. 53–54.
- Setiowati, D. P., Sastrodiharjo, I., Mukti, A. H., Maidani, M., & Eprianto, I. (2024). Pengaruh Mekanisme Tata Kelola Perusahaan dan Pengungkapan Manajemen Risiko terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2020-2022).

- Jurnal Economina*, 3(2), 444–464.
- Silalahi, E. R. R., & Sihotang, V. A. P. (2021). *Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 7(2).
- Siregar, M. E. S., & Dalimunthe, S. (2019). *Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017*. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(2), 356–385.
- Sukanti, A. T. W., & Rahmawati, M. I. (2023). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan (JIAKu)*, 2(1), 49–62.
- Supriyadi, A., & Setyorini, C. T. (2020). *Pengaruh Pengungkapan Manajemen Risiko Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan Di Industri Perbankan Indonesia*. *Owner (Riset Dan Jurnal Akuntansi)*, 4(2), 467.
- Syahzuni, B. A., & Florencia, S. (2022). *Dampak Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Profitabilitas Perusahaan*. *Private Capital Markets*, 4(3), 133–141.
- Tenriwaru, & Nasaruddin, F. (2020). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variable Moderasi*. *SELL Journal*, 5(1), 55.
- Utami, C. N., & Widati, L. W. (2022). *Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan*. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(1), 885–893.
- Utami, R. L. C. (2019). *Pengaruh Pengungkapan Ekonomi, Lingkungan Dan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Antara*. *Perspektif Akuntansi*, 2(3), 269–288.
- Wardani, D. K., & Kaleka, W. W. (2022). *Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variable Moderasi*. 20(1), 105–123.
- Wardoyo, D. U., Rahmadani, R., & Hanggoro, P. T. (2021). *Good Corporate Governance Dalam Perspektif Teori Keagenan*. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 1(1), 39–43.
- Widjanarta. (2020). *Mengenal Csr / Pkbl Untuk Energi Terbarukan*.
- Yulianti, Y., Husadha, C., Rossa, E., Pangaribuan, D., & Yuniati, T. (2024). *Pengaruh Struktur Modal, Tata Kelola Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2019-2022*. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(3), 1491–1507.

Yuvianita, M., Ahmar, N., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan BUMN Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila (JIAP)*, 2(2), 138–150.