



Volume (3) (2025) : 1-14

RECEIVABLE

JURNAL ILMIAH AKUNTANSI

<https://ejurnal.unival-cilegon.ac.id/index.php/receivable>

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SEKTOR PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020-2022

Ahmad Nasrullah¹, Gita Puspita², Nurkholisah³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Al-Khairyah

Email: anas.arul@gmail.com¹, gitapuspita555@gmail.com², kholisohn77@gmail.com³

Penerima: April, 2025

Diterima: Juni, 2025

Dipublikasikan: Juli, 2025

Abstract

The background of this study is that the company value in mining sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2020-2024 has experienced fluctuations, and the total assets of mining sector companies have decreased.

The purpose of this research is to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and Company Size on Company Value both partially and simultaneously.

The research method used is quantitative, with secondary data types. The population in this study consists of Mining Sector Companies Listed on the IDX from 2020-2024. The sample obtained consists of 31 companies out of 73 companies using a purposive sampling method. Data analysis techniques used include classical assumption tests (normality test, multicollinearity test, autocorrelation test, and heteroscedasticity test), multiple linear regression test, hypothesis testing (t-test and f-test), and coefficient of determination test. After data collection, the next step is to process the data using SPSS 26. The results show that Corporate Social Responsibility (CSR) has a significant effect on Company Value, Company Size affects Company Value, and both Corporate Social Responsibility (CSR) and Company Size simultaneously affect Company Value.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), Company Size, Company Value

Abstrak

Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2024 mengalami fluktuasi dan total aset perusahaan sektor pertambangan mengalami penurunan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan secara parsial dan simultan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, sedangkan jenis datanya adalah sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024. Sampel yang diperoleh yaitu sebanyak 31 perusahaan dari 73 perusahaan dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas), uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t dan uji f), dan uji koefisien determinasi. Setelah data dikumpulkan langkah selanjutnya yaitu data diolah menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan, dan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Ukuran Perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, Nilai Perusahaan

© 2025, Receivable, Jurnal Ilmiah Akuntansi. Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Al-Khairyah

PENDAHULUAN

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai penilaian pasar atau nilai pasar dari seluruh entitas bisnis dikarenakan nilai perusahaan mampu memberikan keuntungan maksimal bagi pemegang saham. Guna mencapai nilai perusahaan, secara umum para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer autokomisaris (Nurlela & Islahudin dalam Rumajar, 2018). Nilai perusahaan mencerminkan sejauh mana suatu perusahaan dikenal dan diakui oleh masyarakat. Penilaian nilai perusahaan yang terbentuk berdasarkan indikator harga pasar saham sangat bergantung pada peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga akan meningkatkan harga saham. Jika nilai suatu perusahaan tinggi pasti banyak pihak yang berinvestasi. Nilai perusahaan dapat diukur dengan beberapa cara diantaranya *Price Book Value* (PBV), *Tobin's Q*, *Price Earning Ratio* (PER), *Dividen Yield Ratio*, *Dividen Payout Ratio* (DPR) dan *Market to Book Value of Equity* (MBVE) (Puspita & Wahyudi, 2021).

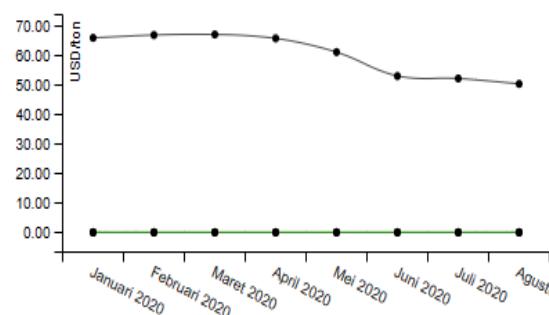
Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih perusahaan pertambangan sebagai objek sampel dikarenakan aktivitas operasionalnya yang erat hubungannya dengan pemanfaatan sumber daya alam. Keterlibatan langsung perusahaan tambang dalam proses operasionalnya mencakup eksploitasi dan ekspansi sumber daya alam, sehingga menciptakan hubungan yang signifikan dengan lingkungan. Di sisi lain, perusahaan pertambangan merupakan suatu sektor ekonomi yang krusial di Indonesia, mengingat negara ini mempunyai potensi sumber daya mineral dan energi yang sangat besar (Iswari & Nurcahyo, 2020).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan pertambangan adalah adanya penurunan laba yang berakibat pada penurunan nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh berbagai permasalahan, salah satunya terjadi di tahun 2020 ketika pandemi Covid-19 melanda sehingga memberikan dampak negatif hampir pada seluruh perusahaan sektor pertambangan, terutama yang fokus pada batu bara. Perusahaan-perusahaan tersebut melaporkan penurunan kinerja keuangan pada semester I tahun 2020. Adapun penyebab turunnya harga batu bara ditahun 2020 adalah menurunnya kinerja impor batu bara di negara-negara pengimpor terutama di kawasan Asia seperti China, India, Jepang dan Korea Selatan (www.minerba.esdm.go.id). Untuk lebih jelasnya harga penurunan batubara dapat dilihat pada grafik dibawah ini.

Gambar 1

Penurunan Harga Batu Bara Acuan Januari-Agustus 2020

Grafik Harga Batubara Acuan



Sumber : www.minerba.esdm.go.id

Perkembangan zaman menegaskan pentingnya hubungan antara perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sebagai faktor krusial untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan diharapkan memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga keseimbangan dalam hubungan ini. Tanggung jawab perusahaan terhadap pemeliharaan hubungan yang harmonis dengan masyarakat dan lingkungan semakin berkembang seiring dengan besarnya skala operasional perusahaan tersebut. (Dewantari, Cipta & Susila, 2019). Tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dapat diindikasikan melalui penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* (CSR) mencerminkan perhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, dan tindakan ini berpotensi meningkatkan nilai perusahaan yang pada akhirnya akan memengaruhi persepsi para pemangku kepentingan (Carroll & Brown, 2018). Keberlanjutan perusahaan kini tidak hanya bergantung pada keuntungan semata, tetapi juga pada dukungan terhadap *planet* (lingkungan alam) dan *people* (masyarakat). Tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi semakin penting, terutama bagi perusahaan yang terlibat dalam pengelolaan sumber daya alam (ekstraktif), perkebunan, dan jenis perusahaan lain yang memiliki risiko tinggi terhadap perubahan lingkungan alam dan sosial (Taufiq & Silaturahmi, 2022:1-2).

Secara teoritis nilai suatu perusahaan secara keseluruhan dipengaruhi oleh sejumlah faktor strategis. Salah satunya ialah ukuran perusahaan, yang dapat dianggap sebagai faktor penentu, mengingat pentingnya bagi investor atau kreditur terkait dengan risiko investasi. Perusahaan dengan ukuran besar telah melalui fase kematangan di mana mereka memiliki surplus arus kas dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat memiliki dampak pada nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga memengaruhi perilaku perusahaan dalam menjaga reputasi lingkungan mereka. Perusahaan publik besar secara sukarela berinvestasi dalam kegiatan bisnis yang ramah lingkungan untuk memenuhi persyaratan regulasi lingkungan, serta untuk membangun citra dan nilai pasar perusahaan (Utomo, 2019:8).

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan nilai perusahaan, sebagaimana diungkapkan oleh Kesumastuti & Dewi (2021). Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Dewantari, Cipta & Susila (2019) didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sebaliknya, berdasarkan penelitian Pangesti, Imron, Mahmudi & Hakim (2020) didapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Mustofa & Suaidah (2020), dengan memakai profitabilitas sebagai variabel moderasi pada perusahaan pertambangan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. penelitian ini peneliti mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Mustofa & Suaidah. Supriyono dalam Rumajar (2018) menyatakan bahwa guna mengatasi inkonsistensi dalam hasil penelitian sebelumnya diperlukan pendekatan kontijensi (*contingency approach*). Langkah ini diimplementasikan dengan memasukkan yang dapat berpotensi mempengaruhi nilai perusahaan dalam penelitian, dengan cara mengintegrasikan variabel yang lain. Dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel lain, yakni ukuran perusahaan (*firm size*).

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022. Sedangkan tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2020-2022.

LANDASAN TEORI

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility*)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen perusahaan atau dunia usaha untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menekankan keseimbangan antara kepedulian, ekonomi, sosial dan lingkungan (Tajeri, 2023:15). *Corporate Social Responsibility* (CSR) merujuk pada suatu ide di mana organisasi bisnis memperhitungkan kepentingan masyarakat, mengakui tanggung jawab mereka terhadap dampak kegiatan perusahaan pada semua pihak yang terlibat, dan memperhatikan lingkungan sekitar (Dewi & Suputra, 2019). Penilaian terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam penelitian ini menggunakan metode analisis konten kuantitatif atau *quantitative content analysis*. Fokus dalam analisis ini terletak pada observasi yang sistematis serta adanya proses kuantifikasi pola dalam teks atau adanya proses pengkodean (Coe & Scacco, 2017). Indikator dalam penelitian ini merujuk pada pedoman GRI Standards (*Global Reporting Initiative Standards*), yang mencakup GRI 200, GRI 300, dan GRI 400, yang membahas berbagai aspek seperti ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya, ukuran perusahaan mencerminkan tentang seberapa besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dikelompokkan menjadi perusahaan berskala besar dan perusahaan berskala kecil, yang dapat melalui total aset perusahaan, rata-rata tingkat penjualan, jumlah penjualan, serta nilai pasar saham (Rahmadani, Iskandarmuda & Abubakar 2020). Terdapat tiga faktor yang dapat memengaruhi ukuran perusahaan, yaitu (1) skala total aset, (2) besaran penjualan, dan (3) kapitalisasi pasar, sebagaimana disampaikan oleh Inten & Sijabat (2022). Dari informasi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa ketika nilai total aktiva meningkat, maka jumlah modal yang diinvestasikan juga akan semakin besar, Jika nilai total penjualan meningkat, maka perputaran uang akan menjadi lebih banyak dan lebih cepat, dan semakin besar nilai kapitalisasi pasar maka perusahaan akan semakin dikenal oleh berbagai pihak. Ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan dapat dihitung menggunakan rumus berikut:

$$Firm\ Size = \ln \text{Total Aset}$$

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dilihat dari harga saham perusahaan yang diperdagangkan. Ketika terjadi peningkatan harga saham, nilai perusahaan juga cenderung meningkat, yang berdampak pada peningkatan nilai bagi pemegang saham. Hal ini tercermin melalui tingkat pengembalian investasi (*return*) yang tinggi bagi pemegang saham (Novari & Lestari, 2016). Meningkatkan nilai perusahaan adalah fokus utama yang ingin dicapai oleh sebuah perusahaan. Pertumbuhan

nilai perusahaan akan terjamin secara berkelanjutan apabila perusahaan memberikan perhatian terhadap dimensi lingkungan hidup. Dengan perencanaan yang cermat, perusahaan dapat menjaga lingkungan dan memastikan prospek masa depan yang stabil. Ini memungkinkan perusahaan untuk terus berkolaborasi secara positif dengan lingkungan, sehingga perusahaan dinilai baik oleh masyarakat sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan (Manik, 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator rasio *Tobin's Q* untuk mengukur nilai perusahaan. Alasan penggunaan rasio *Tobin's Q* dalam penelitian ini didasarkan pada keyakinan bahwa rasio tersebut dapat memberikan informasi yang paling optimal, hal ini dikarenakan *Tobin's Q* tidak hanya memasukkan saham biasa dan ekuitas perusahaan, tetapi juga seluruh unsur utang dan aset perusahaan (Manik, 2019). Adapun rumus *Tobins' Q* yaitu sebagai berikut:

$$\text{Tobins'Q} = \frac{\text{Nilai Pasar Ekuitas} + \text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

Teori Keagenan

Teori agensi adalah konsep yang mengilustrasikan perjanjian antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*). Dalam konteks ini, di asumsikan bahwa pemegang saham (*principal*) hanya memiliki kepentingan pada pencapaian keuntungan atau laba. Sementara itu, manajemen dianggap menerima kompensasi finansial dalam bentuk gaji, dengan syarat-syarat tertentu, sesuai dengan asumsi tersebut (Rokhlinasari, 2015). Manajemen memiliki tanggung jawab untuk menyediakan informasi yang diperlukan oleh pemegang saham dan mengelola kegiatan operasional perusahaan dengan tujuan mencapai laba. Di sisi lain, pemegang saham juga diharapkan secara sukarela membagikan keuntungan yang diperoleh kepada manajemen sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Informasi yang disampaikan oleh manajemen tidak hanya terbatas pada laporan keuangan saja. Saat ini laporan mengenai pertanggungjawaban lingkungan juga memiliki tingkat kepentingan yang sebanding dengan informasi tentang laporan keuangan. Laporan mengenai pertanggungjawaban lingkungan, yang umumnya dikenal sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR), adalah salah satu laporan yang dibuat dengan maksud untuk memperkuat citra perusahaan, meningkatkan nilai perusahaan, dan menarik perhatian masyarakat sekitar (Rokhlinasari, 2015).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan nilai perusahaan sebagai variabel independen serta *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan sebagai variabel dependen. Nilai perusahaan dihitung dengan *Tobins' Q*, *Corporate Social Responsibility* dihitung berdasarkan standar *Global Reporting Initiative (GRI) Standards*. Ukuran perusahaan dihitung menggunakan *LN Total Aset*.

Jenis penelitian ini termasuk kategori penelitian kausal untuk menganalisis hubungan sebab akibat antar variabel. Sementara sumber data penelitian dikategorikan sebagai data sekunder. Populasi penelitian ini mencakup perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2020-2022. Penentuan sampel ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Syarat pertama, sampel termasuk ke dalam perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode tahun 2020-2022. Syarat kedua, perusahaan pertambangan yang mengungkapkan CSR pada laporan tahunannya selama tahun 2020-2022. Syarat yang terakhir perusahaan tidak sedang mengalami

suspensi selama periode 2020-2022. Sampel yang didapatkan berdasarkan kriteria tersebut sebanyak 31 perusahaan dalam kurun waktu tahun 2020 sampai tahun 2022.

Analisis data pada penelitian ini menggunakan statistik deskriptif. Data yang telah dikumpulkan kemudian akan diuji kelayakannya menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Setelah itu dilakukan pengujian hipotesis yang terdiri dari Uji F, Uji T dan Koefisien Determinasi dengan metode regresi linier berganda. Pemilihan metode regresi linier berganda sebagai teknik analisis data dikarenakan variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah dua, sedangkan variabel dependen berjumlah satu. Berdasarkan penjabaran di atas, persamaan regresi pada penelitian ini yaitu:

$$eY = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan
 α = Konstanta
 β_1 dan β_2 = Koefisien regresi masing-masing variabel independen
 X_1 = *Corporate Social Responsibility*
 X_2 = Ukuran Perusahaan
 e = *Random error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	93	-2.88	-.06	-1.1347	.68497
Ukuran Perusahaan	93	3.24	3.74	3.3976	.09789
Nilai Perusahaan	93	-2.15	1.84	-.0164	.65972
Valid N (listwise)	93				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Berdasarkan perhitungan yang tertera pada tabel di atas, CSR memiliki nilai minimum sebesar -2,88 nilai ini dimiliki oleh PT. Apexindo Pratama Duta Tbk pada tahun 2020. Nilai maksimum sebesar -0,06 nilai ini dimiliki oleh PT. Soechi Lines Tbk pada tahun 2021. Nilai rata-rata sebesar -1,1347. Dengan nilai standar daviasi sebesar 0,68497.

Kemudian Ukuran Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar 3,24 nilai ini dimiliki oleh PT. Resource Alam Indonesia Tbk pada tahun 2020. Nilai maksimum sebesar 3,74 PT. Resource Alam Indonesia Tbk pada tahun 2022. Nilai rata-rata sebesar 3,3976. Dengan nilai standar deviasi sebesar 0,09789.

Selanjutnya Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum sebesar -2,15 nilai ini dimiliki oleh PT. Mitra Energi Persada Tbk pada tahun 2020. Nilai maksimum sebesar 1,84 PT. Borneo Olah Sarana pada tahun 2020. Nilai rata-rata sebesar -0,0164 Dengan nilai standar deviasi sebesar 0,65972.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 2
Hasil Uji One-sampel Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	93
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.56386549
Most Extreme Differences		
	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.044
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Hasil uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov* pada tabel diatas menunjukkan tingkat probabilitas signifikan seluruh variabel sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data residual pada model regresi ini berdistribusi secara normal. Dengan demikian, model regresi yang diterapkan sudah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	12.421	2.280		5.447	.000		
	CSR	.376	.094	.390	3.997	.000	.851	1.175
	Ukuran Perusahaan	-3.535	.658	-.525	-5.371	.000	.851	1.175

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Hasil uji multikolinieritas yang tercantum dalam tabel di atas menunjukkan bahwa CSR memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,851 > 0,10$ dengan nilai *VIF* sebesar $1,175 < 10$ dan ukuran perusahaan memiliki nilai *tolerance* sebesar $0,851 > 0,10$ dengan nilai *VIF* sebesar $1,175 < 10$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.519 ^a	.269	.253	.57010	2.034

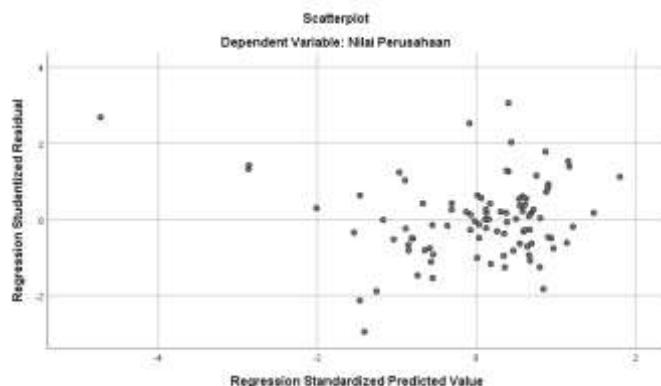
a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, tahun 2024.

Berdasarkan tabel diatas nilai *Durbin-Watson* (DW) tercatat sebesar 2,034. Dengan nilai signifikansi 0,05, jumlah variabel independen (X) sebanyak 2 dan total data (n) sebanyak 93, diperoleh nilai DL sebesar 1,6188, nilai DU sebesar 1,7066., dan nilai 4-DU sebesar 2,2934. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa nilai DU < DW < 4-DU, yang menunjukkan bahwa terbebas dari autokorelasi.

Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a			Collinearity Statistics			
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.421	2.280		5.447	.000		
CSR	.376	.094	.390	3.997	.000	.851	1.175
Ukuran Perusahaan	-3.535	.658	-.525	-5.371	.000	.851	1.175

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang telah dilakukan, diperoleh rumus dan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,421 + 0,376 X_1 + (-3,535 X_2)$$

Keterangan:

Y = Nilai Perusahaan
 α = 12,421
 $\beta_1 X_1$ (CSR) = 0,376
 $\beta_2 X_2$ (Ukuran Perusahaan) = -3,535

Artinya Konstanta 12,421 memberikan arti apabila CSR dan ukuran perusahaan diasumsikan sebesar 0, maka nilai perusahaan secara konstanta bernilai sebesar 12,421. Kemudian koefisien regresi variabel CSR (X_1) sebesar 0,376, artinya jika CSR mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai perusahaan (Y) mengalami peningkatan sebesar 0,376 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap. Selanjutnya koefisien regresi variabel ukuran perusahaan (X_2) sebesar -3,535, artinya jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai perusahaan (Y) mengalami penurunan sebesar -3,535 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Uji Hipotesis

Tabel 6
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
1 (Constant)	12.421	2.280		5.447	.000
CSR	.376	.094	.390	3.997	.000
Ukuran Perusahaan	-3.535	.658	-.525	-5.371	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji parsial yang tertera pada tabel diatas diperoleh hasil variabel CSR memperoleh nilai t hitung sebesar $3,997 > 1,986$ t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai

perusahaan. Kemudian variabel ukuran perusahaan diperoleh nilai t hitung sebesar $-5,371 > 1,986$ t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Tabel 7
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.790	2	5.395	16.600	.000 ^b
	Residual	29.251	90	.325		
	Total	40.041	92			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, CSR

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji simultan yang tertera pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 16,600 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Berdasarkan data yang ada nilai F tabel adalah 3,09 Hal ini menunjukkan bahwa F hitung $16,600 > 3,09$ F tabel dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa CSR dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Determinasi

Tabel 8
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.519 ^a	.269	.253	.57010	2.034

a. Predictors: (Constant), Ukuran Perusahaan, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS 26, tahun 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *R-Square* sebesar 0,269. Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan CSR dan ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 26,9% sedangkan sisanya sebesar 97,31% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan hasil uji t diperoleh t hitung $3,997 > 1,986$ t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dalam teori *agency* menjelaskan bahwa perusahaan mengungkapkan kegiatan CSR untuk mengurangi potensi konflik (*agency problem*) antara manajer dan pihak lainnya termasuk *stakeholder*, manajemen perusahaan akan mengeluarkan biaya untuk

meningkatkan nilai perusahaan di mata pemiliknya, salah satunya dengan mengungkapkan informasi tentang aktivitas sosial yang telah dilakukan. Melalui pengungkapan CSR, agen berupaya meyakinkan pemilik bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa depan, karena CSR dianggap sebagai investasi jangka panjang yang mendukung pencapaian tujuan utama, yaitu pembangunan berkelanjutan. Pengungkapan CSR juga meyakinkan pemilik perusahaan bahwa manajer bertindak dengan baik. Informasi tersebut dapat diterima sebagai bagian dari proses pemantauan untuk meminimalkan ketidakseimbangan informasi dan masalah agensi yang akhirnya bisa meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh kesumastuti & Dewi (2021) yang menunjukkan bahwa semakin luas pelaksanaan dan pengungkapan CSR oleh perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan hasil uji t diperoleh t hitung $-5,371 > 1,986$ t tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dalam kaitannya dengan teori agensi, tentunya pihak agen (manajer) akan berusaha untuk meningkatkan ukuran perusahaan. Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Biasanya perusahaan besar memperoleh tanggapan positif dari pemodal maka nilai perusahaan dapat naik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewantari, Susila & Cipta (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga menarik minat investor yang mencari peluang pertumbuhan dan stabilitas dalam investasi mereka sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan hasil uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar $16,600 > 3,09$ F tabel dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan teori agensi, perusahaan besar menghadapi biaya agensi yang lebih tinggi karena ukuran perusahaan yang besar menimbulkan kekhawatiran di kalangan pemegang saham (principal). Untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan akan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih mendetail. Selain laporan keuangan, informasi yang diungkapkan juga mencakup aspek lain seperti tanggung jawab sosial. Perusahaan besar kini mendapat perhatian khusus dari investor dan pemerintah terkait bagaimana manajemen mengelola operasional, struktur modal dan aset yang besar, serta perlakuan terhadap karyawan dan kepedulian terhadap lingkungan. Faktor-faktor ini menjadi pertimbangan utama bagi investor dalam menentukan strategi investasi mereka. Dengan demikian, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi pengaruh pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Mazida (2019) yang menyatakan bahwa Perusahaan dengan ukuran yang besar secara sukarela mengungkapkan tanggung jawab sosial dan melaporkannya dalam laporan tahunan. Karena dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan akan dinilai baik oleh investor dan masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dengan demikian semakin luas pelaksanaan dan pengungkapan CSR oleh perusahaan, semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. penerapan CSR mencerminkan perhatian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan cenderung mendapatkan respons positif dari investor, yang pada akhirnya akan meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi, sehingga berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga menarik minat investor yang mencari peluang pertumbuhan dan stabilitas dalam investasi mereka, ukuran perusahaan yang berskala besar juga lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari pihak kreditur. Semakin besar ukuran perusahaan maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut, sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, Secara teoritis nilai suatu perusahaan secara keseluruhan dipengaruhi oleh sejumlah faktor strategis. Salah satunya ialah ukuran perusahaan, yang dapat dianggap sebagai faktor penentu, mengingat pentingnya bagi investor atau kreditur terkait dengan risiko investasi. Perusahaan dengan ukuran besar telah melalui fase kematangan di mana mereka memiliki surplus arus kas dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Sehingga menarik investor untuk berinvestasi diperussahaan tersebut. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat memiliki dampak pada nilai perusahaan. Selain itu, ukuran perusahaan juga memengaruhi perilaku perusahaan dalam menjaga reputasi lingkungan mereka. Perusahaan dengan ukuran yang besar secara sukarela mengungkapkan tanggung jawab sosial dan melaporkannya dalam laporan tahunan. Karena dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan akan dinilai baik oleh investor dan masyarakat sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan simpulan penelitian yaitu bagi perusahaan pertambangan yang belum melaksanakan program CSR sebaiknya mulai meningkatkan kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan serta melakukan penelitian untuk memahami kebutuhan masyarakat sekitar melalui dialog dan survei kemudian merancang program CSR yang relevan. Karena pelaksanaan CSR merupakan kewajiban yang telah diatur dalam Undang-undang dan Peraturan Pemerintah. Komitmen terhadap transparansi dan akuntabilitas sangat penting, dengan melaporkan hasil dan dampak kegiatan CSR secara rutin untuk membangun kepercayaan investor terhadap Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

A, D. R., & Solikhin, T. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Jambi*, Vol. 6 no. 1, 10-17.

Adiwibowo, M. M. (2022). Struktur Modal dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019). *Diponegoro Journal Of Accounting*, Vol 11 No.2, 1-12.

Aghnитама, Dwi, R., & Hersugondo, A. R. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Profitabilitas Perusahaan Pada Indeks Investor 33 di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM)*, Vol. 18 no. 2, 1-11.

Alamsyah, A. R. (2019). *Determinasi Nilai Perusahaan*. Jakarta: Jakad Publishing.

Amdan Firmansyah, N. A. (2021). Analisis Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3, No. 1, 42-53.

Brown, A. B. (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research, and Issues. In *Corporate Social Responsibility*. Emerald Publishing Limited, Vol. 2, 39-69.

Christiawan, R. (2021). *Filosofi dan Implementasi CSR di Indonesia*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Darmayanti, N. M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, Profitabilitas & Struktur Modal Pada Perusahaan Transportasi & Logistik. *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 11 No. 8, 1462-1482.

Dewantari, N. L., & Susila, W. C. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages di BEI. *Jurnal Managemen*, Vol. 5 no. 2, 68-75.

Dewi, M. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, Vol. 31 no. 7, 1854-1866.

Ghazali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM. SPSS 26*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.

Indah Ayu Johanda Putri, B. &. (2023). *Faktor Penentu Nilai Perusahaan*. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Lako, A. (2019). *Akuntansi Hijau - Isu, Teori, dan Aplikasi*. Salemba Empat.

Pribadi Wiyatmojo, I. R. (2022). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dasar (Deductive Corporate Social Responsibility)*. Yogyakarta: Deepublish Digital.

Silaturahmi, A. R. (2022). *Buku Ajar Akuntansi Lingkungan dan Sosial*. Jawa Timur: UNIPMA PRESS.

Sinduwiatmo, A. R. (2020). *Buku Ajar Corporate Social Responsibility dan Community Development*. Jawa Timur: UMSIDA Press.

Solihin, I. (2021). *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta Selatan : Salemba Empat.

Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta .