

Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Eny Maryanti^{1*}, Ruci Arizanda Rahayu², Ika Putri Mujirahayu³

¹ Program Studi; Akuntansi Institusi; Universitas Muhamamadiyah Sidoarjo, Jl. Mojopahit 666b Sidoarjo; email: enymaryanti@umsida.ac.id

* Korespondensi: e-mail: enymaryanti@umsida.ac.id

Diterima: 31 Agustus 2022 ; Review: 27 November 2022; Disetujui: 01 Desember 2022

Cara sitasi: Maryanti E., 2022. *Profitabilitas, Leverage, Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan*. Vol 7 (2): 141-154.

Abstrak: Pada dasarnya tujuan paling utama sebuah perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal dengan menghasilkan sebuah produk dan/atau jasa yang mampu berkompetitif di pasar sehingga meningkatkan nilai perusahaan. Tujuan utama dilakukannya penelitian ini yaitu guna mengetahui apakah profitabilitas, leverage, corporate social responsibility serta pertumbuhan perusahaan dapat mempengaruhi nilai perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI). Periode yang diambil dalam penelitian ini dari tahun 2018 – 2020. Populasi yang ditentukan dalam penelitian meliputi semua perusahaan pada manufaktur periode tahun 2018 – 2020 pada Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan teknik purposive sampling. Data populasi penelitian sejumlah 261 perusahaan dan sampel yang didapatkan sejumlah 104 perusahaan. Metode untuk analisis data yang digunakan berupa SPSS versi 25. Hasil penelitian menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan EPS (*earning per share*) dapat mempengaruhi secara positif signifikan pada nilai perusahaan, leverage yang diproksikan dengan DER (*debt to equity ratio*) dapat mempengaruhi nilai perusahaan namun bersifat negatif. Sedangkan *corporate social responsibility* yang diungkap perusahaan secara positif signifikan mempengaruhi nilai perusahaan serta pertumbuhan perusahaan yang diproksikan dengan penjualan perusahaan (*sales growth*) juga mempengaruhi secara positif.

Kata kunci: Profitabilitas, Leverage, Corporate Social responsibility, pertumbuhan perusahaan, nilai perusahaan

Abstract: Basically, the main goal of a company is to achieve maximum profit by producing a product and/or service that is able to be competitive in the market so as to increase the value of the company. The main purpose of this research is to find out whether profitability, leverage, corporate social responsibility and company growth can affect the value of manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The period taken in this study is from 2018 - 2020. The population specified in the study includes all companies in manufacturing for the period 2018 - 2020 on the Indonesia Stock Exchange. The research sample was taken using purposive sampling technique. The research population data are 261 companies and the samples obtained are 104 companies. The method for data analysis used is SPSS version 25. The results of the study state that profitability proxied by EPS (*earnings per share*) can have a significant positive effect on firm value, leverage proxied by DER (*debt to equity ratio*) can affect firm value but negative. Meanwhile, the corporate social responsibility disclosed by the company has a significant positive effect on the value of the company and the company's growth which is proxied by the company's sales (*sales growth*) also has a positive influence

Keywords: Profitability, Leverage, Corporate Social responsibility, company's growth, Firm value

1. Pendahuluan

Melihat Perkembangan Perusahaan manufaktur di Indonesia dari tahun ke tahunnya mengalami perkembangan yang sangat pesat diimbangi dengan kemajuan teknologi yang semakin bersaing di dunia industri ini. Pada dasarnya tujuan paling utama dan pertama sebuah perusahaan adalah untuk mencapai keuntungan yang maksimal dengan menghasilkan sebuah produk dan/atau jasa yang mampu berkompetitif di pasar. Besar dan kecilnya suatu *profitabilitas* yang diwujudkan oleh sebuah perusahaan akan memberikan pengaruh pada nilai perusahaan itu sendiri. Hal tersebut dapat diamati ketika *profitabilitas* digunakan sebagai alat ukur sedangkan bagaimana kondisi kinerja keuangan perusahaan akan diperlihatkan oleh pendapatan laba perusahaan (Rudangga dan Sudiarta, 2016). *Profitabilitas* yang dihasilkan perusahaan diharapkan mampu memenuhi kebutuhan dan kelancaran operasional usaha, akan tetapi apabila *profitabilitas* tidak dapat memenuhi kepentingan tersebut maka perusahaan harus mencari sumber dana eksternal agar dapat mempertahankan kelangsungan usahanya.

Pemenuhan sumber dana dapat dilakukan perusahaan melalui pinjaman baik jangka pendek maupun jangka panjang dimana akan berpengaruh terhadap tingkat *leverage* perusahaan. *Leverage* menunjukkan bagaimana kemampuan perusahaan membayar seluruh kewajiban finansial (jangka pendek dan jangka panjang), atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang (Wiagustini & Pertamawati, 2015). Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kuswanto et al (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa tingginya *leverage* dianggap sebagai sinyal baik sehingga nilai perusahaan pun menjadi tinggi. Sedangkan hasil penelitian Sari dan Abundanti (2014) justru menemukan hasil berbeda dimana penelitian membuktikan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Leverage* adalah salah satu upaya perusahaan untuk memenuhi serta mempertahankan nilai perusahaannya.

Berkaitan dengan upaya mempertahankan dan memenuhi nilainya sebuah perusahaan harus memiliki strategi-strategi yang dapat diterapkan dalam perusahaan tersebut. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kewajiban yang harus

dimiliki dan dilaksanakan perusahaan terlebih pada saat sekarang ini. Investor sangat menghargai praktik CSR didalam perusahaan dan mengetahui bahwa aktivitas CSR sebagai informasi untuk menilai keberlangsungan hidup suatu perusahaan dimasa yang akan datang. Pada era globalisasi saat ini, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (Wibisono, 2008:32). Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom lines*, yaitu tidak hanya *profit*, tetapi juga mampu memberikan kontribusi kepada masyarakat serta ikut aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan sehingga perusahaan harus seimbang dalam kegiatan sosial, ekonomi, dan lingkungan. Hal ini disebabkan kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Disisi lain pertumbuhan perusahaan juga memiliki alasan sebagai variabel independen untuk diteliti karena pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan, dan dianggap mampu menghasilkan keuntungan yang lebih baik dari waktu ke waktu (Gustian, 2017). Pertumbuhan (*growth*) adalah seberapa jauh perusahaan menempatkan diri dalam sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama (Machfoedz,2007).

Penelitian ini menggunakan objek penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang berskala besar dan memiliki kemampuan yang lebih dalam hal produktivitas. Disamping itu, perusahaan manufaktur berupaya memenuhi kebutuhan masyarakat luas sehari – hari melalui produk – produk yang dihasilkan, oleh karena itu perusahaan manufaktur akan terus berkembang dan bertumbuh seiring dengan perkembangan zaman dan perkembangan teknologi untuk memenuhi serta menyesuaikan produktivitasnya dengan kebutuhan masyarakat saat ini maupun masa mendatang. Pemilihan periode penelitian pada tahun 2017 – 2019 juga menjadi hal yang diperhatikan, karena pada rentang tahun tersebut terjadi fluktuasi produksi pada perusahaan manufaktur besar dan sedang yang menjadi perhatian khusus Badan Pusat Statistik.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh profitabilitas, *leverage*, *corporate social responsibility* dan pertumbuhan perusahaan

terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017 – 2019.

Hipotesis 1 : *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Meningkatkan *profitabilitas* artinya adalah menghasilkan laba yang mana menjadi tujuan utama sebuah perusahaan. Peningkatan pada *profitabilitas* ini akan mempengaruhi nilai perusahaan dan berbanding lurus, yang artinya apabila *profitabilitas* perusahaan bertambah besar maka prospek perusahaan dinilai juga semakin meningkat. Menurut Khumairoh, Kalbuana dan Mulyati (2016) salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan *profitabilitas* perusahaan. Artinya apabila kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba semakin baik maka semakin baik nilai perusahaan di mata para investor, karena peningkatan laba perusahaan dapat meningkatkan harga saham, dimana hal tersebut mencerminkan nilai yang baik bagi investor.

Hipotesis 2 : *Leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Leverage merupakan suatu rasio yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana kemampuan suatu perusahaan dalam melunasi utang-utang yang dimiliki perusahaan tersebut. Penggunaan hutang pada perusahaan bisa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan karena dengan adanya hutang yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Susanti (2010) menemukan hasil bahwa *leverage* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi leverage suatu perusahaan, maka nilai perusahaannya akan turun. Menurut Analisa (2011) leverage dapat dipahami sebagai penaksir dari resiko yang melekat pada suatu perusahaan. Artinya, *leverage* yang semakin besar menunjukkan risiko investasi yang semakin besar pula. Perusahaan dengan *leverage* yang rendah memiliki risiko *leverage* yang lebih kecil.

Hipotesis 3 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa dengan adanya tanggung jawab sosial maka kinerja sosial perusahaan akan baik dan diharapkan perusahaan juga akan dinilai baik oleh investor. Walaupun dengan melakukan CSR artinya tingkat pendapatan dan tingkat keuntungan perusahaan dapat berkurang karena sebagai akibat adanya beban yang ditimbulkan dari pengeluaran sejumlah biaya – biaya yang diperlukan untuk pelaksanaan CSR tersebut. Namun dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila *Corporate Social Responsibility* dilaksanakan secara berkesinambungan maka dapat berguna sebagai alat pemasaran bagi perusahaan walaupun pelaksanaannya diperlukan tambahan biaya (Amanda, 2016). Apabila kedepannya nanti perusahaan melakukan pengungkapan CSR secara berkesinambungan dan konsisten, maka tidak bisa dipungkiri pasar juga akan mengapresiasi secara positif yang mana akan tercermin pada kenaikan harga saham perusahaan dan berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan.

Hipotesis 4 : Pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Pertumbuhan perusahaan adalah salah satu penilaian investor dalam pengambilan keputusan saat akan berinvestasi ke dalam suatu perusahaan atau tidak. Pertumbuhan yang baik akan mencerminkan perkembangan perusahaan yang baik pula. Menurut sudut pandang investor perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang baik akan menghasilkan tingkat pengembalian (rate of return) yang baik dari investasi yang dilakukannya ke perusahaan. Semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba, maka semakin besar return yang diharapkan oleh para investor. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Suryandani (2018) yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *profitabilitas* (X1), *leverage* (X2), *corporate social responsibility* (X3) dan pertumbuhan perusahaan (X4). *Profitabilitas* adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan

mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima (Meithasari; 2017). *Profitabilitas* diukur menggunakan indikator *earning per share* (EPS). *Leverage* adalah penggunaan asset dan sumber dana oleh perusahaan dimana dalam penggunaan asset atau dana tersebut perusahaan harus mengeluarkan biaya tetap atau beban tetap (Martono dan Harjito, 2008:295). *Leverage* diukur menggunakan indikator *debt to equity ratio* (DER). *Corporate social responsibility* sebagai tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono; 2007). CSR diukur menggunakan indikator dalam GRI *Standard Disclosure* G4 dan pemberian skor menggunakan skala likert.

Tabel 1. Skala Likert terhadap indikator CSR

Skor	Keterangan
0	Perusahaan tidak memberikan penjelasan untuk indikator
1	Perusahaan hanya menyebutkan indikator tanpa adanya penjelasan
2	Perusahaan menyebutkan indikator dan memberikan penjelasan secara singkat
3	Perusahaan menyebutkan indikator dan memberikan penjelasan dengan beberapa detail atau rincian
4	Perusahaan menjelaskan indikator secara lengkap dan rinci

Variabel dependen yaitu nilai perusahaan (Y1). Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono, 2009:233).

Populasi dalam penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2020. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling jenis *purposive* sampling yang mana teknik dalam pengambilan data dengan adanya pertimbangan tertentu (Sugiyono; 2017). Kriteria sampel yang telah ditetapkan : 1)Penyajian laporan keuangan menggunakan mata uang rupiah dan laporan keuangan yang telah diaudit dan dipublikasikan pada periode 2018-2020, 2)Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun pengamatan, 3)Perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan secara berturut – turut.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder. Data sekunder pada penelitian ini bersumber dari laporan keuangan pada perusahaan manufaktur dengan kategori manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia atau www.idx.co.id.

Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan software SPSS versi 25. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedasitas, uji autokorelasi, dan uji multikolinearitas.

3. Hasil dan Pembahasan

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sign.
	B	Std. Error	Beta		
C	1,039	,246		4,215	0,000
EPS	0,002	,001	,185	2,054	0,043
DER	-0,634	,241	-,232	-2,627	0,010
CSR	2,816	,801	,319	3,515	0,001
PBV	3,353	1,342	,223	2,499	0,014

Sumber : Output SPSS 25, 2021

Dari tabel diatas hasil regresi pengujian persamaan regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh model persamaan sebagai berikut :

$$PBV = 1,039 + 0,002 \text{ EPS} - 0,634 \text{ DER} + 2,816 \text{ CSR} + 3,353 \text{ SG} + e$$

Nilai koefisien konstanta sebesar 1,039 menunjukkan bahwa apabila variabel independen (EPS, DER, CSR dan Sales Growth) bernilai 0 maka PBV memiliki nilai sebesar 1,039.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui nilai signifikansi untuk variabel independen X1 (EPS) terhadap variabel dependen Y (PBV) sebesar $0.043 < 0.05$ dan $t \text{ hitung } 2.054 > t \text{ tabel } 1.984$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif signifikan sebesar 0.002 terhadap PBV. Sehingga apabila EPS meningkat 1% maka PBV mengalami peningkatan sebesar 0.2%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan yang dapat meningkatkan laba maka akan meningkatkan nilai perusahaan itu juga. Hal tersebut dikarenakan profitabilitas yang dihasilkan perusahaan secara tidak langsung telah meningkatkan kinerja perusahaan. Apabila perusahaan mampu dan konsisten dalam meningkatkan profitabilitas perusahaannya setiap tahunnya, maka besar kemungkinan akan mendatangkan banyak investor, sehingga terjadi kenaikan

harga saham yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam teori persinyalan, *earning per share* (EPS) sebagai bagian dari laporan keuangan perusahaan telah memberikan sinyal kepada para investor bagaimana kinerja suatu perusahaan yang menghasilkan laba yang diharapkan.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dari Sambora (2014) yang menyatakan bahwa EPS signifikan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan karena jika EPS meningkat maka investor tertarik untuk berinvestasi sehingga harga saham ikut meningkat maka dari itu *profitabilitas* sangat mempengaruhi penilaian investor terhadap suatu perusahaan apakah layak dijadikan tempat penanaman modal yang menguntungkan atau tidak, dengan harapan agar para investor memperoleh nilai deviden yang diinginkan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Rudangga dan Sudiarta (2016) yang menyatakan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui nilai signifikansi untuk variabel independen X2 (DER) terhadap variabel dependen Y (PBV) sebesar $0.010 > 0.05$ dan t hitung $-2.627 < t$ tabel 1.984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh negatif signifikan sebesar -0.634 terhadap PBV. Sehingga apabila nilai DER mengalami peningkatan 1% maka nilai PBV mengalami penurunan sebesar 63.4%. Karena *leverage* merupakan rasio yang menghitung seberapa jauh dana yang disediakan kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan manajemen untuk berusaha menjaga agar rasio *leverage* tidak bertambah tinggi sehingga risiko yang diakibatkan oleh rasio *leverage* juga lebih rendah. Dan hal ini dapat meningkatkan nilai perusahaan sebab investor akan lebih tertarik berinvestasi pada perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* rendah daripada perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Handayani (2016) yang menunjukkan bahwa *leverage* memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan karena perusahaan lebih menyukai *internal financing* dan apabila pendanaan dari luar (*eksternal financing*) diperlukan. Namun penelitian yang dilakukan Utama dan Lisa (2018) menemukan hasil yang berbeda yang menyatakan bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai

perusahaan sedangkan hasil penelitian Rachmawati dan Pinem (2015) justru berbanding terbalik yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui nilai signifikansi untuk variabel independen X3 (CSR) terhadap variabel dependen Y (PBV) sebesar $0.001 < 0.05$ dan t hitung $3.515 > t$ tabel 1.984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti CSR memiliki pengaruh positif signifikan terhadap PBV sebesar 2.816. Sehingga apabila CSR meningkat 1%, maka nilai PBV juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 281.6%. Hasil penelitian ini mengacu pada teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan harus melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Kemudian hal ini dapat dijadikan sebagai wahana untuk membangun strategi perusahaan, terutama terkait upaya memposisikan diri ditengah lingkungan masyarakat yang semakin maju (Hadi; 2011). Dengan demikian opini serta penilaian masyarakat terhadap perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan baik dimata masyarakat, karyawan dan para investor.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawati et al (2016), pengungkapan CSR merupakan kontribusi positif yang dilakukan suatu perusahaan dan kontribusi positif tersebut mengarah pada image positif suatu perusahaan yang dinilai oleh investor. Penilaian positif investor akan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan karena penilaian positif tersebut menyebabkan keinginan investor untuk berinvestasi. Selain itu karyawan juga akan mendapatkan kesejahteraan yang dapat mengakibatkan meningkatkany kinerja para karyawan. Peningkatan kinerja tersebut akan menjadi tolak ukur nilai suatu perusahaan.

Namun Penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Stacia dan Juniarti (2015) serta Lay dan Juniarti (2015), dimana kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Diketahui nilai signifikansi untuk variabel independen X4 (SG) terhadap variabel dependen Y (PBV) sebesar $0.014 < 0.05$ dan t hitung $2.499 < t$ tabel 1.984, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti SG memiliki pengaruh

positif signifikan terhadap PBV sebesar 3.853. Sehingga apabila nilai SG mengalami peningkatan sebesar 1%, maka PBV akan meningkat 335,3%. Hal ini terjadi dikarenakan besarnya perubahan total penjualan perusahaan selama tahun penelitian lebih besar jika dibandingkan dengan perubahan total penjualan perusahaan pada tahun sebelumnya. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap terjadi perubahan peningkatan total penjualan selama periode penelitian dapat memengaruhi nilai perusahaan bagi kalangan investor. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan tinggi cenderung akan diminati sahamnya oleh para investor. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Gustian (2017) yang menunjukkan bahwa variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Menurut Gustian (2017) hal ini disebabkan besarnya perubahan total aktiva perusahaan tahun ini lebih besar dibandingkan dengan perubahan total aktiva perusahaan tahun sebelumnya yang berarti setiap ada peningkatan perubahan total aktiva selama periode penelitian akan mempengaruhi nilai perusahaan di kalangan investor. Oleh karena itu perusahaan yang memiliki pertumbuhan tinggi cenderung akan diminati sahamnya oleh para investor. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin tinggi pula nilai perusahaannya.

Selain itu penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan Suryandani (2018) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun berbanding terbalik dengan hasil penelitian Wardjono (2010) yang menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian yang telah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : 1) Bahwa variabel profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020. Artinya setiap kenaikan profitabilitas perusahaan maka akan menaikkan nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan profitabilitas dapat menunjukkan bagaimana

kinerja dan prospek perusahaan berjalan dengan baik sehingga dapat menghasilkan laba yang diharapkan. 2) Bahwa variabel leverage memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020. Artinya setiap terjadi peningkatan leverage maka nilai perusahaan akan semakin menurun. Hal ini dikarenakan para investor sangat mempertimbangkan risiko pengembalian dari investasi yang ditanamkan di perusahaan yang memiliki tingkat leverage tinggi yang artinya juga memiliki risiko yang tinggi pula. 3) Bahwa variabel corporate social responsibility berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020. Artinya semakin bertambahnya tingkat CSR yang perusahaan lakukan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan pandangan investor tentang keberlanjutan perusahaan tidak hanya bergantung pada segi ekonomi tapi juga sosial dan lingkungan hidup yakni dengan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat serta ikut dalam memelihara dan menjaga kelestarian lingkungan. 4) Bahwa variabel pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 – 2020. Artinya setiap ada peningkatan yang terjadi pada pertumbuhan perusahaan maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini dikarenakan peningkatan pertumbuhan perusahaan cenderung diminati sahamnya oleh para investor karena dapat dijadikan cerminan untuk memprediksi laba perusahaan di masa yang akan datang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mempunyai keterbatasan yaitu: Periode penelitian hanya tiga tahun dan untuk sampel tidak berdasarkan sector tetapi keseluruhan perusahaan manufaktur.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan pada penelitian ini, maka dapat diimplikasikan saran sebagai berikut : 1) Bagi investor, sebaiknya sebagai bahan pertimbangan dalam menanamkan dananya pada perusahaan yang bersangkutan, yang pertama investor perlu memperhatikan nilai *earning per share* untuk mengenali tingkat *profitabilitas* perusahaan, yang kedua memperhatikan nilai *debt to equity ratio* untuk mengetahui tingkat *leverage* perusahaan, yang ketiga *memperhatikan corporate social responsibility* yang telah diungkap perusahaan dan yang ke empat adalah investor juga perlu memperhatikan bagaimana tingkat pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat

dari perubahan pertumbuhan penjualan perusahaan. 2) Bagi perusahaan, agar lebih memperhatikan, memanfaatkan serta mengolah segala aset dan segala sumber daya yang dimiliki dan yang sudah dipercayakan kepadanya untuk meningkatkan laba perusahaan serta menjaga stabilitas perusahaan dan juga harus memperhatikan tanggungjawab sosialnya untuk membangun sinergi demi masa depan perusahaan. Dengan demikian peningkatan nilai perusahaan yang diharapkan dapat terjadi, sehingga memungkinkan bisa menarik para investor menanamkan investasinya ke dalam perusahaan.

Referensi

- Amanda, et al. 2016. Dampak Moderasi Profitabilitas Terhadap Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Manufaktur. E-jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 10 November 2020).
- Ghozali dan Chariri, 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Undip
- Gustian, D. 2017. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Keputusan Investasi, Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi, Vol. 3, No. 2, Hal. 84–100. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Hadi, Nor. 2011. Corporate Social Responsibility (CSR). Edisi 1. Jakarta: Graha Ilmu.
- Harmono. 2009. Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis). Jakarta: Bumi Aksara.
- Hermawan, S., & Amirullah. 2016. Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfa Beta.
- Kasmir. 2012. Analisis Laporan Keuangan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Khumairoh, et al. 2016. Pengaruh Leverage, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Syariah Paper Accounting FEB UMS. ISSN 2460-0784. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Kusuma, Retno Ayu. 2017. Rasio Profitabilitas. (Online). www.dosenakuntansi.com/rasio-profitabilitas. (diakses tanggal 11 November 2020).
- Kusumadilaga, R. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. E-jurnal Universitas Diponegoro Semarang. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Kusumajaya. 2011. Pengaruh Struktur Modal & Pertumbuhan Perusahaan terhadap Profitabilitas & Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Akuntansi. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Kuswanto, M. et al. 2018. Pengaruh Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia

- Periode 2012- 2016). Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa. Vol. 2, No. 1. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Martono dan Harjito. 2008. Manajemen Keuangan. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia.
- Meithasari. 2017. Pengaruh Debt to Equity Ratio (DER), Firm Size, Current Ratio (CR) dan Working Capital Turn Over (WCTO) terhadap Return On Assets (ROA) Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). E-jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Nurlela, R. & Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating. Simposium Nasional Akuntansi XI. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Rachmawati, D. & Br. Pinem, D. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi UPN. Vol. 12, Hal. 1–10. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Rudangga, I. G. N. G., & Sudiarta, G. M. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Modal Intelektual Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Vol. 5, No.7, Issn : 4394–4422. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Sambora, M. N., et al. 2014. Terhadap Return Saham Syariah Dalam Kelompok Jakarta Islamic Index (Jii) Tahun 2003 – 2005. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8, No.1, Hal: 1–10. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Sari & Handayani. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Leverage, Terhadap Nilai Perusahaan Transportasi. Journal of Chemical Information and Modeling, Vol. 53, No. 9, Issn : 1689–1699. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Sari, P. I. P., & Abundanti, N. 2014. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, Issn : 1427–1441. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Setiawati & Liem. 2016. Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. Jurnal Akuntansi, Vol. 12, No.1, Hal. 29–57.(Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Stacia, E. & Juniarti. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan di Sektor Pertambangan. Business Accounting Review, Vol. 3, No.2, Hal. 81–90. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Suffah, R., & Riduwan, A. 2016. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Pada Nilai Perusahaan. Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, Vol. 5, No.2, Hal. 1–17. (Online). www.scholar.google.co.id (diakses tanggal 11 November 2020).
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- Suryandani, A. 2018. Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Property Dan Real Estate Di Bei. *BMAJ: Business Management Analysis Journal*, Vol. 1, No.1, Hal. 49–59. (Online). [www. scholar. google. co. id](http://www.scholar.google.co.id) (diakses tanggal 11 November 2020).
- Sutama & Lisa. 2018. Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Manufaktur Food and Beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Sains Manajemen Dan Akuntansi*, Vol. 10, No. 2, Hal. 65–85. (Online). [www. scholar. google. co. id](http://www.scholar.google.co.id) (diakses tanggal 11 November 2020).
- Suwardika, I., & Mustanda, I. 2017. Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Properti yang Terdaftar di BEI. *E-jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. (Online). [www. scholar. google. co. id](http://www.scholar.google.co.id) (diakses tanggal 11 November 2020).
- Syardiana, Gita., et al. 2015. Pengaruh Investment Opportunity Set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Return On Assets terhadap Nilai Perusahaan. *Akuntabilitas*. Vol. 8, No. 1, Hal: 39-46. (Online). [www. scholar. google. co. id](http://www.scholar.google.co.id) (diakses tanggal 10 November 2020).
- Wardjono. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Price to Book Value dan Implikasinya pada Return Saham. *Dinamika Keuangan dan Perbankan*, Vol. 2, No.1, Hal: 83-96. *E-jurnal Universitas Stikubank Semarang*. (Online). [www. scholar. google. co. id](http://www.scholar.google.co.id) (diakses tanggal 11 November 2020).
- Wiagustini, N. L. P., & Pertamawati, N. P. (2015). Pengaruh Risiko Bisnis dan Ukuran Perusahaan pada Struktur Modal dan Nilai perusahaan pada PERusahaan Farmasi di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan Universitas Udayana*, Vol. 9, No. 2, Hal. 112–122. (Online). [www. scholar. google. co. id](http://www.scholar.google.co.id) (diakses tanggal 11 November 2020).
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*. Gresik: Fascho Publishing