

**PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN  
(STUDY EMPIRIS PADA PERUSAHAAN LQ45)****Anggela Desisca<sup>1</sup>, Yuliana<sup>2</sup>, Mezi Oktaliza<sup>3</sup>**Universitas Muhammadiyah Bengkulu<sup>1,2,3</sup>[angeladesisca95@gmail.com](mailto:angeladesisca95@gmail.com)**INFORMASI ARTIKEL****Riwayat Artikel:**

Diterima: 19/06/2025

Direvisi: 25/06/2025

Disetujui: 30/06/2025

**Keywords:**Company Size, CSR,  
Company Value, LQ45**Kata Kunci:**Ukuran Perusahaan, CSR,  
Nilai Perusahaan, LQ45**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of company size and corporate social responsibility (CSR) on firm value in LQ45 companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2019–2023 period. The research method used is a quantitative approach with a purposive sampling technique, resulting in 20 companies as samples. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software version 26. The results show that company size and CSR simultaneously have a significant effect on firm value. Partially, both variables also show a positive and significant effect on firm value. The conclusion of this study is that the larger the company size and the higher the CSR disclosure, the higher the firm value.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan dan corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling yang menghasilkan 20 perusahaan sebagai sampel. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan CSR secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial, kedua variabel tersebut juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Simpulan dari penelitian ini adalah bahwa semakin besar ukuran perusahaan dan semakin tinggi pengungkapan CSR, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

**PENDAHULUAN**

Perusahaan adalah organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang atau badan lain yang kegiatannya melakukan produksi dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan ekonomi manusia. Perusahaan memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian suatu negara. Penggunaan sumber daya alam dan pemanfaatan sumber daya manusia menjadi poin utama dalam menjalankan aktivitas bisnis perusahaan dan nilai perusahaan, (Permadi et al., 2022). Nilai perusahaan sangat penting bagi perusahaan mengingat tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham melalui pemaksimalan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Kenny et al., 2024). (Pratiwi & Herijawati, 2023) Menyatakan semakin tinggi nilai suatu perusahaan, maka



semakin besar kemungkinan kinerjanya akan lebih baik sehingga lebih menarik bagi para ahli keuangan. Oleh karena itu, manajer perlu memperhatikan kinerja intrinsik perusahaan, seperti kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Keputusan perusahaan untuk melakukan investasi terhadap nilai pemegang saham dapat mencerminkan nilai aset perusahaan seperti sekuritas. Bagi perusahaan yang menerbitkan saham di pasar modular, harga saham yang dapat diperjualbelikan di bursa merupakan indikator Ukuran Perusahaan perusahaan (Jannatul & Hermanto, 2024).

Pandemi COVID-19 telah berdampak pada banyak negara di seluruh dunia, dan dunia bisnis di negara-negara tersebut juga terkena dampaknya. Pandemi virus corona (Covid-19) yang melanda hampir seluruh belahan dunia telah memaksa perusahaan-perusahaan di berbagai sektor, termasuk di Indonesia, untuk berjuang keras agar dapat bertahan. Dampak dari pandemi virus corona ini sangat luas, ada yang positif dan ada pula yang negatif. Beberapa perusahaan ritel di Indonesia mendapatkan dampak negatif dari pandemi covid-19 salah satunya yaitu banyak perusahaan di Indonesia yang tutup karena menurunnya nilai perusahaan yang disebabkan menurunnya jumlah permintaan masyarakat. Perusahaan Kimia Farma mendapatkan dampak positif dari adanya pandemi covid-19 ini, dimana melonjaknya permintaan obat-obatan ditengah pandemi covid-19. Hal ini akan berdampak pada nilai perusahaan dan ukuran perusahaan pada masa pandemi covid-19 (Masruhah et al., 2021). Ukuran sebuah perusahaan dapat menarik minat para profesional keuangan untuk berinvestasi di saham tersebut, yang pada gilirannya meningkatkan nilai perusahaan. (Sondakh & Morasa, 2019). . Besar atau kecilnya ukuran perusahaan tidak dapat menjamin nilai perusahaan (Uci Rosalinda et al., 2022). Pendapat lain disampaikan oleh (Laksono & Rahayu, 2021) yang mengungkapkan bahwa nilai perusahaan dapat ditentukan oleh ukuran perusahaan karena semakin besar ukuran perusahaan akan memudahkan dalam memperoleh sumber pendanaan. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat diukur dari penjualan bersihnya, yang juga tercermin dari aset akhir tahunnya (Rudangga & Sudiarta, 2022).

Ekspansi ukuran perusahaan berkaitan erat dengan keputusan pendanaan perusahaan untuk mengoptimalkan nilai pemegang saham. Perusahaan besar dengan alokasi treasury stock yang besar memiliki dampak yang kecil terhadap hilangnya kendali pengendali perusahaan, sehingga perusahaan besar lebih berani dibandingkan perusahaan kecil untuk menerbitkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Penelitian (Dewi et al., 2024) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian (Zainuddin et al., 2023) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Dina & Wahyuningtyas, 2022). Dengan mempraktikkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), perusahaan dapat membangun citra positif untuk diri mereka sendiri, membentuk ulasan positif berdasarkan konsumen, & meningkatkan loyalitas terhadap produk yang mereka hasilkan. Menurut (Anam, 2021), Tanggung jawab sosial perusahaan berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan dengan melakukan berbagai kegiatan sosial di lingkungan sekitar. Manajemen menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan untuk menunjukkan kepada pemegang saham dan investor bahwa perusahaan mereka lebih baik daripada perusahaan lain karena mereka bertanggung jawab atas dampak keseluruhannya. Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan di masa depan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperhatikan kualitas aktivitas dan pengungkapan CSR.



Banyak penelitian sebelumnya yang menghubungkan antara tanggung jawab sosial perusahaan dan nilai perusahaan, mengembangkan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat membantu mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis, ketika sebuah perusahaan secara monoton membicarakan tanggung jawab sosialnya, pasar dapat memancarkan reputasi positif yang tercermin dari peningkatan harga saham perusahaan dan menghasilkan peningkatan nilai perusahaan (Dewi et al., 2024). Studi yang sama juga menemukan bahwa CSR memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan memperkuat kegiatan CSR-nya, maka nilai perusahaan juga akan meningkat. Berdasarkan pembahasan pertama di atas, menarik untuk meninjau kembali penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan, meskipun hasilnya beragam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan variabel tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), ukuran perusahaan, dan nilai perusahaan dari perspektif ekonomi, lingkungan, dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk memotivasi perusahaan untuk meningkatkan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Liani et al., 2024). Selain itu, penelitian ini juga bermanfaat bagi perusahaan untuk menyadari pentingnya penerapan CSR di perusahaan mereka. Selain itu, dengan adanya pengungkapan CSR perusahaan, diharapkan para investor dapat menjadikannya sebagai tolak ukur untuk menilai kinerja perusahaan dan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan investasi.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Teori Stakeholder**

Teori pemangku kepentingan dimulai dengan pengakuan bahwa nilai-nilai sangat erat kaitannya dengan aktivitas perusahaan (Tirtagiri & Sufina, 2024). Jika pengungkapan CSR dilakukan dengan baik dan tujuan peningkatan kinerja dan keuntungan perusahaan tercapai, maka pemangku kepentingan akan mendukung penuh aktivitas perusahaan (Indrawati & Sulistyowati, 2022). Penjelasan teori ini, aktivitas manajemen perusahaan. Perusahaan bertujuan tidak hanya menghasilkan keuntungan tetapi juga memuaskan seluruh pemangku kepentingan, dan manajemen dianggap mempunyai tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingan.

### **Teori Sinyal (Signalling Theory)**

Teori signaling menyatakan bahwa perusahaan yang berkualitas tinggi secara sadar mengirimkan sinyal kepada pasar berupa informasi, sehingga pasar diharapkan mampu membedakan antara perusahaan yang berkualitas tinggi dan yang berkualitas rendah. Agar suatu sinyal efektif, sinyal tersebut harus diterima oleh pasar, dikenal luas, dan tidak mudah ditiru oleh perusahaan dengan kualitas lebih rendah. Teori signaling berasumsi bahwa terdapat informasi antara manajer dengan investor atau calon investor tentang perusahaan yang tidak dimiliki oleh investor atau calon investor tersebut (Widyantoro et al., 2024). Manajer melakukan lebih dari sekedar mencapai demonstrasi keterampilan dalam bisnis untuk menentukan nilai pasar. Tidak hanya berdampak pada manajemen, namun juga memberikan sinyal buruk yang menghambat turunnya harga saham perusahaan (Sondakh & Morasa, 2019).

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan indikator yang dapat mencerminkan situasi dan karakteristik suatu organisasi atau perusahaan. Ukuran tersebut dapat diukur dengan



beberapa parameter yang menjadi dasar penentuan besar kecilnya perusahaan, penjualan yang dihasilkan dalam jangka waktu tertentu, dan jumlah saham beredar (Ariani et al., 2024). Ukuran perusahaan mengacu pada besar kecilnya atau aset suatu perusahaan. Pengukuran ukuran perusahaan pada penelitian ini terkait dengan penelitian (Dwiastuti & Dillak, 2019) (Simamora et al., 2021) yang menggunakan logaritma natural total aset untuk mengukur ukuran perusahaan. Jumlah total aset dan modal yang dimiliki suatu perusahaan mencerminkan ukurannya.

### **Corporate Social Responsibility**

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan publikasi korporasi yang berfokus pada tanggung jawab sosial dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Liani et al., 2024). Tanggung jawab sosial perusahaan mengacu pada peningkatan kualitas hidup sosial dan lingkungan yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan hidup dan sebagai aset masa depan perusahaan untuk meningkatkan perekonomian perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk memperjelas tanggung jawab sosial mereka. Sebab, pemangku kepentingan perlu menilai dan mengetahui seberapa baik perusahaan menjalankan perannya sesuai dengan keinginan mereka.

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan mengacu pada keadaan masyarakat tertentu yang mencerminkan kepercayaan yang diberikan pada suatu perusahaan melalui serangkaian aktivitas selama beberapa tahun sejak didirikan. Peningkatan nilai pemegang saham merupakan kinerja yang memenuhi harapan pemilik (Juliani & Evani, 2022). Nilai suatu perusahaan ditentukan oleh bagaimana investor menilai kinerja perusahaan berdasarkan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa investor yakin perusahaan tersebut berjalan dengan baik dan memiliki prospek yang baik di masa depan. (Pratiwi & Herijawati, 2023). Pangsa harga yang terbentuk di pasar melalui interaksi antara pembeli dan penjual mencerminkan nilai sebenarnya yang dipersepsikan oleh investor (Ariani et al., 2024). Nilai perusahaan merupakan harga jual suatu perusahaan yang dianggap berharga oleh investor, dan apabila perusahaan tersebut ingin dijual maka investor akan bersedia membelinya (Mutmainah et al., 2024).

### **METODE PENELITIAN**

Berdasarkan pada permasalahan yang diteliti, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka dan data terkumpul dianalisis dengan menggunakan rumusan statistik (Ghozali, 2018). Dalam proses analisis data pada penelitian kuantitatif bisa menggunakan aplikasi computer yang telah tersedia alat untuk membantu pekerjaan analisis faktor, yaitu aplikasi SPSS (statistical package for social science). Pada penelitian ini penulis menggunakan aplikasi SPSS versi 26. Populasi merupakan jumlah dari semua obyek atau satuan individu yang diamati dalam penelitian (Ghozali, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan LQ-45 yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2019-2023 berjumlah 45 perusahaan. Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih peneliti untuk mewakili keseluruhan populasi (Ghozali, 2018). Sampel dalam penelitian ini adalah 20 perusahaan.



Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Ghozali, 2018).

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda sederhana antara variabel independen dan dependen. Analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Uji yang digunakan adalah Statistisk Deskriptif, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas data dan Uji Heterokedastisitas) dan uji hipotesis.

Rumus Regresi Linear Berganda :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat atau Variabel Dependen, yaitu nilai yang diprediksi

$\alpha$  = Constanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas atau variabel dependent

**Tabel 1.**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean		Std.Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Ukuran Perusahaan	100	13.81	32.69	2734.35	27.3435	.62101	6.21007
Corporate_Social_Responsibility	100	.12	.71	42.49	.4249	.01347	.13473
Nilai_Perusahaan	100	-.01	702.00	9334.55	93.3455	16.10908	161.09079
Valid N (listwise)	100						

Bedasarkan Hasil Uji Deskriptif table 1, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh penelitian adalah Variabel Ukuran Perusahaan (x1) dari data tersebut bisa deskripsikan bahwa nilai minimum 13,81 sedangkan nilai maksimum sebesar 32,69 dan rata-rata Ukuran Perusahaan yang setiap bulannya 27,3435 dan standar deviasi data Ukuran Perusahaan adalah 6,21007. Corporate Social Responsibility (X2), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 0,12 Sedangkan nilai maksimum sebesar 0,71 dan rata-rata CSR yang setiap bulannya 0,4249 dan standar deviasi data CSR adalah 0,13473.



Variabel Nilai perusahaan (Y) dari data tersebut bisa deskripsikan bahwa nilai minimum - 0,01 sedangkan nilai maksimum sebesar 702,00 dan rata-rata Kinerja Keuangan yang setiap bulannya 93,3455 dan standar deviasi data Nilai Perusahaan adalah 161,09079.

**Tabel 2.**  
**One – Sample Kolmogorov- Smirnov Test, 2019-2023**

		Ukuran_ Perusahaan	Corporate Social Responsibility	Nilai_Perusahaan
N		100	100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	27.3435	.4249	93.3455
	Std.Deviation	6.21007	.13473	161.09079
Most Extreme Differences	Absolute	.298	.078	.281
	Positive	.195	.041	.271
	Negative	-.298	-.078	-.281
Test Statistic Asymp. Sig. (2-tailed)		.298	.078	.281
		.000	.136	.000

Pada tabel 2 hasil uji dengan Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan nilai Asymp . Sig. (2-tailed) pada Corporate Social Responsibility (x2) sebesar 0.136. Nilai tersebut lebih besar dari tingkat signifikansi 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal . dan pada Ukuran Perusahaan (x2) hasil uji dengan Kolmogorov-Smirnov (K-S) menunjukkan nilai Asymp . Sig. (2- tailed) Sebesar 0,000 yang menunjukkan nilai sig kurang dari 0,05. Dengan demikian, residual tidak secara normal. Kemudian pada nilai perusahaan (Y) sebesar 0.000 yang menunjukkan nilai sig kurang dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

**Tabel 3.**  
**Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
(Constant)	-189.136	44.943		
Ukuran Perusahaan	6.259	1.442	.966	1.035
Corporate Social Responsibility	306.756	66.468	.966	1.035

Pada tabel 3 diatas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki tolerance value 0,966, yaitu >0,1 dan nilai VIF < di setiap variabelnya sebesar 1,035 < 10 sehingga artinya tidak ada masalah multikolinieritas di seluruh variabel.





**Tabel 4.**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin – Watson
1	.269 <sup>a</sup>	.072	.053	156.75290	.986

Berdasarkan tabel 5, hasil pengujian Durbin-Watson dapat diketahui bahwa nilai probabilitas atau signifikansi variabel penelitian sebesar 0,986. Nilai durbin- waston tersebut berada di area  $D_u < D_w < 4 - d_U$ , atau berada di area tidak ada autokorelasi.

**Tabel 5**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin – Watson
1	.269 <sup>a</sup>	.072	.053	156.75290	.986

Berdasarkan tabel 6, hasil pengujian Adjusted R Square terhadap model menghasilkan nilai  $R^2$  sebesar 0,053 yang dapat diartikan bahwa pengungkapan CSR mempengaruhi nilai perusahaan yang diprosikan dengan ROA sebesar 5,3%. Sedangkan 94,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar pengujian.

**Tabel 6.**  
**Uji F**

Model	Sum of squares	df	Mean square	F	Sig
1 Regression	185641.073	2	92820.537	3.778	.026 <sup>b</sup>
Residual	2383432.821	97	24571.472		
Total	2569073.895	99			

Hasil pengujian simultan menunjukkan nilai sig sebesar  $0,026 < 0,05$  dari taraf batas signifikannya nilai F hitung  $> F$  table. Hasil yang diperoleh yaitu  $3,778 > 3,090$ , sehingga dikarenakan F hitung lebih besar dibandingkan F table di distribusi maka dapat disimpulkan bahwa nilai variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.

**Tabel 7.**  
**Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	- 189.136	44.943		-4.208	.000
Ukuran_Perusahaan	6.259	1.442	.365	4.340	.000



Corporate_Social_Responsibility	306.756	66.468	.388	4.615	.000
---------------------------------	---------	--------	------	-------	------

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan Nilai T hitung Ukuran Perusahaan sebesar  $4,340 > 1,66071$ . Signifikannya senilai  $0,000 < 0,05$  maka dari hal tersebut Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan pengaruh CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai Hitung sebesar  $4,615 > 1,66071$ .

### **Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan**

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Hasil uji statistik menunjukkan bahwa Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan Nilai T hitung Ukuran Perusahaan sebesar  $4,340 > 1,66071$ . Signifikannya senilai  $0,000 < 0,05$  maka dari hal tersebut Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat disimpulkan hipotesis yang menyatakan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2019-2023 diterima. Besar atau kecilnya sebuah perusahaan bukanlah satu-satunya yang mampu mempengaruhi nilai perusahaan (Adolph, 2022). Nilai perusahaan tidak hanya dinilai dari aspek ukuran perusahaan saja, tetapi banyak aspek lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Rudangga & Sudiarta, 2022). Pemilik perusahaan mempunyai tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga akan mensejahterakan pemilik perusahaan. Penelitian (Magdalena et al., 2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **Pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan**

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. pengaruh CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai Hitung sebesar  $4,615 > 1,66071$ . Jika dibandingkan dengan nilai t tabel  $1,98793$  dan taraf signifikansi  $0,05$  maka t hitung  $< t$  tabel yakni  $4,615 > 1,98793$  dan nilai signifikansi  $> 0,05$  yakni  $0,000 > 0,05$ . Sehingga corporate social responsibility Firm Value, GCG and CSR of LQ45 Companies 64 berpengaruh terhadap nilai perusahaan. pengembangan Corporate Social Responsibility (CSR) membantu mengurangi dampak negatif dari operasi bisnis. Jika perusahaan secara berkelanjutan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya, maka pasar dapat memberikan apresiasi positif yang tercermin dalam peningkatan harga saham perusahaan serta menyebabkan peningkatan nilai perusahaan (Widyantoro et al., 2024). Sehingga dapat disimpulkan bahwa dewan direksi, dewan komisaris independen, dan corporate social responsibility secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Hapsari, 2022) bahwa corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Corporate social responsibility (Negara, 2019).

### **SIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah . Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti





bahwa jika semakin kecil ukuran perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan maka akan mengakibatkan kenaikan nilai perusahaan. Variabel corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti tinggi ataupun rendahnya pengungkapan CSR yang diungkapkan oleh perusahaan melalui laporan tahunannya berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Permadi, H., Lestari, D., & Yuliana, E. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan dan CSR terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 34–45.
- Kenny, L. H., Suryani, & Anindita, T. (2024). Maximizing firm value through CSR and good governance. *Journal of Business Strategy*, 14(1), 11–20.
- Pratiwi, L., & Herijawati, L. (2023). Nilai perusahaan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 10(1), 19–27.
- Jannatul, R., & Hermanto, A. (2024). Ukuran perusahaan dan kinerja keuangan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 29–37.
- Masruhah, R., Pramudyo, T., & Azizah, A. (2021). Dampak pandemi COVID-19 terhadap kinerja perusahaan di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 9(1), 20–29.
- Sondakh, J. J., & Morasa, E. (2019). Pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 122–130.
- Uci Rosalinda, P., Farida, N., & Rahayu, R. (2022). Ukuran perusahaan tidak selalu menentukan nilai. *Jurnal Ekonomi dan Inovasi*, 8(3), 72–80.
- Laksono, R., & Rahayu, S. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 9(1), 32–40.
- Rudangga, K. W., & Sudiarta, I. G. M. (2022). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 11(5), 1361–1380.
- Dewi, P. N., Santosa, P. W., & Mahardika, K. (2024). Pengaruh CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 15(1), 44–56.
- Anam, K. (2021). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1), 45–53.
- Liani, M., Kusumawati, D., & Hasanah, L. (2024). CSR dan nilai perusahaan dalam perspektif ekonomi dan sosial. *Jurnal CSR dan Bisnis Berkelanjutan*, 6(1), 77–88.
- Widyantoro, A., Sari, R., & Damar, B. (2024). Signaling Theory dan pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(2), 99–108.