

# **PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KEBIJAKAN DIVIDEN, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)**

Dwi Novitasari<sup>1</sup>

M. Abdul Aris<sup>2</sup>

\*Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah  
Surakarta<sup>1</sup>

\* Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah  
Surakarta<sup>2</sup>

\*[dwinovitasari2610@gmail.com](mailto:dwinovitasari2610@gmail.com)<sup>1</sup> [muhammad.aris@ums.ac.id](mailto:muhammad.aris@ums.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRACT:** *The aim of this study was to determine the effect of corporate social responsibility, dividend policy, liquidity, profitability, and firm size on firm value. The company's value in this study is proxied by Price Book Value (PBV). Population of this research are manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange in 2015-2017. Samples were taken by using purposive sampling technique and the total sampel of 93 companies for three years in accordance with the criteria. Analysis technique using classic assumption test and multiple regression analysis. Based on the research result in the regression model in mind a few things, as follow: (1) variable corporate social responsibility has no effect on the value of the company (2) variable dividend policy influence the value of the company (3) variable liquidity has no effect on the value of the company (4) variable profitability influence the value of the company (5) variable firm size has no effect on the value of the company.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Dividend policy, liquidity, profitability, firm size, firm value.*

## **1. PENDAHULUAN**

Memaksimalkan nilai perusahaan merupakan hal yang sangat penting, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti perusahaan juga berupaya untuk memaksimalkan kepuasan bagi para pemegang saham. Dalam keberlangsungan kehidupan suatu perusahaan, perusahaan tidak akan mampu berdiri sendiri tanpa adanya orang-orang atau badan yang membantu pendanaan perusahaan. Para investor dituntut untuk dapat mengalokasikan dana yang dimiliki dengan baik.

Pada saat perusahaan menjadi semakin berkembang, tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan menjadi tinggi pula. Oleh sebab itu, tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada para *shareholder* tetapi juga bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan. Banyak perusahaan kini yang mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai

*cost*, namun juga dianggap sebagai investasi perusahaan. Penerapan CSR dipercaya dapat meningkatkan kinerja perusahaan dimana para investor cenderung menanamkan modal kepada perusahaan yang melakukan kegiatan CSR. Disini selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena finansial saja tidak menjamin nilai perusahaan tumbuh berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan baru akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup (Sakinah, 2017:2).

Selanjutnya, kebijakan dividen juga dikaitkan dengan nilai perusahaan. Kebijakan dividen adalah keputusan tentang seberapa banyak laba saat ini yang akan dibayarkan sebagai dividen daripada ditahan untuk diinvestasikan kembali dalam perusahaan (Sintyana dan Artini, 2019: 7724). Besar kecilnya kebijakan dividen yang dibagikan oleh perusahaan kepada pemegang saham tergantung pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan kebijakan dividen perusahaan masing-masing. Kebijakan dividen dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena perusahaan yang mampu membayar dividen yang tinggi akan menarik investor untuk menanamkan sahamnya sehingga nilai perusahaan juga akan meningkat. Hal ini akan membawa citra perusahaan yang baik di mata investor.

Likuiditas menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan karena likuiditas memegang peranan penting dalam pencapaian kesuksesan suatu perusahaan. Likuiditas dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk dapat membayar hutang-hutangnya yang telah jatuh tempo (Kasmir, 2013 dalam Lubis, 2017:460). Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik juga oleh investor. Investor menganggap perusahaan memiliki nilai yang positif, jika perusahaan mampu membayar semua kewajibannya. Semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan di mata investor.

Berbagai aspek keuangan dalam perusahaan berpengaruh secara signifikan pada nilai perusahaan, salah satunya adalah rasio profitabilitas. Perusahaan yang mampu menghasilkan laba besar dan stabil, akan menarik para investor, karena secara otomatis akan menguntungkan investor. Kemampuan perusahaan yang besar untuk menghasilkan laba juga menunjukkan manajemen perusahaan yang baik, sehingga menumbuhkan kepercayaan pada investor.

Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan, karena semakin besar ukuran perusahaan atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal (Khumairoh et al, 2016). Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan.

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh *corporate social responsibility*, kebijakan dividen, likuiditas profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan menarik untuk diteliti karena jika mengingat kembali penelitian sebelumnya memberikan hasil yang berbeda-beda dalam penelitiannya. Penelitian ini mengacu pada peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Cecilia et al (2015), perbedaan penelitian ini dengan penelitian tersebut adalah dengan menambah dua variabel yaitu kebijakan dividen dan likuiditas. Serta menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang listing di BEI tahun 2015-2017. Oleh karena itu, penelitian ini akan meneliti kembali dengan judul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kebijakan**

**Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017).”**

**2. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

**a. Teori Agensi**

*Agency Theory* (teori keagenan) merupakan suatu kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan dimana pihak manajemen sebagai pelaksana yang lebih jauh disebut sebagai agen dan pemilik modal (*owner*) sebagai principal membangun suatu kontrak kerjasama (Fahmi, 2014:19).

**b. Teori Stakeholder**

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Ghozali dan Chariri, 2007: 409).

**c. Teori Legitimasi**

Teori legitimasi berpendapat bahwa perusahaan harus melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR (*Corporate Social Responsibility*) semaksimal mungkin agar aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat.

**d. Teori Signaling**

*Teori Signaling* membahas mengenai dorongan perusahaan untuk mengungkapkan informasi kepada pihak eksternal karena terjadi asimetri informasi antara manajemen dengan pihak eksternal. Oleh sebab itu, semua informasi perusahaan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan harus diungkapkan oleh perusahaan.

**e. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan**

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Melalui pengungkapan CSR (*corporate social responsibility*), pasar akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. penerapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban dan kepedulian terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Hasil penelitian Pratama et al (2016) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian Edmawati (2012), Putra dan Wirakusuma (2015), Panjaitan (2015), dan Rosiana et al (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) terbukti secara signifikan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H1: Pengungkapan CSR (*Corporate Social Responsibility*) berpengaruh

#### **f. Pengaruh Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan**

Kebijakan Dividen (*dividend policy*) merupakan keputusan apakah laba yang diperoleh perusahaan pada akhir tahun akan dibagi kepada pemegang saham dalam bentuk dividen atau akan ditahan untuk menambah modal guna pembiayaan investasi dimasa yang akan datang. Kebijakan dividen harus mampu untuk menentukan alokasi laba yang sesuai diantara pembayaran laba sebagai dividen dengan laba yang ditahan guna untuk mengembangkan perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Suroto (2015), Fenandar dan Raharja (2012), Yunitasari dan Priyadi (2014), Sartini dan Purbawangsa (2014) menunjukkan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H2: Kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan

#### **g. Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan**

Likuiditas dapat diartikan sebagai tingkat kemampuan suatu perusahaan untuk membayar hutang-hutangnya yang telah jatuh tempo (Kasmir, 2015). Semakin tinggi tingkat likuiditas perusahaan maka semakin tinggi nilai perusahaan dimata investor. Penelitian yang dilakukan oleh Jariah (2016), Susilaningrum (2016) dan Lubis et al (2015) menghasilkan bahwa likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H3: Likuiditas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **h. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan**

Profitabilitas adalah gambaran dari kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas dapat menunjukkan prospek perusahaan yang berkualitas baik sehingga pasar akan merespon positif sinyal tersebut dan nilai perusahaan akan meningkat pula. Penelitian yang dilakukan Itsnaini dan Subardjo (2017), Malino dan Wirawati (2017) menunjukan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Dewi dan Wirajaya (2013), Susilaningrum (2016), dan Putri *et al* (2016). Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H4: Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

#### **i. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator dari kekuatan financial suatu perusahaan (Hermuningsih, 2012:233). Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat ditunjukan dengan total aset, total penjualan, rata rata tingkat penjualan dan rata-rata total asset. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetya et al (2014), Khumairoh et al (2016), Kalbuana et al (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut.

H5: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan

### 3. METODE PENELITIAN

#### 3.1. Populasi, Sampel dan Data Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel dengan menggunakan kriteria tertentu. Data yang dipakai dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yaitu sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara atau diperoleh dan dicatat oleh pihak lain. Data penelitian diperoleh dari situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan selama tahun 2015-2017. Jumlah sampel yang memenuhi kriteria penelitian adalah sebanyak 96, namun yang bisa diolah hanya 93 perusahaan selama 3 periode berturut-turut.

#### 3.2. Variabel dan Pengukurannya

##### 3.2.1. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh para calon investor jika perusahaan tersebut akan dijual. Nilai perusahaan merupakan gambaran dari baik atau buruknya kinerja perusahaan tersebut yang biasanya dikaitkan dengan harga saham. Menurut Brigham dan Houston (2006: 115) rasio yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan adalah sebagai berikut:

$$PBV = \frac{\text{Market Price Per Share}}{\text{Book Value Per Share}}$$

##### 3.2.2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Data variabel CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan dihitung dengan menggunakan CSR disclosure Index (CSRI). Pengukuran CSRI dalam penelitian ini akan mengikuti standar GRI (*Global Reporting Initiative*) 2013 meliputi 149 item. Untuk menghitung CSRI dilakukan dengan cara menghitung dari setiap item CSR dalam instrumen penelitian. Setiap item diberi nilai 1 bila diungkapkan dan 0 bila tidak diungkapkan. Kemudian skor tersebut dijumlah dan dibagi dengan jumlah item dari setiap jenis perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

CSRDI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n<sub>j</sub> : jumlah item untuk perusahaan j, n<sub>j</sub> = 149

X<sub>ij</sub> : 1 = jika item I diungkapkan; 0 = jika item I tidak diungkapkan

dengan demikian, 0 < CSRDI<sub>j</sub> < 1

### 3.2.3. Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen dapat diukur dengan *Dividend Payout Ratio* yaitu untuk mengukur besarnya dividen per lembar saham dengan laba bersih per lembar saham. Semakin besar rasio DPR maka semakin sedikit bagian laba yang ditahan untuk membiayai investasi yang dilakukan perusahaan. Cara menghitung *Dividend Payout Ratio* adalah sebagai berikut:

$$DPR = \frac{\text{Dividen per Share (DPS)}}{\text{Earning per Share (EPS)}}$$

(Brigham dan Houston, 2006)

### 3.2.4. Likuiditas

Rasio likuiditas (*liquidity ratio*) adalah kemampuan suatu perusahaan memenuhi kewajiban jangka pendeknya secara tepat waktu (Fahmi, 2014:69). Likuiditas dapat diukur dengan Current Ratio dirumuskan seperti dibawah ini:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

### 3.2.5. Profitabilitas

Dalam penelitian ini rasio untuk menghitung tingkat profitabilitas adalah rasio diprosikan dengan ROA (*Return on Asset*) yang merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktivitas yang dilakukan dalam periode akuntansi. Rumus ROA (*Return on Assets*) adalah membandingkan laba setelah pajak dengan total aktiva (Brigham dan Houston, 2006: 109)

$$ROA = \frac{\text{LABA SETELAH PAJAK}}{\text{TOTAL ASET}}$$

### 3.2.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Sudarsi (2002) untuk menentukan ukuran perusahaan adalah Log natural dari total asset. Ukuran perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln of Total Asset}$$

## 3.3. Metode Analisis Data

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda (*multiple linier regression analysis*). Model regresi yang digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

$$NP = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 KD + \beta_3 LIK + \beta_4 PROF + \beta_5 UP + \epsilon$$

Keterangan:

$\alpha$  = Konstan

CSR = *Corporate Social Responsibility*

KD = Kebijakan Dividen

LIK	= Likuiditas
PROF	= Profitabilitas
UP	= Ukuran Perusahaan
e	= Error Term .

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian statistik regresi linier berganda mensyaratkan dilakukannya pengujian asumsi klasik. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji CLT (*Central Limit Theorem*) yaitu jika jumlah observasi cukup besar ( $n > 30$ ). Penelitian ini jumlah  $n$  sebesar  $93 > 30$  sehingga data tersebut terdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas untuk model persamaan regresi menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) antara 1,157-1,173 (dibawah 0) dan *tolerance value* antara 0,852-0,979 (dibawah 1), sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Uji Autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson* menunjukkan hasil 2,056, nilai DW terletak antara (4-dU) atau 1,7772-2,2228, sehingga tidak terjadi autokorelasi. Hasil uji heterokedastisitas menggunakan *Sperman's rho* menunjukkan nilai probabilitas lebih dari 0,05 sehingga penelitian ini bebas dari heterokedastisitas.

Tabel 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>P-value</i>	Simpulan
CSR	0,692	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
KD	0,537	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
LIK	0,555	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
PROF	0,206	Tidak Terjadi Heterokedastisitas
UP	0,655	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Sumber : data diolah, 2019

Persamaan regresi dalam model penelitian ini merupakan model yang fit, dengan nilai  $F = 12,182$  dengan signifikansi 0,000. Nilai Koefisien Determinasi *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,378.

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	T-hitung	Sig	Keterangan
(constant)	-4,767	-,665	,508	
CSR	2,392	,392	,696	Tidak Berpengaruh
KD	2,296	2,271	,026	Berpengaruh
LIK	-0,408	-1,659	,101	Tidak Berpengaruh

PROF	28,353	7,126	,000	Berpengaruh
UP	0,152	,599	,550	Tidak Berpengaruh

Uji hipotesis analisis regresi linier berganda menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$NP = -4,767 + 2,392CSR + 2,296KD - 0,408LIK + 28,353PROF + 0,152UP + e$$

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai nilai signifikansi CSR (X1) adalah 0,696 lebih besar dari 0,05 dengan nilai t sebesar 0,392, maka H1 ditolak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cecilia et al (2015) dan Karundeng et al (2017). Besar kecilnya praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR tidak mampu memberikan apresiasi yang positif dan dukungan dari *stakeholder* tidak mampu meningkatkan nilai perusahaan sehingga nilai perusahaan tidak bisa terjamin untuk tumbuh secara berkelanjutan.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa kebijakan dividen berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi kebijakan dividen (X2) adalah 0,026 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t sebesar 2,271, maka H2 diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sintyana et al (2019), Putra et al (2016), Suroto (2015), Fenandar dan Raharja (2012), Yunitasari dan Priyadi (2014), Sartini dan Purbawangsa (2014). Hal ini berarti bahwa pembayaran dividen berpengaruh terhadap kemakmuran pemegang saham dan dividen dapat meningkatkan kesejahteraan pemegang saham sehingga tujuan utama perusahaan dapat tercapai serta dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan tepatnya keputusan kebijakan dividen tersebut.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi likuiditas (X3) adalah 0,101 lebih besar dari 0,05 dengan nilai t sebesar -1,659, maka H3 ditolak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sudiani et al (2016). Hal ini berarti bahwa perusahaan perusahaan memiliki likuiditas yang rendah sehingga berdampak pada pandangan negatif investor mengenai kinerja perusahaan. Perusahaan yang memiliki likuiditas yang baik maka akan dianggap memiliki kinerja yang baik oleh investor.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi profitabilitas (X4) adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t sebesar 7,126, maka H4 diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cecilia et al (2015), Dewi dan Wirajaya (2013), Susilaningrum (2016), dan Putri et al (2016). Hal ini berarti tingkat rasio profitabilitas yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan mampu menghasilkan laba yang tinggi dan kegiatan operasional perusahaan tersebut beroperasi secara efektif dan efisien.

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi ukuran perusahaan ( $X_5$ ) adalah 0,550 lebih besar dari 0,05 dengan nilai  $t$  sebesar 0,599, maka  $H_5$  ditolak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dewi dan Wirajaya (2013), dan Sintyana et al (2019). Hal ini berarti bahwa besar kecilnya perusahaan tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar belum tentu mencerminkan jika perusahaan tersebut mempunyai komitmen yang tinggi pula untuk terus berkembang.

## 5. SIMPULAN

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa kebijakan dividen dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan untuk variabel independen lainnya yaitu *Corporate Social Responsibility*, likuiditas, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang sejenis dapat melanjutkan penelitian ini dengan menambahkan populasi perusahaan yang dijadikan sampel penelitian, tidak hanya perusahaan manufaktur saja tetapi juga jenis industri lainnya yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan juga menambah jangka waktu untuk sampel yang digunakan dalam penelitian agar lebih efektif. Penelitian selanjutnya juga bisa menambah variabel independen lainnya yang diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga tidak lepas dari keterbatasan, diantaranya yaitu jumlah sampel yang dirasa masih kurang memenuhi dan populasi perusahaan yang hanya menggunakan perusahaan manufaktur saja.

Penelitian ini memiliki implikasi bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi literatur dalam mengembangkan penelitian selanjutnya. Penelitian ini memberikan gambaran bagi pihak investor dan perusahaan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang berdampak bagi nilai perusahaan yaitu kebijakan dividen dan profitabilitas. Hal ini dikarenakan kebijakan dividen dan profitabilitas terbukti berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga dapat memberikan sinyal bagi investor.

## 6. REFERENSI

- [1] Agus, Sartono. 2008. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi Edisi Empat*. Yogyakarta: BPFE.
- [2] Cecilia, Syahrul, Rambe, dan M. Zainul, B.T. 2015. Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. Universitas Sumatera Utara.
- [3] Dewi, A. S. dan Wirajaya, Ary. 2013. "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan". ISSN: 2302-8556 *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 4.2 (2013): 358-372.
- [4] Fenandar, Ganny I., Raharja, S. 2012. Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(2):hal:1-10.
- [5] Ghozali, Imam dan Chariri, Anis. 2007. *Teori Akuntansi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.

- [6] Hermuningsih, Sri. 2012. Pengaruh Profitabilitas, Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Siasat Bisnis*. Vol.16, No.2.
- [7] Kalbuana, Nawang. Juniar, Utari. Amrizal. (2013). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. ISSN2460-0784.
- [8] Karundeng, Frandy; Grace B. Nangoi dan H. Karamoy. (2017). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2016). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi.
- [9] Kasmir. 2015. *Analisis laporan keuangan*. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- [9] Khumairoh. Kalbuana, Nawang. Dan Mulyati, Henny. 2016, Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Garment Dan Textile Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). ISSN 2460-0784.
- [10] Lubis, I.L, Bonar, M.S & H. Sasongko. 2017. Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, Vol. 3 No. 3. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm>
- [11] Prasetia (2014). Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar Di Bei. ISSN 2303-1174.
- [12] Sakinah dan Mariaty Ibrahim. 2017. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia. *JOM FISIP* Vol. 4 No. 2.
- [13] Sintyana, I. Putu Hendra dan L.G. Sri Artini. 2019. Pengaruh profitabilitas, struktur modal, ukuran perusahaan dan kebijakan dividen terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 8, No. 2, 2019: 7717 – 7745. ISSN: 2302-8912. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i2.p7>
- [14] Sudiani, N.K. Ayu dan N.P.A. Darmayanti. 2016. pengaruh profitabilitas, likuiditas, pertumbuhan, dan investment opportunity set terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 5, No.7, 2016: 4545-4547 ISSN : 2302-8912.
- [15] Susilaningrum, Casimira. 2016. Pengaruh *Return On Assets*, Rasio Likuiditas, Dan Rasio Solvabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Profita Edisi* 8.
- [16] Yunitasari, Priyadi (2014). Pengaruh Keputusan Investasi, Pendanaan, Kebijakan Dividen, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* Vol. 3 No. 4 (2014).