

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan dapat berupa nilai aset dan keahlian manajemen dalam mengelola perusahaan. Bagi perusahaan yang sudah *Go Public*, nilai perusahaan dapat ditentukan oleh harga saham. Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan maka akan semakin tinggi pula nilai suatu perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mampu meningkatkan kinerjanya secara baik. Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham. Perusahaan-perusahaan di Indonesia ada yang menggambarkan nilai perusahaannya lebih dari satu, kurang dari satu atau sama dengan satu.

Perusahaan secara umum bertujuan memaksimalkan laba dalam meningkatkan kesejahteraan pemegang saham. Hal ini dilakukan agar dapat menarik minat para investor untuk menanamkan saham mereka pada perusahaan.

Perkembangan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) mengalami peningkatan yang sangat signifikan, dari mulai terbentuknya Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2011 sampai tahun 2017 jumlah keseluruhan perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) saat ini mencapai 368 perusahaan dari 555 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sekitar 66% jumlah seluruh perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) merupakan perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI).

Berdasarkan data yang diperoleh yaitu bahwa nilai kapitalisasi perusahaan yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada tahun 2011 adalah sebesar 1.682 triliun, hal ini mengalami terus kenaikan dari tahun 2012 sampai dengan 2014 masing-masing sebesar 2.452 triliun, 2.558 triliun, dan 2.947 triliun, sedangkan pada tahun 2015 karena beberapa faktor mengalami penurunan menjadi 2.576 triliun akan tetapi pada tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi 3.175 triliun dan tahun 2017 meningkat menjadi 3.704 triliun. Jika berbicara tentang kapitalisasi pasar maka secara otomatis berbicara tentang nilai perusahaan, karena kapitalisasi pasar merupakan cerminan dari nilai perusahaan.¹

Fenomena tersebut menarik untuk diteliti. Itulah sebabnya untuk mengetahui variabel-variabel apakah yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Salah satunya adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggungjawab dalam hal keuangannya saja, tetapi juga terhadap masalah social dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Perkembangan CSR terkait semakin banyaknya masalah lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan.²

Dengan diterapkannya program pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan akan menciptakan nilai tambah bagi stakeholder sehingga hal ini dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Pengungkapan CSR sangat penting karena Stakeholder perlu memberikan

¹ Muhammad Hamdan Ainulyaqin, Endri dan Sigid Eko Pramono, "Determinan Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia", *Journal Of Finance and Islamic Banking*, Vol. 2, No. 1, (Januari, 2019), 3, <https://doi.org/10.22515/jfib.v2i1.1748>, 3.

² Nurhayati, Eliana dan Neneng Jusniarti, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan menggunakan Profitabilitas Sebagai Moderating (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2018)," *Global Journal Of Islamic Banking and Finance*, Vol. 3, No. 1, (2021), 74, <http://dx.doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9633>.

penilaian dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan tersebut dapat melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan para Stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukan. Semakin baik pengungkapan CSR yang dilakukan, maka Stakeholder akan memberikan dukungan penuh kepada perusahaan atas segala kegiatannya yang bertujuan untuk mencapai laba dan menaikkan nilai perusahaan.³ Pentingnya nilai perusahaan tersebut telah banyak dilakukan, baik didalam maupun diluar negeri. Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu: *leverage*, dan ukuran perusahaan.

Pemenuhan sumber dana melalui utang (pinjaman) akan mempengaruhi tingkat *leverage* perusahaan, karena *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang. *Leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetap. Sehingga keuntungan pemegang saham bertambah. *Leverage* merupakan pemakaian utang oleh perusahaan untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan.⁴

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan ada ukuran perusahaan, ukuran perusahaan pada dasarnya terbagi menjadi perusahaan berskala besar dan berskala kecil. Perusahaan yang skalanya kecil cenderung kurang menguntungkan karena hanya memiliki faktor pendukung yang terbatas

³ Made Ayu Riski Meinanda Kesumastuti and Ayu Aryista Dedwi, "Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi," *E-Jurnal Akuntansi*, Vol. 3, No 7 (Juli, 2021), 1856, <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i07.p19>.

⁴ Dedi Rossidi Utama and Erna Lisa, "Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi*, Vol X, No. 1 (Februari, 2018), 22.

dalam memproduksi barang, masih ada keterbatasan dalam mendapatkan dana eksternal. Lain halnya dengan perusahaan besar lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari kreditur. Perusahaan yang mudah mendapatkan pendanaan akan menarik perhatian dari investor untuk berinvestasi.⁵

Berdasarkan penelitian terdahulu, Menurut Loh Wenny Setiawati dan Melliana Lim mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh pada nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi untuk pengungkapan sosial adalah 0.000, lebih kecil daripada 0.05, atau t hitung untuk pengungkapan sosial adalah 4.455 yang lebih besar daripada t tabel (1.96958).⁶ Dan menurut Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar -7,911 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan koefisien sebesar -4,298.⁷ Sedangkan menurut Wahyu Ardimas dan Wardoyo mengatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor perbankan yang go public di Bursa Efek Indonesia.⁸

⁵ Muh Hamzah Thiofani Muzayin and Rina Trisnawati, "pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019" (Universitas Muhammadiyah Surakarta), 272.,.

⁶ Loh Wenny setiawati dan Melliana Lim, "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 (April, 2018), 51, <https://doi.org/10.2517.0/jara.v12i1.57>.

⁷ Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Leverage dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 9, No. 11, (2020), 20.

⁸ Wahyu Ardimas dan Wardoyo, "Pengaruh Kinerja Keuangan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan paa Bank Go Public Yang Terdaftar di BEI", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Volume. 18, Nomor. 1 (Juni, 2014), 64, <https://doi.org/10.23917/benefit.v18i1.1386>.

Menurut Loh Wenny Setiawati dan Melliana Lim mengatakan bahwa Leverage berpengaruh pada nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi untuk leverage adalah 0.001, lebih kecil daripada 0.05, atau t hitung untuk leverage adalah 3.456 yang lebih besar daripada t tabel (1.96958).⁹ Dan menurut Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto mengatakan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang menunjukkan bahwa t hitung sebesar -4,728 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai koefisien -1,285.¹⁰ Sedangkan Menurut Bhukti Fitri Prasetyorini mengatakan bahwa Leverage tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Artinya, perusahaan dalam mendanai aktivitya cenderung menggunakan modal sendiri (internal financing) yang berasal dari laba ditahan dan modal saham daripada menggunakan hutang.¹¹

Menurut Loh Wenny Setiawati dan Melliana Lim mengatakan dalam penelitiannya bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan yang ditunjukkan dengan tingkat signifikansi untuk ukuran perusahaan adalah 0.000, lebih kecil daripada 0.05, atau t hitung untuk ukuran perusahaan adalah 7.039, lebih besar daripada t tabel (1.96958).¹² Dan menurut Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh

⁹ Loh Wenny setiawati dan Melliana Lim, "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 (April, 2018), 51, <https://doi.org/10.2517.0/jara.v12il.57>.

¹⁰ Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Leverage dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 9, No. 11, (2020), 20.

¹¹ Bhukti Fitri Prasetyorini, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Manajemen*, Vo. 1, No. 1 (Januari, 2013), 191.

¹² Loh Wenny setiawati dan Melliana Lim, "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 (April, 2018), 51, <https://doi.org/10.2517.0/jara.v12il.57>."

negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang menunjukkan bahwa t hitung sebesar $-4,508$ dengan nilai signifikan $0,000$ lebih kecil dari $0,05$ dari nilai koefisien $-0,077$.¹³ Sedangkan Menurut I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini mengatakan bahwa Ukuran Perusahaan Hasil pengujian variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan SIZE menunjukkan probabilitas taraf signifikansi sebesar $0,735$ ($>0,050$) dan koefisien regresi sebesar $-0,017$. Hasil ini menunjukkan bahwa SIZE berpengaruh negatif dan tidak signifikan.¹⁴

Oleh karena itu, melihat dari penelitian sebelumnya yang menghasilkan berbagai perbedaan tentang *Corporate Social Responsibility*, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. Maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “ **Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) Tahun 2022**”.

¹³ Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto, "Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Leverage dan ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan", *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, Vol. 9, No. 11, (2020), 20.

¹⁴ I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini, "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 2 (2019), 7738, <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i2.p7>.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang diangkat oleh peneliti adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia?
2. Apakah terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia?
3. Apakah terdapat pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia?
4. Apakah terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Yang terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia

D. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan atau urgensi penelitian yang sangat besar pengaruhnya baik secara ilmiah (teoritis) maupun sosial (praktis). Dalam penelitian ini memiliki manfaat bagi beberapa kalangan yang membutuhkan, diantaranya:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan bisa menambah ilmu pengetahuan mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan di bidang keuangan, dan juga dapat meminimalisir kerugian yang didapat.

3. Bagi IAIN Madura

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tolak ukur mahasiswa dalam memahami, dan mempelajari metodologi penelitian.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian mencakup berbagai variabel-variabel, diantaranya:

1. Ruang Lingkup Variabel
 - a. Variabel Independen (Variabel X)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).¹⁵ Variabel independen pada penelitian ini terdiri atas tiga variabel yaitu, *Corporate Soacial Responsibility*, Leverage dan Ukuran perusahaan.

- 1) *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*.¹⁶

¹⁵ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal dan Riza Bahtiar Silistyan, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 33.

¹⁶ Yhovita Anggie Bhernadha, Topowijono dan Devi Farah Azizah, "Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Winner Of

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

2) Leverage diukur menggunakan Debt to Asset Ratio (DAR).¹⁷

$$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$$

3) Ukuran Perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan total asset.¹⁸

$$SIZE = \text{Ln} \times (\text{Total Aset})$$

b. Variabel Dependen (Variabel Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹⁹ Variabel dependen dalam penelitian ini terdiri atas satu variabel yaitu Nilai Perusahaan sering di proksikan dengan PBV.²⁰

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku perlembar saham}}$$

2. Ruang Lingkup Objek

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan data sekunder yaitu data dari laporan keuangan perusahaan manufaktur tahun 2022 dan juga menggunakan media perantara yaitu sumber data penelitian yang diperoleh

Sustainability Reporting Award (Sra) 2015 yang terdaftar di PT BEI Periode 2010-2014", *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 44, No. 1, (Maret 2017), 137.

¹⁷ "Tania Rachmawiya Nanda, 'Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan LQ45 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2017)', (Universitas Negeri Yogyakarta, 2019), 32."

¹⁸ Joko Riyadi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)," (Universitas Semarang, Semarang, 2019, 19.

¹⁹ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal dan Riza Bahtiar Silistyan, *Metode penelitian Kuantitatif*, (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 33.

²⁰ Ibid. hlm 35.

dari Annual report yang merupakan laporan perkembangan dan pencapaian dari perusahaan tersebut selama satu tahun dan dapat diakses di www.idx.co.id.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian adalah anggapan dasar atau postulat tentang suatu hal berkenaan dengan masalah penelitian dengan masalah penelitian yang kebenarannya sudah diterima oleh peneliti. Maka asumsi-asumsi tersebut perlu dirumuskan.²¹ Variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan, diantaranya yaitu: Leverage,²² Ukuran Perusahaan,²³ Profitabilitas,²⁴ *Corporate Social Responsibility*,²⁵ Pertumbuhan Perusahaan,²⁶ Kepemilikan Manajerial,²⁷ Investasi,²⁸ Likuiditas,²⁹ Kebijakan Dividen,³⁰ Struktur Modal,³¹ Pengungkapan

²¹ Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020.

²² Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto; Loh Wenny Setiawati dan Melliana Lim.

²³ Marista Oktaviani, Asyidatur Rosmaniar dan Samsul Hadi; I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini

²⁴ Loh Wenny setiawati dan Melliana Lim, "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 (April, 2018), 51, <https://doi.org/10.2517.0/jara.v12il.57>.

²⁵ Sri Fitri Wahyuni; Fariz Ahmad.

²⁶ I Nyoman Agus Suwardika dan I Ketut Mustanda, "Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Properti," *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 6, No. 3 (2017), 1248.

²⁷ Yulistia Puspaningsrum, "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kepemilikan Manajerial terhadap nilai Perusahaan sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia)", (Universitas Negeri Yogyakarta, 2017), 1.

²⁸ Eka Zahra Solikahan, Kusuma Ratnawati dan Achmad Helmy Djawahir, "Pengaruh Leverage dan Investasi terhadap Nilai Perusahaan Studi pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Volume 11, Nomor 3, September 2013), 427..

²⁹ Firlana Akbar dan Irham Fahmi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Kebijakan Dividen dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, Vol. 5, No. 1 (Februari, 2020), 62, <https://doi.org/10.24815/jimen.v5il.13710>.

³⁰ Yangs Analisa, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2006-2008)", (Universitas Diponegoro, Semarang, 2011).

³¹ Marista Oktaviani, Asyidatur Rosmaniar dan Samsul Hadi, "Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Balance*, Vol. XVI No. 1 (Januari, 2019), 102, <https://dx.doi.org/10.30651/blc.v16il.2457>.

Sosial,³² Price Earning Ratio.³³ Variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya yaitu *Corporate Social Responsibility*, Leverage dan Ukuran Perusahaan. Sedangkan variabel lain yaitu Profitabilitas, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Investasi, Likuiditas, Kebijakan Dividen, Struktur Modal, Pengungkapan Sosial dan Price Earning Ratio dianggap nilainya konstan (*Ceteris Paribus*).

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.³⁴

Maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H₁ : Terdapat Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar Di Indeks Saham syariah Indonesia Tahun 2022
2. H₂ : Terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia.
3. H₃ : Terdapat pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Indeks Saham Syariah Indonesia.

³² Loh Wenny setiawati dan Melliana Lim, "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 (April, 2018), 51, <https://doi.org/10.2517.0/jara.v12il.57>.

³³ Bhekti Fitri Prasetyorini, "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Price Earning Ratio dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan," *Jurnal Manajemen*, Vo. 1, No. 1 (Januari, 2013), 191."

³⁴ "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, Institut Agama Islam Negeri Madura, 2020.

4. H₄ : Terdapat Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar Di Indeks Saham syariah Indonesia.

H. Definisi Istilah

1. *Corporate Social Responsibility* adalah dalam rangka memperkuat kemampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan lingkungannya, komunitas dan stakeholder yang terkait dengannya, baik lokal, nasional maupun global.³⁵
2. Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang mengeluarkan biaya tetap agar dapat meningkatkan keuntungan potensial bagi pemegang saham. Leverage menunjukkan pada hutang yang dimiliki perusahaan.³⁶
3. Ukuran Perusahaan adalah suatu skala perusahaan dimana dapat dilihat dari total aset pada tutup buku akhir tahun. Total penjualan yang diperoleh dapat dijadikan suatu patokan untuk mengukur besarnya perusahaan.³⁷
4. Nilai perusahaan adalah suatu kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan yang tercermin dalam harga pasar saham perusahaan tersebut.³⁸
5. Perusahaan adalah suatu lembaga yang dijalankan untuk menyediakan suatu barang atau jasa untuk masyarakat.

³⁵ Marthin, Marthen B. Salinding and Inggit Akim, "Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas," *Journal Of Private and commercial law*, Vol 1, No. 1 (November, 2017), 114, <https://doi.org/10.15294/jpcl.v1i1.12358>.

³⁶ Farida, *Manajemen Keuangan lanjutan*, 4.

³⁷ Sandy Jaya, "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate Di Bursa Efek Indonesia", *Jurnal Manajemen Motivasi*, (2020), 39, <https://doi.org/10.29406/jmm.v16i1.2136>.

³⁸ Maryati Rahayu and Bida Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan," *IKRAIT HUMANIORA*, Vol. 2, No. 2 (Maret, 2018), 73.

I. Kajian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian terdahulu yang berfungsi sebagai bahan analisis berdasarkan kerangka teoritik yang dibangun dan sebagai pembeda dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

1. Loh Wenny Setiawati Tahun 2016 dan Melliana Lim, Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015, menghasilkan penelitian bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh pada nilai perusahaan, leverage berpengaruh pada nilai perusahaan dan CSR berpengaruh pada nilai perusahaan.³⁹
2. I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini Tahun 2019, Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan, menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh positif namun tidak signifikan pada nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai perusahaan dan kebijakan dividen berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.⁴⁰
3. Ulfa Nindya Ningrum dan Nadia Asandimitra tahun 2017, Pengaruh Kinerja Keuangan, Srtuktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap

³⁹ Loh Wenny setiawati dan Melliana Lim, "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 (April, 2018), 51, <https://doi.org/10.2517.0/jara.v12i1.57>.

⁴⁰ I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini, "Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan", *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 2 (2019), 7738, <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i2.p7>.

Nilai Perusahaan dengan GCG dan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Peringkat Pertama Ara, isra dan peringkat emas Proper yang Listing di BEI periode 2011-2015, menghasilkan penelitian bahwa kinerja keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan positif terhadap nilai perusahaan, struktur modal memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan menunjukkan tidak ada pengaruh terhadap nilai perusahaan.⁴¹

4. Fariz Ahmad tahun 2020, Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Studi Pada Perusahaan Pertambangan di BEI Periode 2016-2018, menghasilkan penelitian bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.⁴²
5. Andreas Rudiwantoro Tahun 2022, Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia, menghasilkan penelitian bahwa leverage memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terdapat pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.⁴³

⁴¹ Ulfa Nindya Ningrum dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG dan CSR sebagai variabel Moderating pada Perusahaan Peringkat Pertama ARA, ISRA dan Peringkat Emas Proper yang Listing di BEI periode 2011-2015", *Jurnal Ilmu Manajemen*, Volume. 5, Nomor. 3 (2017), 9.

⁴² Fariz Achmad, "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Pertambangan di BEI Periode Tahun 2016-2018).",.

⁴³ Andreas Rudiwantoro, "Pengaruh Leverage dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 3, No. 3 (Oktober 2022), 114, <https://doi.org/10.55122/jabisi.v3i2.5.86>.

Tabel 1.1

Kajian Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Judul, Jurnal	Perbedaan	Persamaan
1	Loh Wenny Setiawati Tahun 2016 dan Melliana Lim, Analisis Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Profitabilitas • Objek penelitian yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2015 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen yaitu Ukuran Perusahaan, Leverage dan <i>Corporate Social Responsibility</i> • Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan • Menggunakan Objek Perusahaan Manufaktur
2	I Putu Hendra Sintyana dan Luh Gede Sri Artini Tahun 2019, Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen yaitu profitabilitas, struktur Modal, dan Kebijakan Dividen 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan
3	Ulfa Nindya Ningrum dan Nadia Asandimitra tahun 2017, Pengaruh Kinerja Keuangan, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG dan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Peringkat Pertama Ara, isra dan peringkat emas Proper yang Listing di BEI periode 2011-2015	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Kinerja Keuangan, Struktur Modal • Menggunakan objek Penelitian di Perusahaan Peringkat Pertama Ara, isra dan peringkat 	<ul style="list-style-type: none"> • Variabel Independen: Ukuran Perusahaan • Variabel Dependen: Nilai Perusahaan

		emas Proper yang Listing di BEI periode 2011-2015	
4	Fariz Ahmad tahun 2020, Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Studi Pada Perusahaan Pertambangan di BEI Periode 2016-2018	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan objek penelitian Pada Perusahaan Pertambangan di BEI Periode 2016-2018 	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Independen yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen yaitu Nilai Perusahaan
5	Andreas Rudiwantoro Tahun 2022, Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Emiten Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Independen: Profitabilitas Menggunakan Objek penelitian Perusahaan pada Emiten Properti dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia 	<ul style="list-style-type: none"> Variabel Independen: leverage Variabel Dependen: Nilai Perusahaan