

Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Leverage* dan *Asset Growth* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Makanan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Avril Nazli¹, Rita Nengsih², Rahmi³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Universitas Serambi Mekkah

¹avrilnazli123@gmail.com

²rita.nengsih@serambimekkah.ac.id

³rahmi@serambimekkah.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility disclosure*, *leverage*, dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Objek dari penelitian ini yaitu Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Leverage* dan *Asset Growth* terhadap nilai perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu tahun 2018-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 57 perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Model analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan *Corporate social responsibility disclosure*, *Leverage* dan *Asset growth* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. *Corporate social responsibility disclosure*, *Leverage* dan *Asset growth* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Besarnya nilai koefisien korelasi (R) yaitu sebesar 0,786 di mana terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat yaitu sebesar 78,6%, artinya *corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* mempunyai hubungan yang kuat terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Selanjutnya besarnya nilai koefisien determinasi (R²) yaitu sebesar 0,582, nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh *corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* yaitu sebesar 58,2%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 41,8% dipengaruhi oleh variabel bebas lain di luar dari penelitian ini.

Kata kunci: *Asset Growth*; *Corporate Social Responsibility Disclosure*; *Leverage*; Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perusahaan makanan dan minuman saat ini masih menjadi sektor andalan penopang pertumbuhan manufaktur di Indonesia. Kementerian Perindustrian mencatat sepanjang 2018, industri makanan dan minuman mampu meningkat sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional diangka 5,71 persen. Bahkan pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 meningkat sebesar 3,90 persen terhadap triwulan IV-2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sub sektor yang menopang peningkatan nilai investasi nasional yang pada tahun 2018



menyumbang hingga Rp56,60 triliun. Sehingga hal ini membuktikan bahwa industri makanan dan minuman mempunyai peluang pasar yang sangat besar bagi perusahaan (kemenperin.go.id, 2018).

Persaingan usaha saat ini menuntut perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk meningkatkan nilainya. Tujuan utama setiap perusahaan dalam jangka panjang adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan digambarkan sebagai bagaimana investor melihat terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam melakukan pengelolaan sumber dayanya yang mana tercermin pada harga saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan, sebaliknya apabila harga saham menurun maka nilai perusahaan juga akan turun. Pengambilan keputusan ekonomi oleh investor hanya dengan melihat kinerja keuangan suatu perusahaan. Tolak ukur yang sering dipakai untuk mengukur nilai perusahaan adalah Price Book Value (PBV), yang dapat diartikan sebagai hasil dari perbandingan antara harga saham dengan nilai buku. Semakin tinggi Price Book Value menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham yang juga semakin tinggi merupakan tujuan utama dari perusahaan (Mardikanto, 2014).

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai kondisi tertentu dimana suatu perusahaan telah mencapai sasaran yang dapat dijadikan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan. Menurut Martin et al (2013) nilai perusahaan diartikan sebagai nilai atau harga pasar yang berlaku atas saham biasa yang dimiliki oleh perusahaan. Pengertian saham sendiri adalah salah satu bentuk surat berharga yang telah dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Menurut Masruroh dan Makaryanawati (2020) nilai perusahaan merupakan nilai wajar perusahaan yang menggambarkan persepsi investor terhadap emiten yang bersangkutan. Nilai perusahaan dapat menjadi kinerja perusahaan dalam aspek ekonomi dan non ekonomi oleh investor. Nilai perusahaan yang sudah go publik dapat tercermin melalui harga saham yang beredar dipasar modal. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi pula nilai perusahaan di mata para pemegang saham (Silviana, 2020). Banyaknya faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, beberapa diantaranya seperti *CSR Disclosure*, *Leverage* dan *Asset Growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Silviana (2020) Masruroh dan Makaryanawati (2020) Saputra dan Temy Setiawan (2018)).

Menurut Setiawati dan Melliana (2018) kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Keberlanjutan perusahaan (Corporate Sustainability) akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility Disclosure). Pada era globalisasi ini, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan harus direfleksikan dalam kondisi keuangannya. Tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada konsep triple bottom line, yaitu konsep tanggung jawab perusahaan yang tidak hanya berpijak pada kondisi keuangan saja melainkan juga memperhatikan aspek lingkungan (planet), serta dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat (people) mulai digencangkan oleh berbagai perusahaan di dunia. Sehingga keseimbangan kegiatan perusahaan yang meliputi ekonomi, sosial dan lingkungan dapat terjaga (Kartini, 2015:52).

Pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai sarana oleh perusahaan untuk menunjukkan akuntabilitas dengan menunjukkan visi perusahaan untuk masa depan dan mempertimbangkan kinerja masa lalu. Jika perusahaan menyampaikan hasil kerjanya di bidang lingkungan dan sosial, perusahaan dapat memperoleh beberapa manfaat yang berhubungan dengan baik serta membangun hubungan yang baik dari kepercayaan dengan



masyarakat yang ikut dalam kegiatan operasi perusahaan (Setiawati dan Melliana, 2018). Pengungkapan CSR adalah cara perusahaan untuk menciptakan nilai dengan membangun kepercayaan dan menjaga nama baik perusahaan pada stakeholder. Laporan CSR merupakan upaya perusahaan didalam mempublikasikan segala kegiatan yang telah dilakukan dengan CSR kepada stakeholder (Setiawati dan Melliana, 2018).

Perusahaan yang telah melaksanakan CSR menginginkan, apa yang telah dilakukan diketahui oleh masyarakat dengan memberi informasi mengenai apa yang telah dilakukan oleh perusahaan melalui pengungkapan CSR. Menurut Adhitya dan Nuzula (2016) *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan sebuah pengumuman yang telah dilakukan perusahaan mengenai program-program yang telah dilakukan perusahaan. Pengungkapan CSR ada yang bersifat wajib (mandatory) dan bersifat sukarela (voluntary). *CSR Disclosure* adalah pengungkapan yang bersifat sukarela (voluntary) perusahaan yang mengungkapkan kegiatan atau program-program CSR nya akan membuat masyarakat mengenal perusahaan tersebut sehingga image perusahaan meningkat dan para investor tertarik untuk menanamkan modalnya (Kartini, 2015:79).

Fenomena pengungkapan CSR sedang trend di banyak perusahaan terutama perusahaan besar. Pengungkapan CSR yang dilakukan bermanfaat untuk meningkatkan citra, brand dan harga saham perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Melliana (2018) menunjukkan bahwa corporate social responsibility disclosure berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Untuk memperoleh sumber pendanaan, perusahaan dapat mempercayakan sumber pendanaan yang berasal dari dalam perusahaan seperti penyusutan dan laba ditahan, selain itu perusahaan juga dapat memperoleh sumber pendanaan dari luar perusahaan misalnya hutang dan penerbitan saham (Kasmir, 2015). Perusahaan dapat menggunakan hutang (leverage) untuk memperoleh modal, guna mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi. *Leverage* merupakan kemampuan perusahaan untuk melunasi kewajiban finansial perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang. *Leverage* dapat dikatakan bahwa suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang (Wiagustini, 2020). Penggunaan hutang tersebut diharapkan perusahaan akan mendapatkan respon positif oleh pihak luar. Jadi hutang merupakan tanda atau sinyal positif untuk meningkatkan nilai perusahaan dimata investor. Perusahaan yang terlalu banyak melakukan pembiayaan dengan hutang dianggap tidak sehat Karena dapat menurunkan laba. Peningkatan dan penurunan laba tingkat hutang berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Surpa dan Wayan, 2019).

Menurut Surpa dan Wayan (2019) penggunaan hutang yang terlalu banyak tidak baik bagi perusahaan karena dikhawatirkan akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Artinya, nilai *leverage* yang semakin tinggi akan menggambarkan investasi yang dilakukan beresiko besar, sedangkan *leverage* yang kecil akan menunjukkan investasi yang dilakukan beresiko kecil. *Leverage* merupakan pemakaian hutang suatu perusahaan untuk dapat membiayai kegiatan operasional perusahaan. Pengelolaan *leverage* sangatlah penting, sebab keputusan dalam penggunaan hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, karena adanya pengurangan atas pajak penghasilan. *Leverage* digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan hutang, artinya besarnya jumlah hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya jika dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri (Kasmir 2015:113). *Leverage* juga bisa sebagai salah satu alat yang banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan modal mereka dalam



meningkatkan keuntungan. Peningkatan dan penurunan tingkat hutang memiliki pengaruh terhadap penilaian pasar. Kelebihan hutang yang besar akan memberikan dampak yang negatif pada nilai perusahaan.

Hutang merupakan pembiayaan yang berasal dari eksternal perusahaan, hutang yang tinggi dapat menurunkan pengeluaran pajak, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hutang yang terlalu tinggi juga membuat kondisi keuangan perusahaan menjadi tidak sehat sehingga dapat menurunkan nilai perusahaan (Widarto dan Rina, 2015). Oleh karena itu, besar kecilnya penggunaan hutang dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pengukuran yang sering digunakan untuk kebijakan utang adalah Debt to Equity Ratio (DER).

Menurut Setiawati dan Melliana (2018) DER mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menggunakan seluruh kewajibannya yang ditunjukkan oleh berapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar utang. Semakin rendah DER, semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya. Perusahaan akan lebih berhati-hati dalam menentukan tingkat DER karena akan menentukan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya membayar utang. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Surpa dan Wayan Cipta (2019) menunjukkan *leverage* memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Setiawati dan Melliana (2018) menunjukkan *leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Pertumbuhan aset (*asset growth*) merupakan pertumbuhan total aktiva lancar yang kemudian ditambah pertumbuhan aktiva tidak lancar. Aktiva lancar merupakan hutang kas dan aktiva yang diharapkan dapat untuk dicairkan atau ditukarkan dalam periode tertentu (paling lama satu tahun dalam perputaran kegiatan perusahaan). Pertumbuhan aset (*asset growth*) yang tinggi akan menimbulkan fluktuasi nilai perusahaan sehingga perusahaan dengan tingkat pertumbuhan aset yang tinggi mempunyai dividen yang tinggi, dengan demikian dapat dikatakan bahwa pertumbuhan aset yang tinggi akan meningkatkan return (Chaidir, 2015:13).

Menurut Mestawati (2020) peningkatan pertumbuhan aset yang dialami oleh perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik sehingga mengalami perkembangan dalam perusahaan, dalam hal ini memberi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan menjadi tinggi dapat dilihat dari harga saham yang terdapat dalam perusahaan. Pertumbuhan aset adalah perubahan (peningkatan atau penurunan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan dihitung sebagai persentase perubahan aset pada tahun tertentu terhadap tahun sebelumnya (Dewi et al, 2018).

Pertumbuhan aset menunjukkan aset yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan. Semakin besarnya aset yang dimiliki diharapkan hasil operasional yang dihasilkan oleh perusahaan semakin besar. Pertumbuhan aset dinyatakan dengan perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset saat ini dibandingkan dengan perubahan total aset masa lalu pertumbuhan aset sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal, karena pertumbuhan aset yang baik dapat memberikan sinyal positif terhadap perkembangan perusahaan. Perusahaan yang memiliki pertumbuhan total aktiva yang besar akan lebih mudah untuk mendapatkan perhatian dari pihak investor maupun kreditor karena mencerminkan perusahaan tersebut mampu menghasilkan laba yang dimanfaatkan untuk penambahan jumlah aktiva yang kemudian dapat meningkatkan nilai perusahaan (Maryam, 2014).

Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan yang dinilai dari harga sahamnya salah satunya pertumbuhan aset yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Pertumbuhan aset sangat diharapkan bagi perkembangan perusahaan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang tinggi memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Pada sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda perusahaan memiliki aspek yang menguntungkan dan investor pun akan mengharapkan tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik. Hasil penelitian yang digunakan oleh Mestawati (2020) bahwa *asset growth* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk menguji apakah *CSR disclosure*, *leverage* dan *asset growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2020. Sehingga tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji apakah *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Leverage* dan *Asset Growth* secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Objek penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari kantor perwakilan yang beralamat di T. No 84, Jl. Teuku Imum, Blang Cut. Kec. Lueng Bata, Kota Banda Aceh. Dimana data diakses melalui website www.idx.co.id. Objek dari penelitian ini yaitu Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure*, *Leverage* dan *Asset Growth* terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di BEI periode 2018-2020.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu tahun 2018-2020. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi diambil dari populasi benar-benar memenuhi kriteria-kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2017). Teknik penarikan sampel dilakukan melalui metode *purposive sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 57 perusahaan makanan yang terdaftar di BEI. Dengan tahun pengamatan selama 3 tahun, maka total pengamatan menjadi 171 pengamatan.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017) dibedakan menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpulan data sedangkan sumber data sekunder yaitu sumber data yang sudah ada, data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data laporan keuangan perusahaan makanan yang terdaftar dan aktif di BEI periode tahun 2018-2020. Peneliti dapat mencari data sekunder melalui sumber data. Sumber data yang akan digunakan berasal dari Pusat website resmi bursa efek indonesia www.idx.co.id.

Metode Analisis Data

Peralatan analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda (Multiple linear regression analysis). Regresi linear berganda digunakan analisis perpengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat dan sekaligus meramalkan nilai variabel terkait dari dua atau lebih variabel bebas (Sugiyono, 2017:221). Adapun formulasi dari regresi linear berganda, yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Dimana :

Y = Nilai Perusahaan

α = Konstanta

X_1 = Corporate Social Responsibility Disclosure

X_2 = Leverage

X_3 = Asset Growth

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 1. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,002	0,412		4,859	,000
Corporate social responsibility disclosure (X1)	0,256	,095	,327	2,694	,028
Leverage (X2)	0,279	,089	,353	3,134	,002
Asset growth (X3)	0,338	,081	,463	4,172	,000

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 1. maka diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,002 + 0,256X_1 + 0,279X_2 + 0,338X_3 + e$$

Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Untuk mengetahui seberapa besar kenaikan suatu linier dapat dijelaskan melalui hubungan antara variabel-variabel (korelasi). Jika seluruh nilai dari variabel tersebut dapat memenuhi suatu persamaan dengan benar, maka dapat dikatakan terdapat korelasi yang sempurna dalam model analisis ini. Dari output SPSS dapat diketahui tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat antara lain.

Tabel 2. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,786 ^a	0,582	0,530	,0040953

Sumber : Data diolah, 2022

Koefisien korelasi (R) dalam penelitian diperoleh nilai sebesar 0,786 di mana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 78,6%. artinya *corporate social responsibility disclosure, leverage* dan *asset growth* mempunyai hubungan yang kuat terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Koefisien determinasi (R²) berfungsi untuk melihat kontribusi *corporate social responsibility disclosure, leverage* dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan tabel 2. nilai R Square sebesar 0,582. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh *corporate social responsibility disclosure, leverage* dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 58,2%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 41,8% dipengaruhi oleh variabel bebas lain di luar penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Secara Simultan

Tabel 3. Hasil Pengujian Secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
1 Regression	3,371	3	1,124	14,987	2,783	,000 ^b
Residual	4,001	53	,075			
Total	7,372	56				

Sumber : Data diolah, 2022

H₁ : Berdasarkan tabel 3. nilai F hitung dengan nilai 14,987 dengan signifikansi 0,000, sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan (confidence interval) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,783. Dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}, maka F_{hitung} (14,987) > F_{tabel} (2,783). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. Maka H_{a1} diterima, artinya *corporate social responsibility disclosure, leverage* dan *asset growth* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

Secara Parsial

Hasil pengujian secara parsial yaitu pengaruh antara variabel *corporate social responsibility disclosure, leverage* dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020 dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Secara Parsial

Variabel	Unstandardized Coefficients		t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
	B	Std. Error			
Corporate social responsibility disclosure (X1)	0,256	0,095	2,694	2,006	0,028
Leverage (X2)	0,279	0,089	3,134	2,006	0,002
Asset growth (X3)	0,338	0,081	4,172	2,006	0,000

- H₂ : Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 terlihat nilai t_{hitung} dengan nilai 2,694 dengan signifikansi 0,028, sedangkan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan (confidence interval) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,006. Dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka t_{hitung} (2,694) lebih besar dari nilai t_{tabel} (2,006). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. Maka H_{a2} diterima, artinya *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H₃ : Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa *leverage* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 terlihat nilai t_{hitung} dengan nilai 3,134 dengan signifikansi 0,002, sedangkan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan (confidence interval) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,006. Dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka t_{hitung} (3,134) lebih besar dari nilai t_{tabel} (2,006). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. maka H_{a3} diterima, artinya *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- H₄ : Hasil pengujian statistik memperlihatkan bahwa *asset growth* berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan. Tabel 4 terlihat nilai t_{hitung} dengan nilai 4,172 dengan signifikansi 0,000, sedangkan t_{tabel} pada tingkat kepercayaan (confidence interval) 95% atau $\alpha = 0,05$ adalah 2,006. Dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , maka t_{hitung} (4,172) lebih besar dari nilai t_{tabel} (2,006). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. maka H_{a4} diterima, artinya *asset growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis secara simultan memperlihatkan bahwa F_{hitung} (14,987) > F_{tabel} (2,783). Artinya hipotesis pertama (H_{a1}) diterima, Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengaruh ketiga variabel tersebut dapat diinterpretasikan bahwa selama tahun 2018-2020 telah membawa dampak perubahan terhadap nilai perusahaan. Dampak perubahan yang terjadi pada nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dipengaruhi oleh ketiga variabel tersebut. *Corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* berperan atas peningkatan maupun penurunan yang dialami oleh



perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Adanya pengaruh *corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia juga pernah ditemukan oleh penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Djannah (2017) dan Nurlaela (2019). Mereka juga menyatakan bahwa secara simultan *corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial memperlihatkan bahwa *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai thitung dengan t-tabel, maka t-hitung (2,694) lebih besar dari nilai t-tabel (2,006). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. maka H_{a2} diterima, artinya *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Nurlaela (2019). Mereka juga mengatakan secara individu *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSRD)* sebagai tolak ukur dalam melihat seberapa baik perusahaan itu mensejahterakan lingkungan masyarakat. Demikian juga penelitian yang dilakukan oleh Rusmina, Sarboini, Yusrawati dan Sufitrayati (2022). Hasil penelitiannya menemukan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 22015-2020. Dengan perusahaan melakukan pengungkapan CSR akan membuat citra perusahaan baik. Pengungkapan CSR merupakan bagian dari kegiatan perusahaan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas perusahaan dan pengaruh yang ditimbulkan pada kondisi lingkungan dan masyarakat. Hal tersebut meningkatkan tanggung jawab perusahaan untuk tidak hanya membuat laporan keuangan untuk pemilik modal dan pemegang saham.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial memperlihatkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai thitung dengan t-tabel, maka thitung (3,134) lebih besar dari nilai t-tabel (2,006). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis. maka H_{a3} diterima, artinya *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Sakuntala (2020). Dimana mereka menyatakan secara individu *leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan *leverage* merupakan strategi perusahaan tentang porsi penggunaan dana dari luar perusahaan. Bahwa nilai hutang yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pengelolaan hutang yang baik, namun tingginya hutang juga dapat menurunkan nilai perusahaan akibat tambahan biaya yang timbul dari hutang tersebut.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial memperlihatkan bahwa *asset growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, dengan melakukan perbandingan hasil penelitian antara nilai thitung dengan t-tabel, maka thitung (4,172) lebih besar dari nilai t-tabel (2,006). Selanjutnya nilai tersebut dimasukkan ke dalam kriteria menerima atau menolak hipotesis, maka H_{a4} diterima dimana artinya *asset growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu penelitian dari Sakuntala (2020) dimana mereka juga mengatakan



secara individu *asset growth* berpengaruh terhadap nilai perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hal ini dikarenakan peningkatan pertumbuhan aset yang dialami oleh perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik sehingga mengalami pertumbuhan dalam perusahaan dan menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan menjadi tinggi yang dapat dilihat dari harga saham perusahaan. Permintaan saham meningkat dan pada akhirnya nilai perusahaan juga meningkat

KESIMPULAN

Corporate social responsibility disclosure, *leverage* dan *asset growth* secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Corporate social responsibility disclosure* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Leverage* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Asset growth* secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai koefisien korelasi (R) dalam penelitian diperoleh nilai sebesar 0,786 di mana dengan nilai tersebut terdapat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 78,6%. Artinya *corporate social responsibility disclosure leverage* dan *asset growth* mempunyai hubungan yang kuat dikarenakan berada pada tingkat persentase antara 60%-80% terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Nilai koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk melihat kontribusi *corporate social responsibility disclosure*, *leverage* dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan tabel 4.4, nilai R Square sebesar 0,582. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh *corporate social responsibility disclosure leverage* dan *asset growth* terhadap nilai perusahaan yaitu sebesar 58,2%. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 41,8% dipengaruhi oleh variabel bebas lain di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya, R dan Nuzula, N. 2016. Pengaruh strategi diferensiasi produk, struktur modal dan corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti* Vol. 31 No. 1. Hal 3-9.
- Agustine, Ira. 2014. Pengaruh strategi diferensiasi produk, struktur modal dan corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti* Vol. 2 No. 1. Hal 8.
- Andini. 2016. Pengaruh CSR dan Asset Growth terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur. *E-Jurnal Akuntansi*. No 7. Vol. 1. Hal 1-2.
- Bahri, S dan Cahyani, F. A. 2016. Pengaruh strategi diferensiasi produk, struktur modal dan corporate social responsibility disclosure terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan institusional sebagai variabel moderasi. *Jurnal Magister Akuntansi Trisakti* Vol. 5 No. 2. Hal. 22



- Brigham dan Houston. 2018. *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Terjemahan oleh Novietha Indra Sallama dan Febriany Kusumastuti. Edisi 14. Jakarta: Salemba Empat.
- Chaidir, C. 2015. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Pertumbuhan Aset Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi yang tercatat Di BEI tahun 2012-2014. *Jurnal Ilmial Manajemen Fakultas Ekonomi*. Vol. 1. No. 2. Hal 13.
- Chariri, A dan Ghozali, I. 2016. Teori Akuntansi. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Choi, Frederick D.S dan Gary K. Meek. 2010. *International Accounting*. Penerjemah : M.Yusuf Hamndan. Buku 1. Edisi 6. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Dewi, et al. 2018. Pengaruh Environmental Performance Dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Perfomence. *The Accounting Conference*. Vol. 3. No. 2. Hal 13-15.
- Fahmi. 2014. Analisa Kinerja Keuangan. Bandung: Alfabeta.
- Hanafi dan Halim. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi ke-5. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Hery. 2017. *Analisa Laporan Keuangan*. Jakarta: Grasindo.
- Indrarini, Silvia. 2019. Nilai Perusahaan melalui kualitas laba (Good Governence dan Kebijakan Perusahaan). Surabaya: Scopindo.
- Kartini, Dwi. 2015. *Corporate Social Responbility Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Kasmir. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi Satu. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Kebijakan Industri Nasional dalam www.kemenperin.go.id dan bisnis.com.
- Khariry, M dan Yusniar, MW. 2016. Faktor yang mempengaruhi struktur modal Studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2014. *Jurnal Wawasan Manajemen*. Vol. 4. No.2. Hal 12.
- Mardikanto, M. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility)*. Bandung: Alfabeta.
- Martin, et al. 2013. Pengaruh Struktur Kepemilikan terhadap Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR Disclosure) pada Laporan Tahunan Perusahaan Pada perusahaan Go Publik yang tercatat di BEI tahun 2006. *Journal of Intenational Social Research*. Vol 2. No.1. Hal 9-13.
- Maryam dan Fahmi. 2014. Pengaruh Corporate Social Responbility Terhadap Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*. Vol. 7. Hal 9-11.
- Masruroh, Anik dan Makaryanawati. 2020. Pengaruh Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI. *Jurnal Akuntansi Aktual*. Vol 7. No 1. Hal 8-20.
- Mestawati, et al. 2020. Pengaruh Corporate Social Responbility, Institutional, Ownership, Leverage Dan Asset Growth Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Tercatat Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Akuntansi*. Vol. 14. No.3. Hal 10-17.
- Mulyadi. 2017. Akuntansi Manajemen. Edisi ke-3. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Muslimah, et al. 2020. Faktor-Faktor yang mempengaruhi CSR, Struktur Modal Pada perusahaan Property yang terdaftar di BEI. *Jurnal ilmiah Universitas Batanghari Jambi*. No 1. Vol. 20. Hal 5.
- Nengsih, Rita. 2020. Pengaruh Current Ratio, Net Profit Margin dan Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, 4(1), 120-129.



- Nengsih, R. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI. *SI-MEN (Akuntansi Dan Manajemen) STIES*, 12(2), 24-32.
- Nurlela, Lela. 2019. Peran Pengungkapan CSR dan Mekanisme GCG Pada Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ecodoemica*. No 3. Vol 2. Hal 11.
- Ratnadi, Ni Made Dwi dan I Wayan Rady Darmastika. 2019. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. vol. 27. No. 1. Hal 20.
- Reeve, James. M, et al. 2012. *Pengantar Akuntansi*, Adaptasi Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- Rusmina, C., Sarboini, S., Yusrawati, Y., & Sufitrayati, S. (2022). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KEBIJAKAN UTANG, DAN INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN KIMIA YANG TERDAFTAR DI BEI 2015-2020. *JURNAL ILMIAH EDUNOMIKA*, 7(1). 1-12.
- Sartono dan Agus. 2016. *Manajemen Keuangan teori dan aplikasi*, Edisi 4, Yogyakarta: BPFE.
- Setianto, Buddy. 2016. *Saham-saham Undervalue kombinasi Analisa Fundamental & Technical*.
- Setiawati, Loh Wenny dan Melliana Lim. 2018. Analisa Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage dan Pengungkapan Sosial Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 2. No. 1. Hal 12-35.
- Silviana, Ika. 2020. Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Bank yang terdaftar di BEI. *E-Jurnal Manajemen*. Vol 4. No. 1. Hal 5-13.
- Sugiono, Arif. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Grasindo.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung. Alfabeta.
- Surpa, Ni Luh dan Wayan Cipta. 2019. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan leverage serta Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Prospek*. Vol. 1. No. 2. Hal 4-6.
- Susanto. 2016. *Sistem Informasi Akuntansi*. Edisi Sembilan. Yogyakarta: ANDI.
- Wiagustini, Ni Luh Putu. 2020. Debt to Asset Ratio, Debt to Asset Equity berpengaruh terhadap Return saham. *E-Jurnal manajemen Universitas Udayana*. Vol. 9. No.3. Hal 76.
- Widarto, Danny dan Rina Mudjiyanti. 2015. Pengaruh Environmental Performance Dan Environmental Disclosure Terhadap Economic Performance. *The Accounting Conference*. Vol. 3. No 1. Hal 13-15.
- Yusuf, Muri. 2016. *Metode Penelitian, Kuantitati, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.