

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada PT ANTAM Tbk

Miladatul Husni¹, Nasrul Kahfi Lubis², Mayang Murni³
Universitas Samudra^{1,2,3}
husnimiladatul@gmail.com

*Correspondence: [Miladatul Husni@husnimiladatul@gmail.com](mailto:MiladatulHusni@husnimiladatul@gmail.com) *<https://journal.aira.or.id/j-reb> |
Submission Received : 01-02-2025; Revised : 28-03-2025; Accepted : 23-04-2025;
Published : 24-04-2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Antam Tbk. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan populasi pada penelitian ini adalah PT Antam Tbk. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling jenuh. Metode pengumpulan data berasal dari data histori perusahaan yaitu data keuangan yang sudah diaudit oleh perusahaan PT. Antam Tbk yang terdaftar di BEI pada periode 2009-2023. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda dengan mengoperasikan Software SPSS (*Statistical Package for the Social Science*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk, variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk, variabel profitabilitas memberpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk, secara simultan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk.

Kata Kunci: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Nilai Perusahaan

Abstract

This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Firm Size, and Profitability on Firm Value at PT. Antam Tbk. The type of data in this study uses quantitative data with the population in this study being PT Antam Tbk. The sampling technique uses the saturated sampling method. The data collection method comes from the company's historical data, namely financial data that has been audited by the company PT. Antam Tbk which is listed on the IDX in the period 2009-2023. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis by operating SPSS (Statistical Package for the Social Science) Software. The results of this study indicate that the Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure variable has a positive and significant effect on firm value at PT. Antam Tbk, the firm size variable has a positive and significant effect on firm value at PT. Antam Tbk, the profitability variable has a positive and significant effect on firm value at PT. Antam Tbk, simultaneously Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, firm size, and profitability have a significant effect on firm value at PT. Antam Tbk.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure, Firm Size, Profitability, Firm Value*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin canggih dan modern pada era sekarang ini mengharuskan setiap orang harus mampu menyesuaikan diri dan selalu *up to date* tentang informasi yang lagi hangat-hangatnya berkembang di lingkungan masyarakat. Begitu pula dengan perkembangan dunia bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan harus menciptakan dan menghasilkan nilai perusahaan yang baik, dengan nilai perusahaan yang baik maka perusahaan akan dipandang bagus oleh para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Maka dari itu semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang akan diterima (Fernandar dan Raharja, 2012).

Nilai perusahaan merupakan hal yang penting karena dapat menjadi tolak ukur bagi investor dalam menilai keberhasilan perusahaan dan nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham perusahaan tersebut. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin tinggi harga saham perusahaan tersebut (Nurkhin et al, 2017).

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham dipasar yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik saham (Harmono, 2009). Pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini menggunakan proksi *Price to Book Value* (PBV). Rasio PBV menggunakan harga pasar saham perusahaan yang mencerminkan penilaian investor keseluruhan atas setiap ekuitas yang dimiliki perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan (Prayitno, 2012).

Terdapat fenomena yang terjadi mengenai nilai perusahaan pada PT Antam Tbk, awalnya harga saham pada perusahaan ini di tanggal 25 November 2007, harga saham ANTM pernah mencapai rekor tertinggi di angka Rp 4.451 dan ditutup pada harga Rp 3.926 per lembar saham. Namun setelah 13 tahun PT Antam Tbk mengalami penurunan yang sangat drastis hingga

mencapai harga Rp 610 per lembar saham pada penutupan perdagangan Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 6 Maret 2020. Berdasarkan data harga yang diperoleh melalui Bursa Efek Indonesia, grafik harga saham ANTM dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 1. Grafik Penurunan Harga Saham PT Antam Tbk 2006-2020

Sumber: www.antam.com, 2024

Dari gambar diatas, ada investor yang menggantungkan nasib dana pensiunnya pada saham Antam selama 13 tahun, maka kerugian yang dialami senilai 84,5%. Atau anggap saja investor tersebut tidak membeli di harga Rp 3.926, namun setengah yaitu di harga Rp 1.963, jadi investor itu membeli saham ANTM setelah turun 50% dari harga tertingginya sepanjang masa. Maka kerugian yang dialami juga masih cukup besar yaitu 68,9%, belum termasuk rugi inflasi atau penurunan nilai mata uang rupiah setiap tahunnya. Bahkan jika membeli di harga terendah di Oktober 2009 yaitu Rp 789 per lembar saham ANTM, maka setelah menyimpannya selama 10 tahun 5 bulan, justru pemegang saham ANTM masih merugi sebesar 22,7%, belum termasuk inflasi setiap tahun yang harus ditanggung.

Corporate Social Responsibility merupakan mengembangkan ekonomi dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan, contohnya adalah perusahaan yang menggunakan sumber daya alam memerhatikan dampak terhadap lingkungannya seperti limbah, polusi, tenaga kerja, dan keamanan kualitas produk (Mardianthi & Riduwan, 2019). Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa peran dari adanya *Corporate Social Responsibility* menjadi hal yang paling penting bagi perusahaan karena berkaitan dengan kesadaran sosial perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Penanganan *Corporate Social Responsibility* yang belum optimal disektor pertambangan didukung oleh kasus yang dihadapi PT Antam Tbk, sejumlah eks penambang ilegal (gurandil) kecamatan Nanggung, Kabupaten Bogor, mengeluhkan sikap PT Antam Tbk yang tidak memperdulikan nasib warga sekitar. Rakyat menilai perusahaan tersebut telah ingkar janji soal pemberdayaan masyarakat dan bantuan dana *Corporate Social Responsibility*, usai penerbitan penambang emas ilegal di kawasan tersebut. Firdaus mengungkapkan bahwa mereka tidak merasakan aliran dana CSR dari PT Antam Tbk. Padahal, ketika mau penertiban, kami dijanjikan adanya aliran dana CSR berikut pemberdayaan masyarakat berupa pelatihan

keterampilan, usaha dan lainnya. Makmun menyatakan bahwa warga sekitar yang kerja di perusahaan tersebut juga sedikit, bahkan PT Antam juga menganaktirikan pekerja – pekerja yang berasal dari lingkungan sekitar (merdeka.com.).

Ukuran Perusahaan adalah besar kecilnya suatu perusahaan yang di ukur dari besarnya total asset atau kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Rudangga, 2016). Ukuran Perusahaan dapat menggambarkan seberapa besar total asset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan dengan skala besar mempunyai total aset lebih banyak. Dalam mencapai besarnya total aset, biasanya perusahaan menggunakan dana pihak ketiga untuk meningkatkan laba. Maka besaran aset perusahaan tidak terlepas dari ancaman di masa depan. Oleh karena itu, ukuran perusahaan bisa terlihat dari total aset yang dimiliki dan laba yang dihasilkan, sehingga perusahaan cenderung lebih mudah menghindari kesulitan keuangan (Christine dkk, 2019).

Terdapat fenomena yang terjadi pada PT Antam Tbk pada tahun 2013 Direktur Utama PT Antam, Tato Miraza menjelaskan selama 2013 laba bersih PT. Antam hanya Rp 409,9 miliar atau turun dari 2012 Rp 2,99 triliun. Padahal, selama 2013 penjualan PT Antam menunjukkan peningkatan hingga 8,1% menjadi Rp 11,30 triliun dibandingkan 2012 sebesar Rp 10,45 triliun. Volume penjualan emas juga mengalami kenaikan 34% dari 7.024 kg pada 2012 menjadi 9.391 kg pada 2013. Akibat kenaikan beban, lanjut Tato, laba kotor dan laba usaha PT Antam juga merosot. Laba usaha PT Antam anjlok lebih dari setengah yaitu Rp 421,03 miliar dibanding 2012 sebesar Rp 895,86 miliar. Sedangkan laba kotor PT Antam turun menjadi Rp 1,61 triliun pada 2013 dari Rp 2,02 triliun. Laba bersih per saham dasar turun menjadi 43 pada 2013. Bila dibandingkan laba bersih per saham dasar tahun 2012 sebesar 314. Dibawah pimpinan Tato, PT Antam selama 2013 memiliki total aset yang meningkat dari Rp 19,7 triliun di 2012 menjadi Rp 21,86 triliun di 2013. Saham PT. Antam sendiri terbagi dua, yaitu 65% dimiliki pemerintah dan 35% oleh masyarakat. Sedangkan di sisi liabilitas terjadi peningkatan dari Rp 6,88 triliun di 2012 menjadi Rp 9,13 triliun di 2013 (bisnis.com).

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan dalam jangka waktu tertentu. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk mencari keuntungan. Rasio tersebut juga dapat mengukur tingkat efektivitas dan manajemen perusahaan. Hal ini ditunjukkan dari keuntungan yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Apabila profitabilitas suatu perusahaan terus menurun dan bahkan berjumlah negatif maka kemungkinan perusahaan mengalami kebangkrutan akan semakin besar (Yustika, 2015).

Adapun fenomena yang berkaitan dengan Profitabilitas yang terjadi pada perusahaan PT Antam Tbk mencatatkan kerugian sebesar Rp 496 miliar pada enam bulan pertama 2017. Emiten berkode ANTM itu sempat mencatatkan laba bersih pada kuartal I-2017 sebesar Rp. 6,64 miliar dan pada periode yang sama tahun 2018 sebesar Rp. 11 miliar. Pada semester I-2017, ada beberapa hal yang menyebabkan PT Antam Tbk mengalami kerugian sebesar Rp. 496 miliar, antara lain penurunan penjualan dari Rp 4,16 triliun di periode yang sama tahun lalu, menjadi Rp 3,01 triliun atau mengalami penurunan hingga 27,66%. Untuk mengantisipasi kerugian terulang kembali di paruh kedua 2017, PT Antam Tbk berupaya meningkatkan produksi tambang dibandingkan periode sebelumnya. Dengan meningkatnya produksi, maka penjualan PT Antam Tbk juga akan ditingkatkan seperti emas, nikel, dan perak, sehingga penjualan meningkat. Harga produk nikel, emas, dan perak mulai meningkat lagi ditambah dengan ekspor nikel dan biji bauksit juga meningkat (finance.detik.com).

Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Arianto Lumbantoruan, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Keputusan Investasi berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Keputusan Pendanaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Kebijakan Dividen berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan serta secara simultan Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan, serta Kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan laba. Dari hasil tersebut variabel independen yang digunakan adalah Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Dividen terhadap Nilai Perusahaan. Berbeda dengan penelitian tersebut, di dalam penelitian ini peneliti menggunakan variabel Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas.

2. TINJAUAN LITERATUR

Pertumbuhan Laba

Teori Stakeholder

Stakeholder menurut Freeman dan McVea (2001) ialah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi. Teori stakeholder adalah teori yang menggambarkan kepada pihak mana saja perusahaan bertanggung jawab (Freeman, 1984). *Stakeholder* pada dasarnya memiliki ekspektasi yang berbeda mengenai bagaimana perusahaan dioperasikan. Perusahaan akan berusaha mencapai harapan *stakeholder* dengan aktivitas sosial dan lingkungan. Suatu perusahaan dapat mengelola pemangku kepentingan dengan baik agar mendapatkan imbalan baik secara *financial* (Phillips et al, 2019).

Teori Keagenan

Teori keagenan mengungkapkan adanya hubungan antara *principal* (pemilik) dan *agent* (manajer) yang dilandasi dari adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian perusahaan, pemisahan penanggung resiko, pembuat keputusan dan pengendalian fungsi-fungsi (Jensen dan Meckling, 1976). Berdasarkan perspektif teori keagenan, informasi yang disajikan dalam laporan tahunan terutama pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dapat disajikan oleh pemegang saham dan *stakeholders* lainnya untuk mengontrol aktivitas manajer sebagai pihak yang diberi wewenang oleh pemilik perusahaan.

Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Husnan, 2013). Nilai perusahaan adalah nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas perusahaan yang beredar (Keown, 2012). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai perusahaan adalah nilai pasar seluruh komponen keuangan perusahaan yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan dijual yang tercermin dari harga sahamnya. Nilai perusahaan diartikan sebagai nilai pasar dalam penelitian ini. Apabila harga saham perusahaan meningkat, maka perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada para *shareholder* (Rosiana, et al., 2013).

PBV sangat erat kaitannya dengan harga saham. Perubahan harga saham akan merubah rasio PBV. Rasio PBV yang semakin tinggi mengindikasikan harga saham yang semakin tinggi pula. Harga saham yang tinggi mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi. Begitu pula

sebaliknya, semakin kecil nilai PBV perusahaan berarti harga saham semakin murah. Di ukur dengan rumus sebagai berikut:

$$Price\ To\ Book\ (PBV) = \frac{Harga\ Saham}{Nilai\ Buku\ Saham}$$

Sumber: Setianto, 2016

Didalam penelitian ini penulis memilih untuk menggunakan PBV sebagai pengukuran Nilai Perusahaan karena PBV dianggap lebih melihat pada keadaan maupun kondisi sebenarnya dari sebuah perusahaan karena melihat sisi ekuitas atau modal perusahaan. Investor akan lebih menghargai apa yang terlihat di dalam laporan keuangan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan laporan aktivitas tanggung jawab sosial yang telah dilakukan oleh perusahaan baik yang berkaitan dengan perhatian masalah dampak sosial maupun lingkungan (Hadi, 2011). Dapat disimpulkan dari uraian tersebut bahwa mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dinilai mampu untuk memberikan manfaat kepada para perusahaan yang menjalankannya.

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang bisa mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel dependen atau munculnya variabel dependen yang diwakili oleh lambing (X) (Sugioyo, 2018). Penelitian ini menggunakan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSRI = \frac{\sum Xi}{n}$$

Keterangan :

CSRj = *Corporate Social Responsibility* perusahaan .

$\sum Xi$ = Jumlah item yang diungkapkan perusahaan .

N = Jumlah keseluruhan item.

Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan merupakan besar atau kecilnya suatu gambaran perusahaan yang dimana perusahaan besar lebih mudah untuk mendapatkan pinjaman dari luar baik dalam bentuk modal saham atau dalam bentuk hutang sebab besarnya perusahaan menjadi reputasi yang cukup dimata masyarakat. Untuk menentukan besar kecilnya ukuran perusahaan bisa dilihat dari total aktiva, penjualan, total penjualan, rata-rata total aktiva (Ni Luh Ayu, 2016). Perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar. Semakin besar ukuran perusahaan dari sebuah perusahaan maka semakin meningkat pula nilai perusahaan tersebut (Angga dan Wiksuana, 2016).

Perusahaan dengan total aset besar mencerminkan perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan. Arus kas perusahaan tersebut sudah positif dan memiliki prospek yang baik dalam jangka panjang, dan menunjukkan perusahaan lebih stabil dan mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset kecil. Berikut rumus perhitungan ukuran perusahaan dengan total aset :

$$Size = Ln\ Total\ Assets$$

Keterangan :

Size = Ukuran perusahaan

LnTA = Logaritma natural dari total aset

Berdasarkan uraian diatas, rumus yang digunakan dalam menghitung ukuran perusahaan adalah total aset. Ukuran perusahaan yang didasarkan pada total aset pada umumnya disebabkan karena anggapan manajer bahwa perusahaan yang dimiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relative stabil dan mampu menghasilkan laba yang besar.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat menjalankan operasionalnya. Profitabilitas menggambarkan pendapatan yang dimiliki perusahaan untuk membiayai investasi. Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan bagi investor. Profitabilitas merupakan faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan struktur modal perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung menggunakan hutang yang relatif kecil karena laba ditahan yang tinggi sudah memadai untuk membiayai sebagian besar kebutuhan pendanaan. Semakin besar tingkat keuntungan menunjukkan semakin baik manajemen dalam mengelolaperusahaan (Sutrisno, 2017).

Penelitian ini menggunakan *Return On Asset* (ROA) sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas. *Return On Asset* adalah rasio yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama satu periode (Dewi dan Christian, 2018). *Return on Asset* yaitu rasio yang menunjukkan kemampuan seluruh aset yang ada dan digunakan untuk menghasilkan laba. Berikut rumus *return on asset* adalah:

$$Return\ On\ Asset = \frac{Laba\ Bersih}{Total\ Aset} \times 100\ %$$

Hipotesis

Hipotesis 1 (H₁) penelitian oleh Anindita dan Yuliati (2017) Citra perusahaan yang positif akan membuat perusahaan lebih bernilai dan lebih menjanjikan dalam memberikan tingkat pengembalian yang stabil sehingga dapat menarik investor. CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pada penelitian ini Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Hipotesis 2 (H₂) Perusahaan dengan ukuran perusahaan yang besar akan disukai oleh investor karena perusahaan tersebut memiliki aset dalam jumlah besar yang berdampak pada peningkatan laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka banyak investor yang tertarik untuk menanamkan investasi pada perusahaan tersebut dan mengakibatkan nilai perusahaan pun ikut meningkat. Hal ini didukung penelitian yang dilakukan oleh Soliha dan Taswan (2002) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 3 (H₃) Dalam investasi, yang diinginkan investor adalah keuntungan sehingga dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi akan meningkatkan daya tarik perusahaan dimata investor sehingga permintaan atas sekuritas

perusahaan meningkat dan harga saham ikut meningkat yang otomatis nilai perusahaan naik Dewi dan Tarina 2011). Hal ini telah didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Tarnia (2011) menunjukkan hasil penelitian bahwa kinerja keuangan yang diproksikan dengan return on asset (ROA) terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis 4 (H₄) Dalam penelitian (Maria, Nurmala, Yuana, 2022) menyatakan bahwa Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Jika perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melakukan CSR yang lebih maka perusahaan juga harus meningkatkan Nilai Profitabilitasnya supaya Nilai Perusahaan tidak turun dan investor akan mau menanamkan sahamnya.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian asosiatif. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif yang diperoleh dari laporan keuangan PT Antam Tbk yang telah di publikasikan pada tahun 2009-2023. Sumber data dalam penelitian ini diambil dari data sekunder. Data sekunder yang didapat berupa dari laporan keuangan yang dikutip melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) serta situs resmi PT Antam Tbk (www.antam.com). Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah PT Antam Tbk pada tahun 2009-2023. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel jenuh, dimana semua populasi dalam penelitian ini dijadikan sampel.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian dokumentasi. Metode analisis yang digunakan dalam Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, asumsi klasik, uji t, uji F, uji koefisien determinasi dan analisis regresi linier berganda yaitu berfungsi untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan alat bantu komputer (*software*) SPSS IBM 23.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah jenis statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Menurut Ghozali (2009), tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum, dan standar deviasi. Statistik deskriptif membantu dalam menjelaskan data menjadi informasi yang lebih jelas dan mudah dipahami, serta memberikan gambaran mengenai penelitian, seperti hubungan antar variabel independen yang diproksikan dengan dewan direksi dan ukuran perusahaan. Hasil dari analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini:

Tabel 1. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	15	,4296	,9930	,603287	,1486818
Size	15	16,1121	17,3850	17,002793	,3994334
Profitabilitas	15	-4,7464	15,1869	4,860813	5,9544015
Nilai Perusahaan	15	,4120	2,5949	1,447947	,7224973
Valid N (listwise)	15				

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa nilai CSR perusahaan berkisar antara 0,4296 hingga 0,9930 dengan rata-rata 0,603287, menunjukkan komitmen CSR yang cukup kuat di sebagian besar perusahaan. Variasi nilai CSR ini relatif rendah, terlihat dari deviasi standar 0,1486818, yang mengindikasikan konsistensi di antara perusahaan dalam hal tanggung jawab sosial. Ukuran perusahaan dalam sampel bervariasi dari 16,1121 hingga 17,3850 dengan rata-rata 17,002793, menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan ini umumnya besar, dengan variasi yang tidak terlalu besar (deviasi standar 0,3994334). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam sampel memiliki ukuran yang cukup seragam.

Di sisi lain, profitabilitas menunjukkan variasi yang lebih signifikan, dengan nilai berkisar antara -4,7464 hingga 15,1869. Rata-rata profitabilitas berada pada 4,860813, mengindikasikan kinerja keuangan yang cukup baik secara keseluruhan, namun deviasi standar yang tinggi, yaitu 5,9544015, menunjukkan adanya perbedaan yang mencolok antara perusahaan yang sangat menguntungkan dan yang merugi. Nilai perusahaan juga bervariasi cukup luas, dengan nilai minimum 0,4120 dan maksimum 2,5949, serta rata-rata 1,447947. Deviasi standar sebesar 0,7224973 menunjukkan adanya variasi yang cukup besar dalam penilaian perusahaan, dengan beberapa perusahaan bernilai jauh lebih tinggi atau lebih rendah dari rata-rata.

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (bell shaped) (Santoso, 2017). Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,61920688
Most Extreme Differences	Absolute	,256
	Positive	,256
	Negative	-,148
Test Statistic		,256
Asymp. Sig. (2-tailed)		,079 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,079. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model analisis regresi sudah berdistribusi secara normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model analisis regresi, karena model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi yang kuat antara variabel bebasnya. Korelasi yang kuat antara variabel bebas dapat mengganggu estimasi parameter dan membuat interpretasi hasil regresi menjadi tidak akurat. Berikut hasil uji multikolinieritas:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
CSR	,823	1,215
Size	,722	1,386
Profitabilitas	,678	1,475

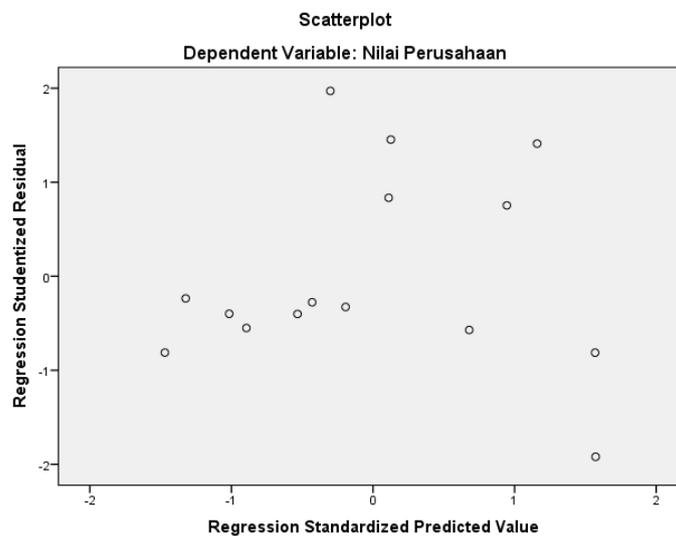
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 (*tolerance* > 0,10) dan nilai VIF tidak lebih dari 10 (VIF < 10). Dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 2 sebagai berikut :



Gambar 2. Uji Heteroskedasitas

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan gambar 2 analisis *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik residual tersebar secara acak di sekitar garis horizontal tanpa pola tertentu, seperti bentuk kipas atau

kurva. Dengan demikian, model regresi yang digunakan tidak menunjukkan masalah heteroskedastisitas yang signifikan berdasarkan gambar analisis *scatterplot* ini.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t (sekarang) dengan periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2009). Untuk dapat melihat dan mengetahui adanya autokorelasi maka dapat melakukan pengujian dengan menggunakan uji *Durbin-Watson* (*DW test*). Berikut hasil uji autokorelasi:

Tabel 4. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	,892

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai *Durbin-Watson* sebesar 0,892. Angka tersebut berada diantara -2 sampai +2, yang artinya angka *Durbin-Watson* yang dihasilkan tidak dibawah dari -2 dan tidak lebih dari +2. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model tersebut tidak terjadi autokorelasi.

Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas) sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan, maka dilakukan analisis regresi sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Regresi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,451	9,214		,483	,039
CSR	1,440	1,384	,296	1,040	,020
Size	-,238	,550	-,132	-,433	,044
Profitabilitas	,036	,038	,296	,942	,036

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2024

Dari hasil tabel 5 analisis regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 4,451 + 1,440X_1 - 0,238X_2 + 0,036X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 4,451 menunjukkan nilai perusahaan (Y) apabila variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (X_1), ukuran perusahaan (X_2), dan profitabilitas (X_3) bernilai tetap.
2. Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* (X_1) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti apabila pengungkapan *corporate social responsibility* mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 1,440.
3. Variabel ukuran perusahaan (X_2) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti apabila ukuran perusahaan mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,238.
4. Variabel profitabilitas (X_3) menunjukkan pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang berarti apabila profitabilitas mengalami peningkatan sebesar satu satuan maka nilai perusahaan akan meningkat sebesar 0,036.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil dari uji koefisien determinasi dapat kita lihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,755 ^a	,665	,605	,6985596

a. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR, Size

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil tabel 6 diatas dapat diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,605 atau sebesar 60,5%. Hal ini berarti variabel pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berkontribusi mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 60,5% sementara sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan dalam analisis statistik untuk mengevaluasi signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual atau parsial. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 7 dengan α 0,05 (5%).

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,451	9,214		,483	,039
CSR	1,440	1,384	,296	1,040	,020
Size	,238	,550	,132	,433	,044
Profitabilitas	,036	,038	,296	,942	,036

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel dapat 7 dijelaskan bahwa:

1. Variabel pengungkapan *corporate social responsibility* memiliki t sebesar 1,040 dengan nilai signifikansi sebesar 0,020, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikansi terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel ukuran perusahaan memiliki t sebesar 0,433 dengan nilai signifikansi sebesar 0,044, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel profitabilitas memiliki t sebesar 0,942 dengan nilai signifikansi sebesar 0,036, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka profitabilitas berpengaruh positif dan signifikansi terhadap nilai perusahaan.

Hasil Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi sejauh mana variabel-variabel independen yang digunakan secara simultan mampu menjelaskan variabel dependen, hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,940	3	,647	1,325	,046 ^b
	Residual	5,368	11	,488		
	Total	7,308	14			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), Profitabilitas, CSR, Size

Sumber: Data diolah, 2024

Dari tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 1,325 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046, karena nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima, artinya variabel pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Antam Tbk.

Hasil penelitian menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk. Yang terdaftar di BEI tahun 2009-2023. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,020, yang artinya bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan Rahmah (2017) yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini berarti dengan melakukan CSR perusahaan mendapat legitimasi dari masyarakat dan dukungan dari para stakeholder, sehingga kegiatan operasional perusahaan akan terus berjalan dengan baik. Kegiatan operasional yang berjalan dengan baik akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Antam Tbk.

Hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk. Yang terdaftar di BEI tahun 2009-2023. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,044, yang artinya bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Muharramah dan Hakim (2021) mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara spesifik, perusahaan yang lebih besar cenderung menunjukkan nilai yang lebih tinggi.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Antam Tbk

Hasil penelitian menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada PT. Antam Tbk. Yang terdaftar di BEI tahun 2009-2023. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,036, yang artinya bahwa nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Marota dan Ilmiyono (2022) menunjukkan bahwa return on asset (ROA) secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA berarti perusahaan semakin efisien. Semakin perusahaan efisien, maka nilai perusahaan semakin naik.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Antam Tbk.

Hasil Uji F menunjukkan bahwa nilai F adalah 1,325 dengan nilai signifikansi sebesar 0,046 dan nilai signifikansi tersebut kurang dari 0,05, ini berarti hipotesis penelitian diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan secara simultan. Ini menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Dinda (2022) Penelitian ini membuktikan bahwa secara simultan, variabel tanggung jawab sosial perusahaan, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada PT Antam Tbk, maka kesimpulan penelitian ini yaitu secara parsial pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan namun ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dan secara simultan pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan beberapa keterbatasan, dan hasilnya dapat berubah karena keterbatasan tersebut. Keterbatasan penelitian saat ini adalah periode penelitian yang dilakukan terlalu panjang selama 15 tahun yaitu 2009-2023 sehingga mengalami data yang terbatas dan hilang pada periode tertentu atau sumber tidak lengkap, yang dapat memengaruhi analisis dan generalisasi temuan. Penelitian ini hanya memfokuskan pada PT Antam Tbk yang juga membatasi penerapan hasil secara umum karena mungkin tidak mewakili perusahaan lain. Data yang digunakan adalah data sekunder, yang mungkin tidak mencakup informasi internal, serta perubahan kebijakan dan strategi perusahaan seiring waktu, juga dapat memengaruhi relevansi dan keakuratan temuan

Adapun saran yang disimpulkan dari hasil pengujian dalam penelitian ini disarankan untuk memperkecil periode penelitian dengan periode tertentu jika memungkinkan agar data tidak banyak yang tertinggal sehingga penelitian mendapatkan data yang akurat. Dapat meningkatkan generalisasi temuan, disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan perusahaan lain di industri yang sama. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar fokus diperluas dengan mengumpulkan data dari periode yang lebih panjang dan berbagai sumber, termasuk data primer melalui wawancara dan survei. Selain itu, penelitian sebaiknya mencakup studi kasus pada beberapa perusahaan di sektor yang sama atau berbeda untuk meningkatkan generalisasi hasil. Evaluasi periodik terhadap hasil penelitian dapat memastikan bahwa temuan tetap relevan dengan tren dan perkembangan terbaru di industri. Selanjutnya dapat memperluas cakupan analisis dengan memasukkan variabel tambahan seperti tingkat likuiditas, *Debt-to-Equity Ratio* (DER) dan struktur modal, serta mengukur kualitas pengungkapan CSR secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Ross, S. (2015). Pengantar Keuangan Perusahaan. Jakarta: Salemba Empat.
- Agustina. (2013). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Skripsi. Padang: Universitas Negeri Padang.
- Ahyani, N., Respati, N. W., & Chairina. (2015). "Pengaruh Locus of Control, Kompetensi, dan Kompleksitas Tugas terhadap Audit Judgment", vol 2: hal.1- 12. "Jurnal Sains Akuntansi Indonesia"
- Berle, A.A. & Means, G. (1932). The Modern Corporation and Private Property, United States of America.
- Bambang, R. (2012). Dasar-dasar Pembelanjaan, Edisi 4, Yogyakarta: BPF
- Brigham, E. F., & Daves, P. R. (2010). Intermidate Financial Management (8th ed.). Mc.Graw Hill.
- Brigham, Eugene F. & Joel F Houston. (1999). Manajemen Keuangan. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Christine, D. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Total Arus Kas dan Ukuran Perusahaan terhadap Financial Distress pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. EISSN : 2599-3410 | P-ISSN : 2614-3259. Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah Vol. 2 No. 2.
- Dewi & Wirajaya, (2013). "Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan" E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.4, No.2, 2013 : 358-372.
- Fahmi, I. (2011). Analisis Laporan Keuangan. Lampulo: ALFABETA.
- Ferry, M. G & Jones, W. H, (1979). Determinats Of Financial Structure A New Methhodological Approach, The Journal Of Financial Vol. XXXIV, No. 3.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. In Strategic Management: A Stakeholder Approach. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139192675>
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, M. C., & F. Syarif. (2008). Pengaruh Kebijakan Leverage, Kebijakan Deviden, dan Earning Per Share Terhadap Nilai Perusahaan, Jurnal Akuntansi , 47.
- Khofifah, D. N., Meiriasari, V., & Pebriani, R. A. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2017-2019). Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Ekonomi, 3(1), 17-25.
- Luthfia, W. E. (2012). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffe Shop Kofisyop Tembalang.

- Marshal, A., (1920). *Industry and Trade: A Study of Industrial Technique and business organization; and of their influences on the condition of various classes and nations.* Balliol Croft, Cambridge.
- Muharramah, R., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis* (pp. 569-576).
- Natsir, K., & Yusbardini. (2020). The Effect of Capital Structure and Firm Size on Firm Value Through Profitability as Intervening Variable. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 145, 218–224. <https://doi.org/10.4172/2167-0234.1000298>