

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* Terhadap Nilai Perusahaan

Aviyanti Winata¹, Titik Aryati²

¹²Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

Email: ani.atiningsih67@gmail.com

Abstract

Every company has a value that becomes an attraction for investors. Firm value is a benchmark for an investor to invest in the company. In addition to investors, the company's value can also be an attraction for the public to place their trust in the company. The more the company value increases, the more trust it will increase and will make it easier for the company to achieve its targets. The data used in this research are Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Growth and company value. The data collection technique was carried out using the documentation method. This method is carried out by recording or collecting data on companies included in the banking group during the 2018-2021 period, where this data is obtained from annual reports and those published by the Indonesian Stock Exchange (BEI) which can be accessed via each company's website. This sampling technique uses purposive sampling consisting of a sample of 46 banking companies listed on the IDX in 2018-2021. Data analysis using multiple linear regression. The results of research with 184 observations show that the Corporate Social Responsibility and Profitability variables have no effect on Company Value. Meanwhile, Leverage has a negative effect on Firm Value and Growth has a positive effect on Firm Value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Growth, Corporate Value*

Abstrak

Setiap perusahaan memiliki suatu nilai yang menjadi daya tarik untuk para investor. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur suatu investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut. Selain untuk para investor, nilai perusahaan juga bisa menjadi daya tarik masyarakat untuk memberikan kepercayaannya kepada perusahaan tersebut. Semakin meningkatnya nilai perusahaan maka akan semakin meningkatkan kepercayaan tersebut dan akan memudahkan perusahaan untuk mencapai targetnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, *Leverage*, *Growth* dan nilai perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode ini dilakukan dengan mencatat atau mengumpulkan data-data perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kelompok perbankan selama periode 2018-2021, dimana data-data ini diperoleh dari laporan tahunan dan yang diterbitkan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dapat diakses melalui website masing – masing perusahaan. Teknik pengambilan sampling ini menggunakan purposive sampling yang terdiri dari sampel 46 perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2021. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian dengan 184 observasi menunjukkan variabel *Corporate Social Responsibility* dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan dan *Growth* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Keuntungan, Hutang, Pertumbuhan, Nilai Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan memiliki suatu nilai yang menjadi daya tarik untuk para investor. Nilai perusahaan menjadi tolak ukur suatu investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut.

Selain untuk para investor, nilai perusahaan juga bisa menjadi daya tarik masyarakat untuk memberikan kepercayaannya kepada perusahaan tersebut. Semakin meningkatnya nilai perusahaan maka akan semakin meningkatkan kepercayaan tersebut dan akan memudahkan perusahaan untuk mencapai targetnya. Menurut Sartono (2014:79) Nilai perusahaan adalah suatu keadaan yang menggambarkan bagaimana masyarakat percaya terhadap apa yang selama ini telah dicapai oleh perusahaan. Banyak factor yang mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Suatu perusahaan tentunya memiliki tanggung jawab sosial pada lingkungannya untuk menjaga hubungan antara perusahaan dengan masyarakat. Hal tersebut biasa disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). *Corporate Social Responsibility* merupakan sebuah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan lingkungan sekitarnya sebagai sebuah bentuk tanggung jawab perusahaan tersebut. Saat ini, sudah banyak perusahaan yang menjalankan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Wibisono (2018), *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negative dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi social dan lingkungan (triple bottom line). Dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia, *Corporate Social Responsibility* diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2012 tentang Perseroan Terbatas, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang tanggung jawab social dan lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam isi Undang – Undang tersebut pada pasal 1 ayat 1 dijelaskan bahwa “Perseroan Terbatas yang selanjutnya disebut Perseroan adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seluruhnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta peraturan pelaksanaannya”.

Di Indonesia tersendiri sudah banyak yang mulai melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, namun masih banyak sekali yang keliru dengan apa tujuan dari kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Banyak yang beranggapan bahwa *Corporate Social Responsibility* untuk membagikan keuntungan namun ternyata itu semua salah karena tujuan dari *Corporate Social Responsibility* adalah untuk mendapatkan keuntungan. Apabila perusahaan melakukan pelanggaran dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* maka terdapat sanksi pidana yang tercantum dalam Undang – Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPLH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/ atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”.

Perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* akan menambahkan kepercayaan masyarakat. Sehingga masyarakat dapat mendukung keberlangsungan jalannya perusahaan. Jika perusahaan berjalan dengan lancar maka akan menambahkan kinerja perusahaan yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Menurut Rahmantari (2020) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan menurut Mayastika (2021) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain *Corporate Social Responsibility*, factor lainnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah karakteristik perusahaan. Masing – masing perusahaan memiliki karakteristiknya masing – masing. Dalam nilai perusahaan, hal yang terdapat dalam karakteristik sebagai pembeda dengan perusahaan lainnya terdapat berbagai macam. Di dalam penelitian ini, karakteristik perusahaan yang digunakan adalah Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth*.

Profitabilitas merupakan gambaran perusahaan dalam menghasilkan laba pada suatu periode tertentu. Menurut Purwani dan Oktavia (2018), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan semakin tingginya profit yang diperoleh maka menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang bagus dan akan meningkatkan nilai perusahaan. Jika profitabilitas perusahaan tinggi tentunya akan menarik para investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut karena perusahaan mampu memperoleh profit yang tinggi. Semakin tinggi juga laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan juga akan berdampak pada tingginya harga saham. Apabila suatu perusahaan mengalami penurunan laba, maka harga saham secara tidak langsung akan ikut menurun juga. Dampaknya, akan membuat

para investor kabur dan tidak lagi berinvestasi di perusahaan tersebut. Jika perusahaan sudah mengalami penurunan tersebut maka akan sulit bagi perusahaan untuk menambah modal karena akan berkurangnya jumlah para investor. Jadi, memang profitabilitas ini sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan terutama untuk meningkatkan nilai perusahaan demi keberlanjutan perusahaan agar bisa terus berkembang.

Para investor tentunya akan melihat *Leverage* perusahaan karena menjadi bahan pertimbangan sebagai penilaian perusahaan tersebut atas kemampuannya untuk melunasi hutangnya tanpa terjadinya penurunan laba. Menurut Wiagustini (2010:76) *Leverage* adalah suatu rasio keuangan yang mengukur seberapa banyak perusahaan dibiayai dengan menggunakan hutang. Namun, ada yang perlu diperhatikan dalam penggunaan hutang. Penggunaan hutang terlalu berlebih juga tidak baik karena dikhawatirkan jika hutang digunakan seluruhnya maka akan terjadi penurunan laba yang diperoleh perusahaan. Jika terjadi penurunan laba maka tentunya akan menurunkan nilai perusahaan. Menurut Novarianto dan Dwimulyani (2019) bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Dewi dan Abundanti (2019) berdasarkan hasil penelitiannya menunjukan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hal lain yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu pertumbuhan perusahaan atau disebut *Growth*. Setiap perusahaan tentunya berharap bahwa akan terjadinya pertumbuhan perusahaan. *Growth* adalah perubahan yang terjadi adanya penurunan atau peningkatan dari total aset yang dimiliki oleh perusahaan dalam kurun waktu tertentu. Biasanya *Growth* akan diukur perbandingannya dari tahun lalu dengan tahun sekarang. Dalam penelitian ini, pertumbuhan perusahaan yang akan diteliti dilihat dari bertambahnya aset yang dimiliki dari suatu perusahaan. Semakin bertumbuhnya perusahaan maka akan menunjukkan jika perusahaan memiliki suatu prospek yang baik. Tentunya akan menjadikan daya tarik investor jika perusahaan itu memiliki pertumbuhan yang baik. Selain itu, tentunya perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dari adanya pertumbuhan ini. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari berjalannya waktu ke waktu. Setiap perusahaan memiliki proses pertumbuhan yang berbeda. Menurut Rahman (2019) *Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan menurut Ukhriyawati dan Dewi (2019) bahwa *Growth* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Di Indonesia banyak sekali sektor perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* untuk meningkatkan nilai perusahaan. Salah satunya adalah Bank BNI. Pada bulan Oktober 2022, Bank BNI melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yaitu dengan memberikan mesin pengolahan sampah di Provinsi Sulawesi Utara. Kegiatan tersebut bersamaan dengan adanya kerjasama dengan Pemerintah provinsi Sulawesi Utara dalam penggunaan fasilitas layanan jasa perbankan dan mendukung program Smart Province. Bank BNI akan mendukung percepatan digitalisasi. Selain itu, Bank BNI juga memberikan bantuan sosial untuk rumah ibadah di Sulawesi Utara. Dalam rangka kegiatan Natal bersama Kementerian BUMN Tahun 2022 ini, BNI berpartisipasi dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* berupa penyaluran bantuan perbaikan rumah ibadah atau kelengkapan gereja. BNI menyalurkan bantuan tersebut kepada Gereja Katolik Paroki Bunda Teresa Dari Calcutta yang berlokasi di Perumahan Griya Paniki Indah Manado. Pemimpin BNI Wilayah 11 Lodewyck ZS Pattihahuan berharap agar bantuan ini dapat meningkatkan iman, kebersamaan, dan kepedulian serta menambah suka cita untuk merayakan Natal 2022 dan Tahun Baru 2023. Dari kegiatan *Corporate Social Responsibility* Bank BNI ini tentunya akan bermanfaat bagi masyarakat sekitar sehingga menambahkan kepercayaan mereka terhadap Bank BNI sehingga bisa menambahkan nilai perusahaan Bank tersebut karena semakin banyaknya masyarakat yang bergabung menjadi nasabah bank tersebut.

Bank BNI juga mencetak kinerja yang solid sepanjang tahun 2022 dengan adanya peningkatan harga saham yang sangat signifikan year on year (yoy) sehingga Bank BNI berhasil mempertahankan MSCI ESG Rating Single A sepanjang tahun 2022 dan menjadi salah satu rating terbaik di Indonesia. Dengan pencapaian tersebut tentunya nilai perusahaan Bank BNI sangatlah meningkat tentunya akan berdampak pada banyaknya investor yang berminat untuk berinvestasi di Bank BNI. Pada tahun 2022 juga Bank BNI juga menjadi salah satu dari beberapa bank yang fokus untuk meningkatkan rasio Return on Equity (ROE) dalam tiga tahun ke depan. Bank BNI berkomitmen untuk meningkatkan ROE di atas 18%. Sampai per-September 2022, Bank BNI memiliki ROE sebesar 18,16% dimana terjadi kenaikan dari 10,53% pada periode yang sama tahun lalu. Demi mencapai peningkatan tersebut, Bank BNI harus menjaga biaya kreditnya sekitar 1% sehingga Bank BNI bisa fokus pada kredit – kredit yang memiliki resiko rendah dengan

target pertumbuhan kredit sekitar 10% per tahun. Hal tersebut tentunya berkaitan langsung dengan adanya profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* pada Bank BNI.

Dari penjelasan peristiwa Bank BNI dapat disimpulkan CSR, Profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* memang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, terdapat beberapa hasil penelitian yang menjelaskan bahwa menurut Putri dan Budiyo (2019) berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Di sisi lain, tidak menutup kemungkinan bahwa *Corporate Social Responsibility* juga berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian Loekito dan Wenny (2021) menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan melainkan profitabilitas dan ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Memang nilai perusahaan ini banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Nandita dan Kusumawati (2018) bahwa Profitabilitas, *Leverage* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan berdasarkan penelitian Nathanael dan Panggabean (2020) menjelaskan bahwa profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan jenis deskriptif kuantitatif dengan menguji teori yang ada serta mengukur hubungan antar variabel. Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda yaitu model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, *Leverage*, dan *Growth* terhadap nilai perusahaan. Data yang digunakan sebagai bahan penelitian adalah data sekunder yang berasal dari laporan keuangan tahunan pada perusahaan sektor perbankan mulai dari tahun 2018 – 2021. Penelitian ini mengambil sektor perbankan karena banyaknya persaingan bank di Indonesia yang akhirnya memiliki hasil pencapaian masing – masing di setiap perusahaannya. Dalam perhitungan dan pengujiannya, penelitian ini menggunakan SPSS 26. Setelah didapatkannya hasil dari perhitungan dan pengujian maka selanjutnya data akan dianalisis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji hipotesis dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. Hal tersebut terjadi akibat adanya kemungkinan perusahaan perbankan yang mengalami kerugian. Pada penelitian ini, periode yang diteliti yaitu 2018 – 2021 di mana Indonesia pada tahun 2019 terserang wabah COVID-19. Dampak dari wabah tersebut tersebar pada perusahaan – perusahaan tidak terkecuali perusahaan perbankan. Banyak perusahaan yang mengalami kerugian sehingga kegiatan *Corporate Social Responsibility* belum mampu memberikan timbal balik kepada perusahaan sehingga belum bisa meningkatkan nilai perusahaan. Pada penelitian ini, terdapat beberapa perusahaan yang mengalami kerugian diantaranya Bank KB Bukopin tbk, Bank Raya Indonesia tbk. , Bank Jago tbk. , Bank Neo Commerce tbk. , Bank Aladin Syariah tbk. , Bank Victoria Intl. Tbk., Bank Artha Graha Internasional tbk. , Bank QNB Indonesia tbk. , Bank IBK Indonesia tbk. , Bank Oke Indonesia tbk. , Bank Jtrust Indonesia tbk. , dan Bank of India Indonesia tbk. Dari bank – bank di atas mengalami kerugian di beberapa periode dalam penelitian ini. Tentunya hal tersebut menggambarkan bahwa tidak selalu kegiatan CSR dapat langsung memberikan keuntungan bagi perusahaan. Salah satu contohnya Bank QNB Indonesia menggelar program QNB Indonesia goes to school. Program tersebut adalah suatu kegiatan dimana bank mendorong edukasi literasi keuangan dasar kepada para pelajar. Pada tahun 2021, kegiatan tersebut dilakukan secara virtual karena masih dalam situasi pandemi COVID-19. Dalam program ini, para siswa diajak untuk belajar mengenai perencanaan keuangan, mengatur pengeluaran hingga investasi. Bersama dengan karyawan Bank yang terlibat sebagai relawan, para siswa diajak berpartisipasi aktif dalam berbagai permainan keuangan. Diharapkan melalui program ini, siswa dapat menjadi pribadi yang lebih bijak keuangan dan mereka dapat menentukan tujuan keuangan di masa depan. Dari kegiatan tersebut kenyataannya kegiatan CSR belum mampu meningkatkan nilai perusahaan. Mungkin dari sisi pandangan masyarakat, kegiatan ini akan menambahkan respon baik kepada perusahaan. Namun perusahaan belum mengalami adanya peningkatan laba, sebaliknya perusahaan Bank QNB Indonesia ini mengalami kerugian laba dengan jumlah Rp. 1,5triliun. Hal tersebut tentunya berakibat tidak adanya pengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, hal tersebut dapat didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Pristianingrum (2018) bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua menyatakan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. Hal tersebut terjadi karena pada periode penelitian ini, di tahun 2019-2021 tidak sedikit perusahaan yang mengalami kerugian akibat dari pandemi COVID-19. Beberapa perusahaan memiliki perhitungan ROA yang hasilnya negatif. Sehingga dari hasil tersebut menyebabkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Bank yang memiliki nilai ROA negatif yaitu Bank KB Bukopin tbk, Bank Raya Indonesia tbk. , Bank Jago tbk. , Bank Neo Commerce tbk. , Bank Aladin Syariah tbk. , Bank Victoria Intl. Tbk., Bank Artha Graha Internasional tbk. , Bank QNB Indonesia tbk. , Bank IBK Indonesia tbk. , Bank Oke Indonesia tbk. , Bank Jtrust Indonesia tbk. , dan Bank of India Indonesia tbk. Terjadinya negatif pada perhitungan ROA disebabkan oleh perusahaan perbankan yang mengalami kerugian pada laba perusahaan. Contohnya adalah Bank Raya Indonesia pada tahun 2021 yang memiliki kerugian laba sebesar Rp. 3triliun. Memang pada tahun sebelumnya Bank tersebut mengalami penurunan laba yaitu pada tahun 2019 ke tahun 2020. Awalnya laba bank pada tahun 2019 sebesar Rp. 51Milyar, namun terjadi penurunan pada tahun 2020 menjadi Rp. 31Milyar. Penurunan secara terus menerus dari tahun 2019 sampai tahun 2021 akibat dampak COVID-19 menjadikan perusahaan menjadi rugi yang berakibat pada nilai ROA yang negatif. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan, hal tersebut dapat didukung oleh Hidayat dan Khotimah (2022) bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. Jika perusahaan memiliki hutang yang besar maka akan meningkatkan juga nilai perusahaan. Hal tersebut terjadi karena ada kemungkinan perusahaan menggunakan hutang tersebut sebaik mungkin untuk menambahkan modal yang akan digunakan untuk memperoleh laba. Selain itu, hutang juga dapat mengurangi beban pajak. Berdasarkan UU Tahun 2016 tentang *Tax Amnesty*, utang yang berkaitan langsung dengan perolehan harta bisa mengurangi perhitungan dasar pajak yang harus dibayarkan. Selain itu, pada tahun 2020 terkait adanya wabah COVID-19, pemerintah Indonesia menetapkan kebijakan yaitu *Tax Deductible*. Kebijakan tersebut adalah pengurangan penghasilan kena pajak sebagai deductible expense. Dari pengurangan pajak tersebut menjadi salah satu keuntungan yang didapatkan dari perusahaan yang berhutang. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dewantari, Cipta, dan Susila (2019) yang mengungkapkan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Selain itu, Menurut Dewi dan Abundanti (2019) menjelaskan bahwa *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Hasil uji hipotesis dapat dikatakan bahwa hipotesis keempat menyatakan bahwa pengaruh positif *Growth* terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. Suatu perusahaan tentunya mengharapkan adanya peningkatan setiap periodenya. Peningkatan perusahaan dapat dilihat dari jumlah total aset yang dimiliki setiap tahunnya. Semakin banyak total aset maka akan meningkat juga pemanfaatan aset tersebut untuk memperoleh suatu laba. Dalam penelitian ini, tidak semua perusahaan terus mengalami peningkatan dalam total asetnya. Terdapat beberapa perusahaan yang terjadi penurunan dari total asetnya. Namun, hal tersebut tentunya juga akan menurunkan nilai perusahaan. Dalam periode yang diteliti yaitu 2018 – 2021, Indonesia terserang wabah COVID – 19 di mana wabah tersebut berdampak pada perusahaan juga. Banyak perusahaan yang mengalami kerugian dari wabah COVID – 19 ini. Salah satunya adalah Bank Bukopin, di mana Bank Bukopin mengalami penurunan total aset pada tahun 2020. Bank Bukopin pada tahun 2019 memiliki total aset sebesar Rp. 100triliun. Namun, total asetnya terjadi penurunan pada tahun 2020 menjadi Rp. 79triliun. Hal tersebut terjadi karena Bank Bukopin mengalami kerugian. Tentunya dari penurunan tersebut akan menurunkan juga nilai perusahaan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Jika perusahaan mengalami peningkatan total aset maka terjadi adanya *Growth* di setiap periodenya. *Growth* yang terjadi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Begitupula sebaliknya, apabila perusahaan mengalami penurunan total aset tentunya akan terjadi penurunan atau nilai *Growth* akan menjadi negatif. Hal tersebut akan menurunkan juga nilai perusahaan. Penjelasan tersebut didukung oleh hasil penelitian menurut Setiyowati dan Astuti (2020) yang menjelaskan bahwa *Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Profitabilitas*, *Leverage*, dan *Growth* Terhadap Nilai Perusahaan, maka dapat disimpulkan bahwa : *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. Di Indonesia sudah mulai banyak perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. *Profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. Setiap perusahaan memiliki target untuk dapat memperoleh profit yang tinggi. *Leverage* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021. *Leverage* menggambarkan kondisi perusahaan menggunakan hutang sebagai modalnya pada penurunan laba. *Growth* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2018-2021.

REFERENCES

- [1] Achmad Zaenuddin. (2007). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Praktek Pengungkapan Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Go Publik. Tesis. Universitas Diponegoro.
- [2] Anggraini, Fr. Reni Retno. (2006). "Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar Bursa Efek Jakarta)". *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang, 23-26 Agustus 2006.
- [3] Antonius. (2017). "*Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility*". Media Riset Akuntansi, Vol. 2, No. 1.
- [4] Ardilla Mahardhika Johan. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sifat Pengungkapan Sukarela Tanggung Sosial Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- [5] Astika, Marbun, dan Tarigan. (2020). Pengaruh Kepemilikan Saham dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol. 1, No. 1.
- [6] Aulia Zahra Munif. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Indeks Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Di Indonesia (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia). Tesis. Universitas Diponegoro
- [7] Ayu. (2012). Pengaruh Profitabilitas Perusahaan, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan yang Termasuk dalam Kelompok LQ45 di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2007 – 2010. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- [8] Bagaskara, Titisari, dan Dewi. (2021). Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal FEB UMMUL*. Vol. 23, No. 1, 2021. Hlm 29-38.
- [9] Benardi, Meliana dkk. (2009). "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan dan Implikasinya terhadap Asimetri Informasi (Studi Pada Perusahaan-Perusahaan Sektor Manufaktur yang Go Public di Bursa Efek Indonesia)". *Simposium Nasional Akuntansi XII*.
- [10] Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston. (2001). *Manajemen Keuangan*. Jakarta: Erlangga.
- [10] Darwin, Ali. (2004). "Penerapan *Sustainability Reporting* di Indonesia". *Konvensi Nasional Akuntansi V Program Profesi Lanjutan*. Yogyakarta, 13-15 Desember.
- [11] Dewantari, Cipta, dan Susila. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Food Dan Beverages Di BEI. *Prospek Jurnal Manajemen dan Bisnis*. (Vol. 1, No. 2, 2019).

- [12] Eddy Rismanda Sembiring. (2005). *Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris Pada Perusahaan Yang Tercatat Di Bursa Efek Jakarta*. Makalah SNA IV.
- [13] Eka Nanda Putra. (2011). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility (Csr)*. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- [14] Fr. Reni. Retno Anggraini. (2006). *Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan- Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta)*. Makalah SNA IX.
- [15] Ghozali, Imam. (2009). *Ekonometrika, Teori, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS 17*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [16] Harahap, Sofyan S, (2001). *Menuju Perumusan Akuntansi Isam*. Jakarta: Pustaka Quantum.
- [17] Hery. (2015). *Analisis Laporan Keuangan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- [18] Hidayat, Khotimah. (2022) "Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, Vol.10, No. 1.
- [19] Hidayati dan Murni. (2009). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Earnings Response Coefficient Pada Perusahaan High Profil*. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 11, No. 1. Hlm. 1-18
- [20] Jamaluddin, Faroji, dan Ali. (2021). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di BEI). *Jurnal Neraca Peradaban*. Vol. 1, No. 2, Mei 2021.
- [21] Jayanti Purnasiwi. (2011). Analisis Pengaruh Size, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. Skripsi. Universitas Diponegoro.
- [22] Kasmir. (2017). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- [23] Kolamban, Murni, dan Baramuli. (2020). Analisis Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar di BEI. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 8(3), 174-183.
- [24] Lidya Yulita. (2011). *The Effect Characteristics Of Company Toward Corporate Social Responsibility Disclosures In Mining Company Listed At*. *Jurnal Reformasi Ekonomi*, Vol. 4, No. 1.
- [25] Mangoting, Yenni. (2007). "Biaya Tanggung Jawab Sosial Sebagai Tax Benefit". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* (Vol. 9, No. 1, Mei 2007). Hlm 35-42.
- [26] Marzully Nur. (2012). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* di Indonesia (Studi Empiris pada Perusahaan Berkategori *High Profil* yang *Listing* di BEI). Skripsi. Yogyakarta. UNY.
- [27] Mufidah. (2018). Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Syariah El Dinar*, Vol. 6, No. 1.
- [28] Munawir, S. (2004). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 4. Yogyakarta: Liberty. Nor Hadi. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [29] Riyanto. (2018). *Dasar – Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.

- [30] Nurlela. (2019). *Model Corporate Social Responsibility*. Jawa Timur: Myria Publisher.
- [31] Nur Asiah, Sri Haryanti, Zulkarnain. 2020. Penerapan Prinsip – Prinsip pada Program *Corporate Social Responsibility* At. Winter Jurnal (Vol. 1, No. 1, Agustus 2020).
- [32] Novariyanto dan Dwimulyani. (2019). Pengaruh Penghindaran Pajak, Leverage, Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Proding Seminar Nasional Pakar ke -2 Tahun 2019 Buku 2.
- [33] Octaviany, Hidayat, dan Miftahudin. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirusahaan (Vol. 2, No. 1, Maret 2019).
- [34] Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas.
- [35] Putra, Wirmie Eka, Memed Sueb dan Sri Mulyani. (2009). “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Survei pada Perusahaan Industri yang *Listing* pada Bursa Efek Indonesia)”. *Jurnal Akuntansi* (Tahun XIII, No. 03, September 2009). Hlm 320-330.
- [36] Pristianingrum. (2018). Pengaruh Ukuran, Profitabilitas, dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan. SNAPER-EBIS (Oktober 2018). Hlm 353-364.
- [37] Prastowo, Joko, & Huda, Miftachul. (2011). *Corporate Social Responsibility: Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- [38] Purwani, Oktavia. (2018). Profitabilitas, Leverage, Kebijakan Dividen, Kepemilikan Instusional dan Growth Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Bisnis dan Ekonomi (Vol. 25, No. 1, 13-25).
- [39] Rahmantari. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di BEI. Jurnal Ganec Swara. Vol. 15, No. 1, 2021.
- [40] Rahmawati dan Indah Dewi Utami. (2010). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Asing, dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi Manajemen Vol 21 No 3 Desember 2010. STIE YKPN.
- [41] Ramadona, A. (2016) *Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institutional, Dan Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Konservatisme Akuntansi*. 3(1).
- [42] Ramdhonah, Solikin, dan Sari. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Vol. 7, No. 1 2019.
- [43] Riyanto. (2018). *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- [44] Robert Manurung. (2008). “*Haram*” Hukumnya Terima CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY dari Corporate Perusak Lingkungan dan Pelanggar HAM. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [45] Rongiyati, Sulasi. (2009). “Aspek Hukum Pengaturan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas”. *Kajian* (Vol 14, No. 2, Juni 2009). Hlm 209-238.
- [46] Sawir, Agnes. (2001). *Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

- [47] Sembiring, Edy Rismanda. (2005). "Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di BEJ". *Simposium Nasional Akuntansi VIII*
- [48] Sheryn dan Hendrawati. (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Kinerja*. 02(02), 87-108.
- [49] Steven, Rasyid. (2020). "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Firm Growth, Kebijakan Dividen, dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan". *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara* (Vol. 2, No. 1, Januari 2020). Hlm 327-337.
- [50] Supriyono, R.A. *Akuntansi Keperilakuan*. Yogyakarta: UGM Press, 2018.
- [51] Susanto, A.B. (2016). *Reputation-Driven Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Erlangga.
- Tandelilin, Eduardus. (2001). *Analisis Investasi dan Manajemen Portofolio*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- [52] Syahyunan. (2015). *Manajemen Keuangan*. Medan; USU Press
- [53] Ulfah, Maria. (2008). "Analisis Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dan Akuntansi Sosial (*Corporate Social Responsibility And Social Accounting*) Studi Kasus Pada PT. Jamsostek (Persero) Kantor Cabang Surakarta". *Skripsi*. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- [54] Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. (2003). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- [55] Veronica, Theodora Martina. (2009). *Sektor Perbankan yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*". *Jurnal*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma.
- [56] Wiagustini, Luh Puyu. (2014). *Dasar – dasar Manajemen Keuangan*. Denpasar: Udayana University Press
- [57] Wibisono Yusuf. (2007). *Membedah Konsep dan Aplikasi Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Fascho Publising.
- [58] Wijaya dan Pancawati. (2019). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Pemoderasi*. *Inventory : Jurnal Akuntansi*, Vol. 3 No. 2 . Hlm. 131-140.