



PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PROF. DR. HAZAIRIN, SH

JAZ

JURNAL AKUNTANSI UNIHAZ



JAZ	VOLUME 6	NOMOR 2	BENGKULU, DESEMBER 2023	ISSN: 2620-8555
-----	----------	---------	-------------------------	-----------------

Penanggung Jawab	: Dr. Arifah Hidayati, S.E., M.M (Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
Penanggung Jawab Redaksi	: Helmi Herawati, S.E., M.Si
Pimpinan Redaksi	: Helvoni Mahrina, SE., MM
Dewan Penyunting	: 1. Dr.Fachruzzaman, SE, MDM, AK, CA (Universitas Bengkulu) 2. Dr.Rini Indriani, SE, M.Si, Akt (Universitas Bengkulu)
Sekretariat	: Seftya Dwi Shinta, SE., M.Ak
Operator Web	: Winny Lian Seventeen, S.E., M.Ak
Alamat Redaksi	: Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu Jl.A.yani No 1 Kota Bengkulu. Tlp: (0736) 21536. Email: jazunihaz@gmail.com Web : https://journals.unihaz.ac.id/index.php/jaz

MITRA BESTARI

No	Nama Reviewer	Perguruan Tinggi
1	Dr. DWI ERMAYANTI SUSILO, SE.MM	STIE PGRI Dewantara Jombang
2	Dr. Alistraja Dison Silalahi, SE., M.Si	Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah
3	Bambang Arianto, SE., M.Ak	STISIP Banten Raya
4	Galih Wicaksono, S.E., M.Si., Akt., CA., BKP., ACPA., CRA., CRP., AWP., CPIA., QWP., CHRM., CADE., CTA.	Universitas Jember
5	Dwi Prastiyo Hadi. SE.M.Si	Universitas PGRI Semarang
6	Debby Chyntia Ovami, S. Pd , M.Si	Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah
7	Decky Hendarsyah, S.Kom., M.Cs.	STIE Syariah Bengkulu

TIM EDITOR

No	Nama Editor	Perguruan Tinggi
1	Helmi Herawati, S.E., M.Si	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH
2	Iwin Arnova, S.E., M.Ak	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH
3	Helvoni Mahrina, S.E., M.M	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH
4	Nina Yulianasari, S.E., M.Sc	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH
5	Winny Lian Seventeen, S.E., M.Ak	Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH

DAFTAR ISI

<p>PERSEPSI MAHASISWA TENTANG PENERAPAN PEMBELAJARAN DARING TERHADAP MINAT BELAJAR MAHASISWA AKUNTANSI</p> <p>Ayu Pandansari¹, Mochammad Ilyas Junjunan², Binti Shofiatul Jannah³, Nur Ravita Hanun⁴, Ajeng Tita Nawangsari⁵, Aprilya Dwi Yandari⁶ <i>Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya^{1,2,3,5}, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo⁴, Universitas Wiraraja Madura⁶</i> mij@uinsby.ac.id, aprilya@wirajaja.ac.id</p>	121 - 128
<p>ANALISIS SISTEM ENTERPRISE RESOURCE PLANNING (ERP) TERHADAP KETERSEDIAAN BAHAN BAKU PT HJ BUSANA INDAH</p> <p>Viki Lestari <i>Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sukabumi</i> vikilestari53@gmail.com</p>	129 - 140
<p>PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPNBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PADA SPARE PART ALAT BERAT DI KOTA BENGKULU</p> <p>Dwi Sinta Cahyani¹, Helmi Herawati², Iwin Arnova³ <i>Fakultas Ekonomi Universitas Prof Dr. Hazairin, SH Bengkulu</i> Dwi.sinta01.ds@gmail.com¹, herawati77@gmail.com², iwinarnova89@gmail.com³</p>	141 - 151
<p>PENGARUH PERENCANAAN PAJAK, KEWAJIBAN MORAL DAN PEMERIKSAAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAKBADAN DENGAN DIGITALISASI ADMINISTRASI PERPAJAKAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI</p> <p>Yosi Safri Yetmi <i>Universitas Islam Syekh Yusuf, Tangerang</i> ysyetmi@unis.ac.id</p>	152 - 164
<p>FINANCIAL KNOWLEDGE DAN GAYA HIDUP DALAM MENGUKUR FINANCIAL BEHAVIOUR GENERASI Z DARI PERSPEKTIF PENGGUNAAN MOBILE PAYMENT</p> <p>Gusi Putu estara Permana¹, Ni Putu Mita Adnyani², Kadek Wulandari aksmi P³ <i>Universitas Pendidikan Nasional, Bali</i> lestarapermana@undiknas.ac.id¹, mitaadnyani81@gmail.com², wulandarilaksmi@undiknas.ac.id³</p>	165 - 178
<p>PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN: PERAN KUNCI PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)</p> <p>Pirlo Putri Amiefa Noer¹, Aristanti Widyaningsih² <i>Universitas Pendidikan Indonesia, Jawa Barat</i> pirlo.putri@upi.edu¹, aristanti.widyaningsih@upi.edu²</p>	179 - 186

<p>ANALISIS EFEKTIVITAS PAJAK DAERAH DAN RETRIBUSI DAERAH TERHADAP PENINGKATAN PAD PROVINSI YANG ADA DI PULAU SUMATERA</p> <p>Winy Lian Seventeen¹⁾, Bunga Purnama Sari²⁾ <i>Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu</i> wiseventeen@gmail.com¹⁾, bungapurnamasari1820@gmail.com²⁾</p>	187 - 193
<p>EVALUASI SISTEM AKUNTANSI PENERIMAAN DAN PENGELUARAN KAS DANA PROGRAM BANTUAN OPERASIONAL SEKOLAH (BOS) AFIRMASI PADA SEKOLAH DASAR NEGERI (SDN) DI KABUPATEN SELUMA</p> <p>Redho pebriansyah¹⁾, Fathul Hilal Perdana Kusuma²⁾, Helvoni Mahrina³⁾ <i>Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi, Universitas Prof.Dr. Hazairin, SH Bengkulu</i> Redhofebriansyah@gmail.com¹⁾, fathul.hilal.5758@gmail.com²⁾, vonnnybkl@gmail.com³⁾</p>	194 - 203
<p>STUDI ITERATUR : FAKTOR-FAKTOR YANG DAPAT DIPENGARUHI OLEH AUDIT OPERASIONAL</p> <p>Mutiara Octaviani Yudiah¹⁾, Prilcilia Kartika²⁾, Carmel Meiden³⁾ <i>Institute Kwik Kian Gie, Jakarta</i> 0382202004@student.kwikkiangie.ac.id¹⁾, 0382202007@student.kwikkiangie.ac.id²⁾, carmel.meiden@kwikkiangie.ac.id³⁾</p>	204 - 210
<p>ANALISIS AKUNTABILITAS PENGELOLAAN DANA BANTUAN OPERASIONAL SEKOLAH (BOS) DALAM MENINGKATKAN MUTU PENDIDIKAN DI SD NEGERI GENTENG KOTA SUKABUMI</p> <p>Andari Wiji Utami¹⁾, Iqbal Noor²⁾ <i>Universitas Muhammadiyah Sukabumi</i> andariwiji123@gmail.com¹⁾, iqnoor@ummi.ac.id²⁾</p>	211 - 221
<p>DAMPAK PENTUPLE BOTTOM INE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (STUDI PADA SEKTOR FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA)</p> <p>Elisa Ayu Febryanti¹⁾, Chyntia Dewi N.O²⁾, Qhuluqi Alya³⁾, Maria Yovita R. Pandin⁴⁾ <i>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya</i> 1222000080@surel.untag-sby.ac.id¹⁾, 1222000090@surel.untag-sby.ac.id²⁾, 1222000092@surel.untag-sby.ac.id³⁾, yovita_87@untag-sby.ac.id⁴⁾</p>	222 - 232
<p>PENGARUH DEBT TO ASSET RATIO DAN EARNING PER SHARE TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN SEKTOR MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA</p> <p>Hanna Andrea Era Prabandari¹⁾, Jaka Maulana²⁾ dan Cahyat Rohyana³⁾ <i>Universitas ogistik dan Bisnis Internasional Bandung</i> hanaandrea09@gmail.com¹⁾, maulanajaka06@gmail.com²⁾, cahyatrohyana@poltekpos.ac.id³⁾</p>	233 - 244
<p>ANALISIS PENERAPAN SISTEM INFORMASI AKUNTANSI DALAM PENGENDALIAN PERSEDIAAN BARANG (Studi Kasus Pada Toko Ponsel Twentyone Kota Sukabumi)</p> <p>Adinda Yasmine Putri Krisnadi¹⁾, Gatot Wahyu Nugroho²⁾ Idang Nurodin³⁾ <i>Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sukabumi</i> Adindayasmineputri1930611021@gmail.com¹⁾, gatotwahyunu2@gmail.com²⁾, idangnurodin@ummi.ac.id³⁾</p>	245 - 254

**PENINGKATAN NILAI PERUSAHAAN:
PERAN KUNCI PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)**

Pirlo Putri Amiefa Noer¹⁾, Aristanti Widyaningsih²⁾

Universitas Pendidikan Indonesia

pirlo.putri@upi.edu¹ aristanti.widyaningsih@upi.edu²

Corresponding email: aristanti.widyaningsih@upi.edu

ABSTRACT

Assessing a company's value is a crucial aspect of today's business world, involving the evaluation of both financial and non-financial factors that influence a company's worth. In this context, factors such as profitability, company size, and Corporate Social Responsibility (CSR) emerge as crucial elements shaping a company's value. This research aims to examine the key roles of these factors in assessing a company's value and to investigate their interactions and combined impacts on the assessment of a company's worth. The results of this literature review indicate that the relationship between CSR, profitability, and company size in enhancing a company's value is complex and contingent upon various factors, including sound CSR practices, consistent profitability, and efficient and innovative company size; their impacts vary depending on the context and require careful analysis.

Keywords: *Company valuation, profitability, company size, Corporate Social Responsibility (CSR), factor interactions.*

PENDAHULUAN

Dalam era bisnis yang semakin kompleks dan berkelanjutan, penilaian nilai perusahaan telah menjadi salah satu aspek paling signifikan dalam pengelolaan perusahaan modern. Hal ini memerlukan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi penilaian nilai perusahaan, mengingat bahwa nilai perusahaan bukan hanya mencerminkan dimensi finansial, tetapi juga menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi citra dan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dalam konteks ini, penilaian nilai perusahaan telah mengalami perluasan dalam hal aspek yang mempengaruhi nilai tersebut, termasuk profitabilitas, ukuran perusahaan, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).

Profitabilitas, sebagai ukuran kinerja keuangan yang tradisional, telah lama dianggap sebagai salah satu faktor utama yang memengaruhi penilaian nilai perusahaan. Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan menarik investor (Rajagukguk, Ariesta & Pakpahan, 2019). Namun, dalam perkembangan terbaru, penilaian nilai perusahaan telah semakin melibatkan faktor-faktor lain yang lebih holistik, seperti ukuran perusahaan dan implementasi praktik CSR (Rahayu, M & Sari, B, 2018). Dengan demikian, penilaian nilai perusahaan saat ini merupakan kombinasi dari dimensi finansial, operasional, dan tanggung jawab sosial yang semakin mengkompleks.

Pentingnya memahami peran kunci profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR dalam penilaian nilai perusahaan tidak hanya dari perspektif akademis, tetapi juga dalam konteks pengambilan keputusan bisnis sehari-hari. Para pemangku kepentingan perusahaan, seperti manajemen, investor, regulator, dan masyarakat, semakin menuntut perusahaan untuk mempertimbangkan implikasi sosial dan lingkungan dalam strategi operasional mereka (Dewi & Pitriasari, 2019). Oleh karena itu, tujuan utama dari literatur review ini adalah untuk menguraikan dampak masing-masing faktor ini terhadap penilaian nilai perusahaan dan menyelidiki bagaimana ketiga faktor ini saling berinteraksi dalam konteks peningkatan nilai perusahaan.

Literatur review ini akan melakukan analisis mendalam atas berbagai studi terkait yang telah dilakukan sebelumnya dan mengidentifikasi temuan utama dalam hal profitabilitas, ukuran perusahaan, dan CSR dalam konteks penilaian nilai perusahaan. Kami

akan merinci bukti empiris yang mendukung atau menentang hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan penilaian nilai perusahaan. Dalam tambahan, kita juga akan mempertimbangkan dampak praktis dari hasil temuan ini dan menekankan bagaimana pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor ini dapat membantu perusahaan dan pihak-pihak terkait dalam mengambil keputusan yang lebih baik, meningkatkan nilai perusahaan, dan berperan lebih besar dalam mendukung kelangsungan bisnis secara keseluruhan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (Signalling Theory)

Teori sinyal yang pertama kali diperkenalkan oleh Michael Spence pada tahun 1973 adalah sebuah pendekatan yang mencoba memberikan informasi kepada pihak eksternal yang bersedia berinvestasi dalam suatu perusahaan, meskipun dalam situasi ketidakpastian yang sering kali mengelilingi investasi. Teori ini menjadi penting karena memahami bagaimana informasi yang disampaikan oleh perusahaan dapat berperan sebagai alat untuk mengatasi masalah asimetri informasi antara pemilik perusahaan (principal) dan investor atau pihak eksternal (agen).

Nahak, F. M. T. (2023) mengatakan dalam konteks penilaian nilai perusahaan, teori sinyal menjadi relevan karena perusahaan menggunakan sinyal-sinyal tertentu untuk mempengaruhi persepsi dan penilaian pihak eksternal tentang nilai perusahaan. Sinyal-sinyal ini dapat berupa laporan keuangan, pengungkapan praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial, pengumuman kebijakan baru, atau tindakan-tindakan lain yang dapat memberikan gambaran tentang kinerja dan prospek perusahaan. Bagaimana pihak eksternal menginterpretasi sinyal-sinyal ini dapat memengaruhi penilaian mereka terhadap nilai perusahaan, yang pada gilirannya dapat berdampak pada harga saham, minat investor, dan hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan.

Dengan demikian, teori sinyal memiliki implikasi yang kuat terhadap penilaian nilai perusahaan. Perusahaan yang mampu memberikan sinyal positif yang kuat, baik tentang kinerja keuangan yang solid, praktik bisnis yang bertanggung jawab secara sosial, atau rencana pertumbuhan yang menjanjikan, dapat menarik minat investor dan mungkin dinilai lebih tinggi. Sebaliknya, sinyal-sinyal negatif dapat memengaruhi harga saham perusahaan dan citra perusahaan di pasar. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan teori sinyal dapat menjadi instrumen penting dalam pengelolaan penilaian nilai perusahaan.

Teori Stakeholder

Ghozali dan Chariri (2007:409) mengemukakan bahwa dalam teori stakeholder, perusahaan tidak hanya beroperasi demi kepentingannya sendiri, melainkan diharapkan memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat (stakeholder). Pengungkapan informasi oleh perusahaan dianggap sebagai alat manajemen untuk memenuhi kebutuhan informasi berbagai kelompok stakeholder. Semakin positif citra perusahaan di mata stakeholder, semakin besar dukungan yang dapat diberikan kepada perusahaan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi penilaian nilai perusahaan. Konsep ini juga terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), di mana perusahaan menggunakan CSR sebagai strategi untuk menjaga hubungan dengan stakeholder dengan memberikan informasi tentang kinerja perusahaan, termasuk aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Semakin baik pengungkapan informasi CSR oleh perusahaan, semakin besar dukungan yang dapat diberikan oleh stakeholder untuk meningkatkan kinerja perusahaan dan mencapai tujuan yang diinginkan, sehingga berpotensi meningkatkan nilai perusahaan.

Profitabilitas

Profitabilitas mengacu pada kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari operasi bisnisnya. Ini adalah indikator kunci kinerja keuangan perusahaan yang berperan dalam memengaruhi penilaian nilai perusahaan. (Oktaviani &

Gultom, 2023). Saat profitabilitas suatu perusahaan tinggi, hal ini cenderung berdampak positif pada penilaian nilai perusahaan. Investor cenderung tertarik pada perusahaan yang mampu menghasilkan keuntungan yang konsisten dan kuat, yang dapat tercermin dalam peningkatan harga saham perusahaan. Selain itu, profitabilitas yang tinggi memberikan perusahaan sumber daya tambahan untuk investasi, penelitian, pengembangan, dan ekspansi bisnis, yang dapat berkontribusi pada pertumbuhan nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas yang tinggi juga memungkinkan perusahaan untuk membayar dividen yang lebih besar kepada pemegang saham, yang dapat memengaruhi penilaian nilai perusahaan oleh pemegang saham. Terlebih lagi, profitabilitas yang konsisten dan tinggi juga dapat membantu mengurangi risiko yang terkait dengan investasi dalam perusahaan, meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan investor, dan dengan demikian, memengaruhi penilaian nilai perusahaan secara positif (Diparma & Kusumawati, 2023)..

Tanggung Jawab Sosial

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) mengacu pada kewajiban dan komitmen suatu perusahaan untuk berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitarnya, di luar upaya mencari keuntungan ekonomi semata. CSR melibatkan inisiatif perusahaan dalam berbagai aspek, termasuk mendukung program-program amal, pelestarian lingkungan, kesejahteraan karyawan, dan kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan kualitas hidup masyarakat. (Fatmawati, 2017). CSR menjadi semakin penting dalam bisnis modern, karena perusahaan diharapkan untuk tidak hanya bertanggung jawab terhadap pemegang sahamnya, tetapi juga terhadap berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti masyarakat, lingkungan, dan karyawan.

Pentingnya CSR dalam hubungannya dengan nilai perusahaan adalah bahwa praktik CSR yang efektif dapat memengaruhi persepsi positif terhadap perusahaan, memperkuat citra perusahaan, dan meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan (Priyadi, Maswar, 2018). Ini dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan, karena perusahaan yang memiliki reputasi positif dalam hal CSR cenderung menarik minat investor, konsumen, dan karyawan yang potensial. Selain itu, praktik CSR yang baik juga dapat membantu perusahaan mengurangi risiko hukum, lingkungan, dan sosial yang dapat berdampak negatif pada nilai perusahaan. (Rokhlinasari Sri, 2016)

Nilai Perusahaan

Menurut Husnan dan Pudjiastuti dalam Yusticharatri dan Praptoyo (2023) nilai perusahaan menunjukkan kinerja perusahaan yang tercermin dalam harga sahamnya dan mencerminkan penilaian serta keyakinan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Ketika harga saham suatu perusahaan meningkat, itu menandakan bahwa masyarakat menilai perusahaan memiliki nilai yang tinggi. Sebaliknya, ketika harga saham turun, ini mengindikasikan penilaian rendah terhadap nilai perusahaan oleh masyarakat. Dalam penelitian ini, alat ukur yang akan digunakan untuk menilai nilai perusahaan adalah *price to book value*, yang mengukur sejauh mana pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. Jika rasio ini tinggi, itu mengindikasikan bahwa pasar percaya pada prospek perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika rasio ini rendah, pasar mungkin kurang yakin dengan prospek perusahaan. Tingginya nilai perusahaan juga menjadi harapan bagi pemilik perusahaan, karena menunjukkan tingkat kemakmuran yang tinggi bagi pemegang saham.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi literatur untuk menganalisis peran kunci profitabilitas, ukuran Perusahaan dan tanggung jawab social dalam peningkatan nilai perusahaan. Pendekatan ini dipilih untuk merinci perkembangan konsep, teori, dan temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian (Dinda & Sukma, 2021). Desain studi literatur memungkinkan peneliti untuk melakukan sintesis informasi dari berbagai

sumber, memahami pandangan yang berbeda, dan menyusun kerangka konseptual yang komprehensif (Yusuf & Khasanah, 2019).

Langkah awal dalam penelitian ini melibatkan identifikasi sumber iteratur yang relevan. Peneliti akan menggunakan basis data akademis, perpustakaan digital, dan jurnal ilmiah untuk mengumpulkan iteratur yang berkaitan dengan peran strategis audit internal dalam manajemen risiko (Webster & Watson, 2020). Sumber-sumber iteratur akan melibatkan artikel ilmiah, buku, aporan riset, dan publikasi lainnya yang memberikan wawasan tentang evolusi dan penerapan audit internal dalam konteks manajemen risiko.

Proses seleksi iteratur akan didasarkan pada kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya (Webster & Watson, 2020). iteratur yang relevan akan dipilih berdasarkan keterkaitannya dengan pengaruh profitabilitas, ukuran Perusahaan, dan tanggung jawab social terhadap peningkatan nilai perusahaan. Sumber-sumber yang tidak sesuai dengan fokus penelitian akan dikecualikan.

Setelah mengumpulkan iteratur yang terpilih, penelitian akan melibatkan analisis mendalam terhadap konsep-konsep kunci, temuan, dan pendekatan yang telah diambil oleh peneliti terdahulu. Proses sintesis akan melibatkan penyusunan informasi dari iteratur yang terpilih untuk membentuk pandangan menyeluruh tentang kajian yang diuji. Validitas hasil penelitian ini akan diperkuat melalui pertimbangan dan perbandingan yang cermat terhadap temuan iteratur yang beragam. Diskusi dan interpretasi hasil akan melibatkan triangulasi dengan mempertimbangkan sudut pandang berbeda dan memperkuat kesimpulan yang dihasilkan. (Mustafa et al, 2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

No	Nama Penulis dan Tahun Penerbitan	Metode	Hasil
1	Dewi Roichatul Ummah, Indah Yuliana. (2023)	Kuantitatif	Ukuran perusahaan memiliki dampak negatif, sementara struktur modal tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan.
2	Triyana, Sri Ayem. (2021)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, sebagian, profitabilitas memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dampak positif pada nilai perusahaan. Sementara profitabilitas dan tanggung jawab sosial perusahaan, ketika diukur bersama-sama, mempengaruhi nilai perusahaan. Pemberitaan media massa mengurangi keterkaitan antara profitabilitas dan nilai perusahaan.
3	Dwi Widianingsih, M. Z. Hakim. (2020)	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan komposisi modal memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
4	Bayu Suryonugroho. (2020)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR, serta parameter-parameter CSR seperti lingkungan, masyarakat, dan ketenagakerjaan, memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
5	Reschiwati, R., Syahdina, A., & Handayani, S. (2020)	Kuantitatif	Ukuran perusahaan memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
6	Bobby Boston Butar Butar. (2019)	Kuantitatif	Secara bersamaan variabel profitabilitas, struktur modal, ikuiditas, dan ukuran perusahaan memiliki

No	Nama Penulis dan Tahun Penerbitan	Metode	Hasil
			pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara khusus, profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara struktur modal, ikuiditas, dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan secara terpisah.
7	I Gusti Ngurah Satria Wijaya. (2019)	Kuantitatif	Ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan.
8	Anasthasia Triwulan Budisaptorini, G. Chandrarin, Prihat Asih. (2019)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan dalam menentukan nilai perusahaan manufaktur di Indonesia, menunjukkan bahwa semakin besar ukuran Perusahaan. Namun, profitabilitas tidak berdampak pada nilai perusahaan manufaktur di Indonesia. Analisis statistik juga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan melalui profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.
9	Yogi Setiawan. (2019)	Kuantitatif	Hasil analisis menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
10	Rida Ariani, Riana Sitawati, Sam'ani Sam'ani. (2018)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR memiliki dampak positif yang signifikan pada nilai perusahaan. Selain itu, ketika profitabilitas ditambahkan sebagai variabel moderasi, pengungkapan CSR tetap berdampak positif pada nilai perusahaan, sementara tata kelola perusahaan (GCG) tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan.
11	Berlina Arifiani. (2018)	Kuantitatif	Secara bersamaan, variabel profitabilitas, struktur modal, ikuiditas, dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara terpisah, profitabilitas berdampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sementara struktur modal, ikuiditas, dan ukuran perusahaan tidak memiliki dampak signifikan terhadap nilai perusahaan.
12	Hirdinis M. (2018)	Kuantitatif	Struktur modal berdampak positif secara signifikan pada nilai perusahaan, sementara ukuran perusahaan memiliki dampak negatif yang signifikan pada nilai perusahaan. Profitabilitas tidak memiliki dampak signifikan pada nilai perusahaan, tetapi ukuran perusahaan memiliki dampak positif yang signifikan pada profitabilitas. Namun, profitabilitas tidak berperan sebagai mediator dalam pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
13	Dewa Ayu Putu Satrya Dewi, Gede Mertha Sudiarta. (2017)	Kuantitatif	Profitabilitas memiliki dampak positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

No	Nama Penulis dan Tahun Penerbitan	Metode	Hasil
14	Ramon Arthur Ferry Tumiwa. (2017)	Kuantitatif	Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
15	Ardianti Fajriana, Denies Priantinah. (2016)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki dampak positif, meskipun tidak signifikan, terhadap nilai perusahaan.

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2023

Profitabilitas, yang sering dianggap sebagai faktor utama dalam menentukan nilai perusahaan, menunjukkan hasil yang bervariasi dalam penelitian ini. Meskipun beberapa penelitian mengindikasikan bahwa profitabilitas memberikan kontribusi positif terhadap penilaian nilai perusahaan, harus diingat bahwa efek ini tidak selalu signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan perusahaan, meskipun penting, bukan satu-satunya penentu utama dalam menentukan nilai perusahaan. Dalam situasi tertentu, faktor lain seperti eksposur media atau citra merek juga dapat memiliki dampak yang signifikan.

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah aspek penting dalam ekonomi saat ini, di mana kepedulian terhadap keberlanjutan dan etika perusahaan semakin meningkat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki efek positif pada penilaian nilai perusahaan, terutama dalam konteks pengungkapan yang komprehensif, terutama terkait dengan lingkungan, masyarakat, dan tenaga kerja. Ini mencerminkan bagaimana tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah faktor yang memunculkan hasil yang sangat beragam dalam penelitian ini. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki efek positif dan signifikan pada penilaian nilai perusahaan, yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi nilai perusahaan tersebut. Namun, hasil penelitian lainnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki efek negatif yang signifikan. Hal ini menggambarkan bahwa ada batasan pada pertumbuhan perusahaan yang harus diperhatikan, dan terlalu besar juga dapat memiliki dampak negatif pada nilai perusahaan. Analisis statistik yang mencoba menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan, profitabilitas, dan nilai perusahaan juga menunjukkan hasil yang beragam dan kompleks.

Dalam keseluruhan, konklusinya adalah bahwa faktor-faktor seperti CSR, profitabilitas, dan ukuran perusahaan dapat berpotensi untuk meningkatkan nilai perusahaan, tetapi pengaruh mereka tidak selalu konsisten dan dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan dan pemangku kepentingan untuk memahami dan mengelola faktor-faktor ini dengan hati-hati dalam konteks yang spesifik untuk mencapai peningkatan nilai perusahaan yang berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini mengeksplorasi kontribusi 15 artikel ilmiah yang diterbitkan antara tahun 2017 hingga 2023, dengan menggunakan pendekatan iteratur review. Melalui sintesis informasi dari iteratur tersebut, penelitian ini mencapai kesimpulan bahwa faktor-faktor utama yang mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan, memainkan peran kunci dalam proses evaluasi tersebut.

Analisis mendalam terhadap artikel-artikel tersebut membuka pintu pemahaman lebih lanjut tentang kompleksitas hubungan antara profitabilitas, ukuran perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam konteks penilaian nilai perusahaan. Meskipun temuan menunjukkan bahwa faktor-faktor ini memiliki dampak signifikan, penting untuk dicatat bahwa hasil penelitian menunjukkan variasi, menekankan bahwa pengaruh mereka tidak selalu konsisten dan dapat bervariasi tergantung pada konteks spesifik.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman kita tentang bagaimana profitabilitas, ukuran perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan saling terkait dalam menentukan nilai perusahaan. Meskipun hasil menunjukkan variasi, sintesis informasi dari artikel-artikel ilmiah tersebut memberikan pandangan komprehensif yang dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dan memandu praktisi serta pemangku kepentingan dalam mengelola faktor-faktor kunci ini untuk mencapai peningkatan nilai perusahaan yang berkelanjutan.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar mendalami aspek-aspek spesifik dari profitabilitas, ukuran perusahaan, dan tanggung jawab sosial perusahaan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, penelitian dapat lebih mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang dapat memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut. Sebagai contoh, konteks industri atau perbedaan regulasi di berbagai negara dapat menjadi variabel penentu yang signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, D. P., & Suarjaya, A. G. (2017). Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel mediasi pada perusahaan pertambangan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(2), 1112-1138.
- Budisaptorini, A. T., Chandrarin, G., & Asih, P. (2019). The effect of company size on company profitability and company value: The case of manufacturing companies.
- Butar, B. B. B. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ikuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Bumh Bidang Konstruksi Yang Terdaftar Di Bei). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2).
- Dewi, I., & Pitriasari, P. (2019). Pengaruh good corporate governance dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan sustainability report. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen Dan Akuntansi)*, 11(1), 33-53.
- Fajriana, A., & Priantinah, D. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Keputusan Investasi, dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 5(2), 16-28.
- Fatmawatie, N. (2017). *Tanggungjawab Sosial Perusahaan*. STAIN Kediri Press.
- Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37-49.
- Lumapow, . S., & Tumiwa, R. A. F. (2017). The effect of dividend policy, firm size, and productivity to the firm value. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(22), 20-24.
- Murni, Y., Hirdinis, M., & Iqbal, M. A. (2018). Decoupage Training for Community Kampung Sawah, Bekasi Town. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 65-76.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., estariningsih, N. D., Maslacha, H., ... & Romadhana, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga*.
- Nahak, F. M. T. (2023). *Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas, Dan ikuiditas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Index Emiten Q45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022) (Doctoral dissertation, STIE YKPN)*.
- Octaviani, A. T., & Gultom, J. B. (2023). *Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021)*. *Global Accounting*, 2(2).
- Priyadi, M. P. (2018). Pengaruh profitabilitas dan size terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal ilmu dan riset akuntansi (JIRA)*, 7(3).

- Rahayu, M., & Sari, B. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. *Ikraith-Humaniora*, 2(1), 69-76.
- Rajagukguk, ., Ariesta, V., & Pakpahan, Y. (2019). Analisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, keputusan investasi, dan kebijakan utang terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 77-90.
- Rida, A., & Sitawati, R. Sam'ani. (2018). Pengaruh Pengungkapan CSR dan GCG terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Prima Ekonomika*, 9(1).
- Rokhlinasari, S. (2016). Teori-teori dalam pengungkapan informasi corporate social responsibility perbankan. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(1).
- Santosa, R. E. W. A. (2022). FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN MENURUT TEORI SIGNALLING (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017–2020). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 8(2).
- Setiawan, Y. D. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, KEBIJAKAN UTANG, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(1).
- Triyana, T., & Ayam, S. (2021). Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(11), 1664-1669.
- Ummah, D. R., & Yuliana, I. (2023). liquidity relations, current ratio, profitability, gender diversity, company size, and company value: Studies in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 27(1), 81-95.
- Watson, R. T., & Webster, J. (2020). Analysing the past to prepare for the future: Writing a literature review a roadmap for release 2.0. *Journal of Decision Systems*, 29(3), 129-147.
- Widianingsih, D., & Hakim, M. Z. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 1(2), 159-163.
- Wijaya, I. G. N. S. (2019). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. **JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9
- Yusuf, S. A., & Khasanah, U. (2019). Kajian iteratur dan teori sosial dalam penelitian. *Metode penelitian ekonomi syariah*, 80, 1-23.