

**PENGARUH KEPEMILIKAN MANAJERIAL, UKURAN PERUSAHAAN,
DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN TRANSPORTASI DAN LOGISTIK
YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2022**

Ade Ayu Safitri

Universitas Pamulang
adeayusafitri997@gmail.com

Tati Rosyati

Universitas Pamulang
dosen02420@unpam.ac.id

ABSTRACT

This research aims to test and obtain empirical evidence regarding the influence of Managerial Ownership, Company Size, and Corporate Social Responsibility on Company Value. The population in this research is transportation and logistics sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2022. The sample used in this research was 10 companies with a research observation period of 5 years in the 2018-2022 period and the number of financial reports sampled in this research was 50 pieces of data. The analysis technique used in this research is panel data regression on Eviews 9 Software. The results of this research show that simultaneously Managerial Ownership, Company Size, and Corporate Social Responsibility together have a significant effect on Company Value. Partially, company size has a significant negative effect on company value, while managerial ownership and corporate social responsibility do not have a significant effect on company value.

Keywords: *The Value Of The Company, Managerial ownership, Company Size, Corporate Social Responsibility*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan memperoleh bukti secara empiris mengenai pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan dengan periode pengamatan penelitian selama 5 tahun pada periode tahun 2018-2022 dan jumlah laporan keuangan yang dijadikan sampel pada penelitian ini berjumlah 50 data. Teknik analisis yang digunakan

dalam penelitian ini adalah regresi data panel pada *Software Eviews 9*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara parsial Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan Kepemilikan Manajerial dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Pada dasarnya berdirinya suatu perusahaan adalah untuk memperoleh keuntungan maksimal, meningkatkan kesejahteraan pemegang saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Pengukuran nilai perusahaan sangat penting dilakukan sebagai tolak ukur yang digunakan oleh para investor sebagai bahan pertimbangan untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan. Salah satu pengukuran nilai perusahaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Price to Book Value (PBV)*. Di mana perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per saham (*book value share*). Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility*. Faktor mempengaruhi nilai perusahaan yaitu kepemilikan manajerial. Kepemilikan manajerial adalah bagian kepemilikan para manajer perusahaan. Kepemilikan manajerial memberikan kesempatan kepada manajemen untuk berpartisipasi secara langsung dalam kepemilikan saham, sehingga partisipasi langsung manajer menciptakan kedudukan yang setara dengan pemegang saham lainnya. Bagi manajer untuk memiliki kepemilikan langsung atas saham perusahaan, secara efektif dapat meningkatkan kinerja manajer untuk membuat nilai perusahaan menjadi lebih baik dan lebih cerdas. Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah Ukuran perusahaan. Dalam menentukan nilai suatu perusahaan yang dipertimbangkan salah satunya adalah variabel ukuran perusahaan. Perusahaan sendiri dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu perusahaan berskala besar dan kecil. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tersebut akan

semakin mudah dalam mendapatkan sumber dana. Besar kecilnya skala suatu perusahaan dapat diklasifikasikan dengan bermacam cara seperti total aktiva, *log size*, penjualan dan nilai saham. Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah melalui penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, semakin berkembangnya dunia ekonomi dan bisnis memberikan dorongan kepada pelaku bisnis agar lebih memperhatikan lingkungan sosial sehingga dapat memberikan cerminan yang baik bagi perusahaan dan dapat meningkatkan nilai perusahaan di mana CSR merupakan aspek yang paling penting. Karena keberlangsungan pembangunan perusahaan tidak hanya dilihat dari tanggung jawab perusahaan terhadap kondisi keuangan atau *finansial* saja, tetapi juga dilihat tanggung jawab perusahaan terhadap kondisi sosial dan lingkungan sekitar perusahaan tersebut. Berikut fenomena yang berhubungan dengan nilai perusahaan pada perbandingan Harga Saham dan Nilai perusahaan. Tabel berikut menunjukkan bahwa rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan sektor transportasi dan logistik periode 2018-2022 mengalami penurunan sedangkan pada harga sahamnya mengalami peningkatan seperti yang terjadi pada emiten AKSI, LRNA, NELY, TAXI. Keadaan seperti ini tidak sesuai antara teori dengan kenyataan empiris yang terjadi di perusahaan. Apabila berdasarkan teori menyatakan bahwa nilai perusahaan akan terlihat dari harga saham perusahaan, semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi nilai perusahaan.

Tabel 1 Perbandingan Harga Saham dan Nilai Perusahaan

Emiten	2018		2019		2020		2021		2022	
	Harga Saham	PBV	Harga Saham	PBV	Harga Saham	PBV	Harga Saham	PBV	Harga Saham	PBV
AKSI	316	2.74	394	2.58	1145	7.23	885	4.87	290	1.18
ASSA	214	0.74	364	1.09	740	1.88	3320	6.7	775	1.12
BIRD	3460	1.76	2870	1.36	2490	1.15	1380	0.67	1410	0.66
CMPP	244	1.85	208	-2.77	184	9.73	184	0.38	192	0.30
LRNA	95	0.16	107	0.01	131	0.18	202	0.37	202	0.37
MIRA	50	0.87	50	0.88	50	0.84	50	0.97	50	0.97
NELY	114	0.7	133	0.74	141	0.72	308	1.47	308	1.47
TAXI	50	0.44	90	-0.33	50	-0.68	50	4.04	50	8.34
TMAS	1145	0.16	800	0.85	102	9.49	1380	5.11	1945	4.99
WEHA	202	1.17	152	0.88	148	0.86	212	1.73	110	0.5

Sumber: Data diolah dari www.idx.go.id, 2023

Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian adalah adanya perbedaan kenyataan empiris dengan teori mengenai nilai perusahaan pada sektor transportasi dan

logistik tahun 2018-2022. Banyak faktor yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, dan faktor tersebut dapat berubah-ubah. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian kembali mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan paparan latar belakang dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah diungkapkan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tersebut.

TELAAH LITERATUR

Teori Agensi

Teori ini menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agent*) (Dewi *et al.*, 2022). Teori agensi menurut Jensen dan Meckling (dalam Nabila & Wuryani (2021) timbul karena *principal* memberikan wewangnya untuk mengatur dan mengelola perusahaan pada pihak profesional (*manager*). *Principal* memberikan wewenang kepada *agent* untuk melaksanakan tugasnya sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati. Teori ini menjelaskan adanya konflik kepentingan antara manajemen selaku agen dan pemilik serta entitas lain dalam kontrak (misal investor) selaku *principal*. *Principal* ingin mengetahui informasi termasuk aktivitas perusahaan dengan cara meminta laporan karena dengan laporan tersebut *principal* dapat mengetahui dan menilai kinerja manajemen. Teori ini menjelaskan jika antar pihak *principal* (pemilik) dan *agen* (manajer) memiliki kepentingan yang berbeda, muncul konflik keagenan. Pemisahan fungsi antara para pemilik dan manajemen ini memiliki dampak negatif yaitu keluasan manajemen perusahaan memaksimalkan laba tetapi untuk kepentingan manajemen sendiri dengan biaya yang ditanggung oleh pemilik perusahaan, manajer cenderung melakukan konsumsi atas keuntungan tambahan secara berlebihan. Sedangkan tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Teori Stakeholder

Stakeholder adalah pihak-pihak yang memiliki andil yang besar dalam pertumbuhan dan perkembangan suatu perusahaan. Teori stakeholder memiliki

tujuan utama yaitu membantu manajer perusahaan untuk meningkatkan nilai dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan meminimalkan kerugian untuk stakeholder serta dapat meningkatkan *image* baik perusahaan sehingga lebih diminati oleh investornya (Sa'adah & Sudiarto, 2022). Pengungkapan atau pelaporan dalam teori stakeholder adalah sifat keterbukaan perusahaan kepada publik, perusahaan harus memberikan informasi keadaan yang sebenarnya terkait bisnis yang dijalankan dimulai dari kinerja keuangan sampai kinerja lingkungan serta pengungkapan CSR.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui proses kegiatan selama beberapa tahun sampai saat ini. Di mana pandangan investor terhadap perusahaan yang dilihat melalui harga saham. Jika nilai sahamnya tinggi bisa dikatakan nilai perusahaannya juga baik. Karena tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan melalui kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Jadi, semakin besar nilai perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah suatu kondisi di mana manajer dapat berperan ganda dalam mengambil alih sebagai manajer sekaligus sebagai pemegang saham di perusahaan. Kepemilikan manajerial tersebut merupakan pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan perusahaan dan diberikan kesempatan untuk ikut memiliki saham perusahaan (Suastini et al., 2019). Kepemilikan manajerial sering dikaitkan sebagai upaya dalam peningkatan nilai perusahaan karena manajer selain sebagai manajemen sekaligus sebagai pemilik perusahaan merasakan langsung akibat dari keputusan yang diambilnya, sehingga manajerial tidak akan melakukan tindakan yang hanya menguntungkan manajer.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran yang menggambarkan besar-kecilnya perusahaan berdasarkan beberapa ketentuan, seperti total aktiva, *log size*, nilai pasar, saham, total penjualan, total pendapatan, total modal dan lain-lain (Koeshardjono *et al.*, 2019). Pengelompokan perusahaan atas dasar skala operasi umumnya terbagi menjadi tiga kategori, yaitu: perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil (Nabila & Wuryani, 2021). Klasifikasi Perusahaan di Indonesia dikatakan sebagai perusahaan besar atau kecil diatur dalam Pasal 1 Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Nomor KEP-11/PM/1997: “a. Perusahaan Menengah atau Kecil adalah badan hukum yang didirikan di Indonesia yang: Memiliki jumlah kekayaan (total aset) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah).” Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dikategorikan sebagai perusahaan besar dan perusahaan kecil. Perusahaan kecil atau menengah adalah perusahaan yang memiliki jumlah kekayaan (total aset) tidak lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah). Sebaliknya perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp.100.000.000.000,00 (seratus miliar rupiah). Klasifikasi ukuran perusahaan UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut: 1) Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. 3) Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang. 4)

Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”. Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 jenis: 1) Perusahaan Besar: Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun. 2) Perusahaan Menengah: Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp.1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 Milyar. 3) Perusahaan Kecil: Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitik-beratkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Nabila & Wuryani, 2021). Selain itu. CSR adalah suatu konsep yang mendorong organisasi untuk mempertimbangkan kepentingan sosial dengan mengambil tanggung jawab atas dampak kegiatan organisasi terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, masyarakat, dan lingkungan dalam semua aspek operasi. Jika kegiatan operasional perusahaan tidak berjalan dengan lancar, bisa dipastikan hubungan antar perusahaan dan masyarakat tidak baik hal ini disebabkan minimnya perhatian perusahaan terhadap pelaksanaan CSR. CSR memberikan dampak kepada reputasi dari suatu perusahaan, di mana salah satunya yaitu dapat membuat *image* perusahaan menjadi lebih baik karena CSR ini berkaitan dengan tindakan perusahaan yang berhubungan dengan berbagai pemangku kepentingan ataupun masyarakat secara meluas (Cahyanti & Zubaidi, 2022).

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, karena data yang diperoleh merupakan data angka atau pernyataan dan menguji hipotesis antara variabel independen dengan variabel dependen. Selanjutnya untuk data yang dipakai pada observasi ini yaitu data sekunder yang merujuk dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan masing-masing perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Sektor transportasi dan logistik mencakup perusahaan yang berperan dalam aktivitas perpindahan dan pengangkutan seperti penyedia transportasi serta perusahaan penyedia jasa logistik dan pengantaran. Populasi dalam penelitian ini yaitu perusahaan yang bergerak di sektor industri dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Total perusahaan sektor transportasi dan logistik yang terdaftar di BEI yaitu sebanyak 33 perusahaan. Sampel penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*, di mana hanya 10 perusahaan yang memenuhi kriteria, sehingga terdapat 50 data observasi yang digunakan sebagai sampel penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	NP	KM	UP	CSR
<i>Mean</i>	1.992424	0.367024	27.56371	0.196703
<i>Median</i>	0.947140	0.309778	26.94344	0.230769
<i>Maximum</i>	9.726857	0.982528	29.63578	0.406593
<i>Minimum</i>	0.056008	0.081564	25.01498	0.021978
<i>Std. Dev.</i>	2.357908	0.251708	1.432757	0.116514
<i>Skewness</i>	1.733858	1.231454	0.230902	0.061081
<i>Kurtosis</i>	4.995519	4.110174	1.479011	1.649653
<i>Jarque-Bera</i>	33.34823	15.20500	5.263895	3.829920
<i>Probability</i>	0.000000	0.000499	0.071938	0.147348
<i>Sum</i>	99.62121	18.35120	1378.185	9.835165
<i>Sum Sq. Dev.</i>	272.4268	3.104479	100.5868	0.665197
<i>Observations</i>	50	50	50	50

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diketahui bahwa sampel perusahaan yang digunakan sebanyak 50 perusahaan transportasi dan logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2022.

Uji Kesesuaian Model

Tabel 3 Hasil Uji *Chow*

Redundant Fixed Effects Tests
 Equation: *MODEL_FEM*
 Test cross-section fixed effects

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	3.106789	(9,37)	0.0070
<i>Cross-section Chi-square</i>	28.143538	9	0.0009

Hasil uji *chow* pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Prob) *Cross-section Chi-square* adalah $0,0009 < 0,05$ (ditentukan di awal tingkat signifikansi atau α), artinya *Fixed Effect Model* lebih tepat digunakan dalam mengestimasi regresi data panel dibandingkan dengan *Common Effect Model*.

Uji Hausman

Tabel 4 Hasil Uji *Hausman*

Correlated Random Effects - Hausman Test
 Equation: *MODEL_REM*
 Test cross-section random effects

<i>Test Summary</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq. d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section random</i>	12.899480	3	0.0049

Hasil uji *hausman* pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Prob) *Cross-section random* adalah $0,0049 < 0,05$ (ditentukan di awal tingkat signifikansi atau α), artinya *Fixed Effect Model* lebih tepat digunakan dalam mengestimasi regresi data panel dibandingkan dengan *Random Effect Model*.

Uji Asumsi Klasik

Hasil uji asumsi klasik yang dilakukan yaitu uji normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan multikolinearitas. Hasil uji asumsi klasik dapat dilihat pada tabel 5.

Tabel 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Normalitas	Heteroskedastisitas	Autokorelasi	Multikolinearitas
<i>Probability</i> 0,469	<i>Prob. Chi-Square</i> 0,682	<i>Durbin-Watson stat</i> 2,306	Koefisien Korelasi KM dan UP - 0,222
			KM dan CSR 0,290
			UP dan CSR 0,108
Memenuhi	Memenuhi	Memenuhi	Memenuhi

Tabel 5 menunjukkan nilai *probability* pada uji normalitas sebesar $0,4694 > 0,05$ sehingga asumsi klasik dalam model regresi telah memenuhi syarat asumsi normalitas. Nilai *Prob. Chi-Square* sebesar $0,6828 > 0,05$ pada uji heteroskedastisitas menggunakan uji white, maka penelitian terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Selanjutnya nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,3063 dan nilai dU (pada $\alpha = 5\%$, $n = 50$ dan $k = 3$) sebesar 1,6739. Nilai $4 - dU$ ($4 - 1,7383$) sebesar 2,3261. Pada uji autokorelasi, maka dapat dirumus kriteria $dU < dW < 4 - dU$ sehingga $1,6739 < 2,3063 < 2,3261$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Adapun hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa matrik korelasi di semua variabel independen mempunyai nilai korelasi lebih tinggi di atas 0,90. Hasil ini menunjukkan bahwa model tidak terdeteksi masalah multikolinearitas.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6 Hasil Uji Simultan (Uji F)

<i>R-squared</i>	0.463152	<i>Mean dependent var</i>	1.992424
<i>Adjusted R-squared</i>	0.289039	<i>S.D. dependent var</i>	2.357908
<i>S.E. of regression</i>	1.988153	<i>Akaike info criterion</i>	4.431184

<i>Sum squared resid</i>	146.2519	<i>Schwarz criterion</i>	4.928310
<i>Log likelihood</i>	-97.77961	<i>Hannan-Quinn criter.</i>	4.620493
<i>F-statistic</i>	2.660064	<i>Durbin-Watson stat</i>	2.306328
<i>Prob(F-statistic)</i>	0.011167		

Berdasarkan tabel 6 hasil uji simultan (uji F) memiliki nilai signifikan sebesar 0,011167 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7 Hasil Uji Parsial (Uji t)

<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	89.58295	26.32811	3.402559	0.0016
KM	-7.832465	4.086661	-1.916593	0.0630
UP	-3.065533	0.917064	-3.342770	0.0019
CSR	-1.110111	3.651784	-0.303991	0.7628

1. Variabel kepemilikan manajerial mempunyai nilai sig 0,0630 > 0,05. Maka dapat disimpulkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel ukuran perusahaan mempunyai nilai sig 0,0019 < 0,05. Maka dapat disimpulkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3. Variabel *corporate social responsibility* mempunyai nilai sig 0,7628 > 0,05. Maka dapat disimpulkan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

<i>R-squared</i>	0.463152
<i>Adjusted R-squared</i>	0.289039

Sumber: Data olahan *eviews* 9, 2023

Berdasarkan pada tabel 8 memperoleh nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,289039 hal tersebut menunjukkan bahwa persentase pengaruh kepemilikan manajerial,

ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 28,90% dan sisanya sebesar 71,10% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Dalam penelitian ini menggunakan perusahaan sektor Transportasi dan Logistik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2022. Berdasarkan hasil olah data dapat disimpulkan bahwa Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* secara simultan berpengaruh bersama-sama dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi baru mengenai hal-hal yang mempengaruhi nilai perusahaan, maka peneliti memberikan saran yaitu penelitian selanjutnya sebaiknya selalu memperbaharui kriteria pengungkapan CSR versi terbaru dan mencari sektor terbaru untuk penelitian selanjutnya. Peneliti selanjutnya agar dapat menambah jumlah sampel penelitian dengan memanjangkan periode waktu penelitian agar hasil penelitian dapat lebih mencerminkan kondisi yang sesungguhnya dan menambahkan variabel independen lain agar memperoleh nilai *adjusted r-squared* yang menunjukkan bahwa persentase pengaruh terhadap return saham lebih besar

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyanti, Y., & Zubaidi, U. I. (2022). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Rasio Keuangan Dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi TSM*, 2(2), 721–732. <http://jurnaltsm.id/index.php/EJATSM>
- Dewi, D. A. S., Endiana, I. D. M., & Pramesti, I. G. A. A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Perode 2018-2020. *Jurnal Kharisma*, 4(2), 81–91.

- Firdani, R. D., & Rosyati, T. (2022). Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance, Kepemilikan Saham Publik Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi Politala*, 5(2), 98–110. <https://doi.org/10.34128/jra.v5i2.135>
- Koeshardjono, R. H., Prianoto, S., & Amania, T. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Dan Komisaris Independen Sebagai Variabel Moderating. *4*(2), 148–165.
- Nabila, & Wuryani, E. (2021). Pengaruh Good Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 74–87.
- Octoriawan, A., & Rusliati, E. (2019). Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Ukuran Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 11(2), 60–68. <https://doi.org/10.23969/jrak.v11i2.2771>
- Sa'adah, L., & Sudiarto, E. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 159-165.
- Suastini, N. M., Purbawangsa, I. B. A., & Rahyuda, H. (2019). Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Manufaktur di BEI (Struktur Modal sebagai Variabel Moderasi). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 143–172.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Edisi Kedu. diedit oleh Sutopo*. Bandung: Alfabeta.
- Wulandari, R., Nofryanti, & Rosini, I. (2023). Pengaruh Kinerja Environmental, Social, Governance Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 8(1), 56–78.