

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) Perusahaan Sektor Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Laporan tahunan (*annual report*) diperoleh melalui *website* Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan laporan keberlanjutan (*sustainability report*) diperoleh melalui *website* resmi masing-masing perusahaan serta data pendukung lainnya yang diperoleh melalui *website* yahoo finance (www.finance.yahoo.com). Dalam menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian ini, diperlukan suatu teknik atau metode untuk pengambilan sampel. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* yang menghasilkan sebanyak 126 perusahaan sebagai sampel dengan periode pengamatan selama 3 tahun. Berikut adalah rincian dari sampel yang diperoleh:

Tabel 4.1 Hasil Pemilihan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan sektor industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023	63
2	Perusahaan sektor industri yang tidak mempublikasikan laporan tahunan (<i>annual report</i>) secara berturut-turut periode 2021-2023	(15)
3	Perusahaan sektor industri yang tidak mengungkapkan laporan keberlanjutan (<i>sustainability report</i>) atau <i>corporate social responsibility</i> secara berturut-turut periode 2021-2023	(5)
4	Perusahaan sektor industri yang tidak memiliki data terkait variabel penelitian	(1)
	Jumlah perusahaan yang digunakan dalam penelitian	42
	Jumlah sampel dalam penelitian (3 tahun x 42)	126

Sumber : Hasil olah data sekunder

4.2 Hasil analisis data

4.2.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran umum data yang diamati berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi. Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai distribusi dan perilaku data sampel. Hasil analisis deskriptif adalah sebagai berikut

Tabel 4.2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	126	.13	.60	.3608	.08596
GA	126	.00	1.00	.7381	.44143
SIZE	126	.25	.34	.2810	.01713
PBV	126	-1.83	9.78	1.3980	1.68061
Valid N (listwise)	126				

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan informasi mengenai statistik deskriptif meliputi nilai minimum, nilai maksimum, nilai mean dan standar deviasi dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Terdapat 126 data yang memenuhi persyaratan untuk uji asumsi klasik. Di bawah ini merupakan analisis deskriptif untuk setiap variabel.

1. Nilai minimum dari variabel Nilai Perusahaan adalah sebesar -1,83 dan nilai maksimum sebesar 9,78. Kemudian, nilai mean yang dimiliki Nilai Perusahaan adalah sebesar 1,3980 dan untuk standard deviasi sebesar 1,68061. Hal ini mengindikasikan bahwa nilai standar deviasi lebih tinggi dibandingkan dengan nilai mean yang artinya tingkat variasi data yang tinggi.
2. Nilai minimum dari variabel *Corporate Social Responsibility* adalah sebesar 0,13 dan nilai maksimum sebesar 0,60. Selain itu, nilai mean yang dimiliki adalah sebesar 0,3608 dan untuk standard deviasi sebesar 0,08596. Hal ini mengindikasikan hasil yang baik karena standar deviasinya lebih kecil dibandingkan nilai mean artinya penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata.

3. Nilai minimum dari variabel *Green Accounting* adalah sebesar 0,00 dan nilai maksimum sebesar 1,00. Selain itu, nilai mean yang dimiliki adalah sebesar 0,7381 dan untuk standard deviasi sebesar 0,44143. Hal ini mengindikasikan hasil yang baik karena standar deviasinya lebih kecil dibandingkan nilai mean artinya penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata.
4. Nilai minimum dari variabel Ukuran Perusahaan adalah sebesar 0,25 dan nilai maksimum sebesar 0,34. Selain itu, nilai mean yang dimiliki adalah sebesar 0,2810 dan untuk standard deviasi sebesar 0,01713. Hal ini mengindikasikan hasil yang baik karena standar deviasinya lebih kecil dibandingkan nilai mean artinya penyimpangan data yang terjadi rendah sehingga penyebaran nilainya merata.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas Data

Tabel 4.3 Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		126
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.3173259
	Std. Deviation	.72178515
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.043
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.090 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji non parametric *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* dengan menggunakan Unstandardized pada kolom residual. Diperoleh nilai Sig (2-tailed) sebesar 0,09

dimana hal ini membuktikan bahwa nilai tersebut berdistribusi normal karena nilai Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikan yaitu $0,05$ atau $0,09 > 0,05$.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah dalam model regresi terdapat hubungan antara variabel independen. Pada penelitian ini menggunakan nilai *tolerance* and *variance inflation factor* (VIF). Model dapat dikatakan baik juga apabila memiliki nilai *tolerance* $> 0,01$ dan *variance inflation factor* (VIF) < 10 .

Tabel 4.4 Uji Mutikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.000	.377		5.303	.000		
	CSR	-1.083	.305	-.297	-3.548	.001	.747	1.339
	GA	-.302	.055	-.426	-5.498	.000	.873	1.145
	SIZE	.041	1.442	.002	.029	.977	.843	1.187

a. Dependent Variable: Y_PBV

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Pada tabel 4.4 menunjukkan hasil dari output tabel *coefficients*. Diperoleh nilai *tolerance* untuk variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Green Accounting* (GA) dan Ukuran Perusahaan (*Size*) lebih besar dari 0,10 dan nilai seluruh VIF dari masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

4.3.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari autokorelasi. Uji autokorelasi dilakukan dengan Uji Durbin Watson.

Tabel 4.5 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.600 ^a	.360	.344	.25358	2.462
a. Predictors: (Constant), SIZE, GA, CSR					
b. Dependent Variable: Y_PBV					

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan nilai tabel 4.5 diatas dapat dilihat adanya autokorelasi yang terjadi yaitu $DW > 4 - DU$ dimana $2,462 > 2,2585$. Oleh karena itu, untuk membuktikan bahwa penelitian ini bebas dari autokorelasi, dilakukan pengujian kembali dengan pendekatan yang berbeda, yaitu menerapkan uji *Cochrane Orcutt*. Menurut Ghozali (2018) uji *Cochrane Orcutt* adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengatasi masalah autokorelasi. Berikut adalah hasil dari uji *Cochrane Orcutt*:

Tabel 4.6 Uji Autokorelasi Metode *Cochrane Orcutt*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.615 ^a	.379	.363	.24712	2.025
a. Predictors: (Constant), Lag_X3, Lag_X2, Lag_X1					
b. Dependent Variable: Lag_Y					

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Pada tabel 4.6 diatas dapat kita lihat perbedaan nilai dengan uji sebelumnya, hasil uji yang diperoleh pada metode *Cochrane Orcutt* ini memiliki nilai 2,065, dimana $DU < DW < 4 - DU$ yaitu $1,7415 < 2,065 < 2,2585$, maka dapat disimpulkan model regresi yang digunakan tidak terdapat gejala autokorelasi

4.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksetaraan varians residual antara dua observasi dalam model regresi, yang dikenal sebagai homoskedastisitas dan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastis atau model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Uji Glejser dilakukan dengan cara meregresi nilai absolut residual dari model yang diestimasi terhadap variabel-variabel penjelas (Ghozali, 2021).

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.132	.292		.453	.652
	CSR	-.177	.236	-.078	-.750	.455
	GA	-.051	.043	-.114	-1.196	.234
	SIZE	.442	1.116	.039	.396	.693

a. Dependent Variable: Ares

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas hasil uji heteroskedastisitas dengan metode gletser terlihat bahwa variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai sig. sebesar $0,455 > 0,05$, variabel *green accounting* sebesar $0,234 > 0,05$ dan variabel ukuran perusahaan sebesar $0,693 > 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semua variabel memenuhi syarat dan terhindar dari heteroskedastisitas.

4.4 Alat Analisis Data

4.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian diuji dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan menggunakan bantuan SPSS versi 26. Dalam analisis regresi berganda terdapat beberapa variabel independen yang digunakan untuk memprediksi nilai variabel

dependen. Adapun formulasi untuk persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.000	.377		5.303	.000
	CSR	-1.083	.305	-.297	-3.548	.001
	GA	-.302	.055	-.426	-5.498	.000
	SIZE	.041	1.442	.002	.029	.977

a. Dependent Variable: Y_PBV

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Dari analisis regresi diperoleh persamaan regresi berganda berikut :

$$\gamma = \alpha + \beta_1\text{CSR} + \beta_2\text{GA} + \beta_3\text{SIZE} + \varepsilon$$

$$\gamma = 2,000 - 1,083 - 0,302 + 0,041 + \varepsilon$$

Dari hasil persamaan regresi diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

1. Nilai koefisien regresi variabel Nilai Perusahaan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 2,000 untuk satu satuan apabila variabel *corporate social responsibility*, *green accounting*, dan ukuran perusahaan bersifat konstan.
2. Nilai koefisien regresi variabel *Corporate Social Responsibility* (X1) terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar -1,083. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan diprediksi akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 1,083.
3. Nilai koefisien regresi variabel *Green Accounting* (X2) terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar -0,302. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan sebesar satu satuan diprediksi akan menurunkan nilai perusahaan sebesar 0,302.
4. Nilai koefisien regresi variabel Ukuran Perusahaan (X3) terhadap Nilai Perusahaan adalah sebesar 0,041. Nilai ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan

sebesar satu satuan diprediksi akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,041.

4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan varian variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol atau satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varian variabel dependen. Nilai koefisien untuk mengetahui besarnya nilai perusahaan ditunjukkan dengan R-Square. Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 ^a	.360	.344	.25358
a. Predictors: (Constant), SIZE, GA, CSR				
b. Dependent Variable: Y_PBV				

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.9 diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar untuk variabel *corporate social responsibility*, *green accounting* dan ukuran perusahaan sebesar 0,360. Hal ini berarti bahwa 36% dari nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 64% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

4.4.3 Uji Kelayakan Model (Uji f)

Uji kelayakan model atau F juga bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel independent berpengaruh terhadap variabel independent. Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Terdapat kriteria uji F kelayakan model regresi yaitu sebagai berikut :

- a. Jika nilai Signifikansi $< 0,05$, maka kesimpulan model layak.
- b. Jika nilai Signifikansi $> 0,05$, maka kesimpulan model tidak layak.

Kelayakan model dapat dilihat dari tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10 Uji Kelayakan Model (Uji f)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.405	3	1.468	22.834	.000 ^b
	Residual	7.845	122	.064		
	Total	12.249	125			

a. Dependent Variable: Y_PBV
 b. Predictors: (Constant), SIZE, GA, CSR

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka dikatakan bahwa variabel independen dari nilai perusahaan yaitu *corporate social responsibility*, *green accounting* dan ukuran perusahaan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan dan model layak digunakan dalam penelitian ini.

4.4.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah setiap variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Kriteria uji T adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis ditolak.
- b. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis diterima.

Tabel 4.11 Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.000	.377		5.303	.000
	CSR	-1.083	.305	-.297	-3.548	.001
	GA	-.302	.055	-.426	-5.498	.000
	SIZE	.041	1.442	.002	.029	.977

a. Dependent Variable: PBV

Sumber : Hasil output SPSS versi 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t) pada tabel 4.11 dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Hasil untuk variable *Corporate Social Responsibility* (X1) menunjukkan bahwa dengan signifikan $0,001 < 0,05$ maka jawaban hipotesis yaitu H_{a1} diterima dan menolak H_{o1} yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.
2. Hasil untuk variable *Green Accounting* (X2) menunjukkan bahwa dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka jawaban hipotesis yaitu H_{a2} diterima dan menolak H_{o2} yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan.
3. Hasil untuk variable Ukuran Perusahaan (X3) menunjukkan bahwa dengan signifikan $0,977 > 0,05$ maka jawaban hipotesis yaitu H_{a1} ditolak dan H_{o1} diterima yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, variabel *Corporate Social Responsibility* memperoleh nilai signifikan $0,001 < 0,05$ yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan. Dimana artinya H_{a1} diterima dan menolak H_{o1} . Dengan demikian, jika *corporate social*

responsibility meningkat, nilai perusahaan pun akan ikut meningkat. Sebaliknya, jika *corporate social responsibility* perusahaan menurun, maka nilai perusahaan akan ikut menurun. *Corporate social responsibility* merupakan suatu dedikasi bisnis yang mampu berkontribusi dalam meningkatkan nilai perusahaan serta membantu mencapai pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (Dewi & Narayana, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Saputro & Mujiyati, 2023) yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penerapan *corporate social responsibility* yang tepat bisa memperbaiki efisiensi dalam operasi, kinerja keuangan dalam jangka panjang, dan kelangsungan usaha, dan juga mengatasi risiko yang mungkin dihadapi oleh perusahaan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, *corporate social responsibility* tidak lagi hanya menjadi pelengkap atau pilihan, melainkan bagian penting dari strategi bisnis yang berhasil yang mampu memberikan keuntungan yang berkelanjutan bagi perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan (Nopriyanto, 2024). Investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut sebab pengakuan publik terhadap perusahaan menjadi faktor krusial untuk perkembangan perusahaan di waktu yang akan datang, dan inilah yang mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil tersebut dapat diartikan jika sebuah perusahaan mampu menerapkan serta meningkatkan pengungkapan informasi mengenai *corporate social responsibility*, maka akan berdampak positif pada nilai perusahaan. Dalam teori keagenan hal ini dapat mengurangi perbedaan pendapat antara prinsipal dan agen karena perilaku yang etis dapat memberikan dampak baik bagi kelangsungan bisnis, menciptakan citra yang baik serta meningkatkan kepercayaan dari pihak-pihak terkait mengenai kontribusi perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat di sekitarnya.

4.5.2 Pengaruh *Green Accounting* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, variabel *Green Accounting* memperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang menyatakan bahwa adanya pengaruh *green accounting* terhadap nilai perusahaan. Dimana artinya H_{a2} diterima dan menolak H_{o2} . *Green accounting* adalah evaluasi jumlah dari biaya dan keberhasilan upaya pelestarian lingkungan, dengan tujuan untuk meningkatkan nilai Perusahaan serta mendukung Pembangunan yang berkelanjutan (Sholichah & Puspawati, 2023). Hal ini dapat dipahami bahwa pengelolaan lingkungan yang baik dapat membangun kepercayaan Masyarakat sehingga diharapkan dapat menjamin kelangsungan operasi Perusahaan di masa depan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Penerapan *green accounting* menunjukkan bahwa perusahaan peduli terhadap lingkungan sekitar, melalui biaya lingkungan yang diungkapkan dalam laporan lingkungan perusahaan. Pengungkapan tersebut menunjukkan etika bisnis perusahaan dan pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab dapat mempertahankan hubungan baik dengan masyarakat. Perusahaan yang memperhatikan setiap aspek bisnisnya memengaruhi nilai perusahaannya (Yuliani & Prijanto, 2022).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Astuti *et al.*, 2023) yang menyatakan bahwa *green accounting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana artinya ketika perusahaan mengungkapkan biaya lingkungan maka secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan. Karena dengan mengungkapkan biaya lingkungan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akan berdampak pada nilai perusahaan dan memberikan citra positif terhadap perusahaan. Dengan demikian, *green accounting* yang diterapkan dan diungkapkan oleh perusahaan akan berdampak pada keberlanjutan perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan di pasar modal serta dapat mengurangi isu keagenan karena manajemen menunjukkan bahwa mereka memperhatikan kepentingan pemegang saham dan pihak terkait lainnya dalam jangka panjang.

4.5.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, variabel ukuran perusahaan memperoleh nilai signifikan $0,977 > 0,05$ yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana artinya H_{a3} ditolak dan H_{o3} diterima. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini, ukuran perusahaan yang diprosikan oleh total aset tidak memiliki dampak pada nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kepemilikan aset yang besar tanpa manajemen yang efektif tidak akan berdampak signifikan pada nilai perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Hidayat & Tasliyah, 2022) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa para investor tidak terlalu memperhatikan keseluruhan aset suatu perusahaan saat memilih untuk membeli saham. Para investor cenderung lebih fokus pada kinerja historis saham serta aspek-aspek keuangan fundamental lainnya sebagai landasan dalam mengambil keputusan untuk investasi.

Perusahaan besar belum tentu dapat dengan mudah masuk ke pasar modal, sebab perusahaan besar akan lebih berhati-hati dalam mengambil setiap kebijakan, karena setiap informasi yang disampaikan akan berdampak pada reaksi pasar. Apabila informasi yang diberikan mengandung informasi yang tidak benar, maka hal tersebut dapat menyebabkan besar kecilnya perusahaan menjadi tidak akurat, sehingga ukuran perusahaan tidak akan mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya (Jaya, 2020).