

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN INDEKS LQ45 DI BURSA EFEK INDONESIA

**Nanang Ari Utomo**

nanangariutomo@gmail.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Semarang

### ABSTRAK

Nilai perusahaan dapat diukur dari besarnya *Price Book Value* (PBV). PBV merupakan rasio harga saham terhadap nilai buku perusahaan yang menunjukkan seberapa besar nilai harga saham per lembar dibandingkan dengan nilai buku per lembar saham. Sampel dari penelitian ini terdiri dari 10 perusahaan yang termasuk dalam indeks LQ45 dan indeks Sembiring yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010 sampai dengan 2013. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis *Regresi Berganda* dengan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Ukuran perusahaan (*Size*) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan.

**Kata Kunci :** *Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Ukuran perusahaan (Size), Leverage, dan Nilai perusahaan.*

### ABSTRACT

*The company's value can be measured from the Price Book Value (PBV). PBV is the ratio of stock price to book value companies that show how much the stock price per share as compared to book value per share. The sample of this study consisted of 10 companies included in the index LQ45 firm and the index of Sembiring listed in Indonesia Stock Exchange during the years 2010 to 2013. Analytical techniques used are the Multiple Regression Analysis with a significance level  $\alpha = 5\%$ .*

*Profitability positively effect and significantly on the value of the company. Company size negatively effect and significantly on the value of the company. Leverage positively effect and significantly on the value of the company. Corporate Social Responsibility positively effect and does not significantly on the value of the company.*

**Keywords :** *Profitabilitas, Size company, Leverage and the value of the company.*

## PENDAHULUAN

Nilai perusahaan tidak hanya dilihat dari kinerja perusahaan dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Kasus lumpur lapindo di Porong Sidoarjo tahun 2005 sampai sekarang masih menyisakan permasalahan sosial. Masih banyak ganti rugi atas kerusakan yang ditimbulkan PT. Lapindo Brantas yang belum diselesaikan (Sindhudita dan Yasa, 2013). Adanya demonstrasi buruh perusahaan yang menuntut upah yang layak masih terjadi berbagai daerah. Hal ini menjadi perhatian semua pihak termasuk pemerintah. Fenomena semacam ini akan mempengaruhi kinerja perusahaan di masa mendatang, apalagi saat ini kondisi keuangan saja

tidak cukup untuk menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan.

Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka akan memungkinkan timbulnya kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. Penerapan CSR tidak lagi dianggap sebagai biaya, melainkan investasi per usaha. Perusahaan yang menerapkan CSR memberikan manfaat bagi semua pihak. Bagi perusahaan akan memberikan kelangsungan usaha dan kenyamanan lingkungan masyarakat sekitarnya (Anggraini, 2006).

Perkembangan teknologi dan globalisasi yang begitu besar dewasa ini menimbulkan persaingan dalam dunia usaha yang sangat kompetitif. Sebagian besar yang dilakukan perusahaan bertujuan memperoleh laba dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat dilakukan melalui peningkatan kemakmuran kepemilikan atau para pemegang saham. Keberadaan para pemegang saham dan peranan manajemen sangatlah penting dalam menentukan besar keuntungan yang akan diperoleh (Masdar, 2008)

## LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah *entitas* yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Prasetyowati, 2014).

Tanggung jawab sosial perusahaan seharusnya melampaui tindakan memaksimalkan laba untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholder*), namun lebih luas lagi bahwa kesejahteraan yang dapat diciptakan oleh perusahaan sebetulnya tidak terbatas kepada kepentingan pemegang saham, tetapi juga untuk kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan atau klaim terhadap perusahaan (Kusumadilaga, 2010).

### Teori Keagenan (Agency Theory)

*Agency theory* menyebutkan bahwa sebagai agen dari pemegang saham, manajer tidak selalu bertindak demi kepentingan pemegang saham. Untuk itu, diperlukan biaya pengawasan yang dapat dilakukan melalui cara-cara seperti pengikatan agen, pemeriksaan laporan keuangan, dan pembatasan terhadap pengambilan keputusan oleh manajemen. Kegiatan pengawasan yang dilakukan memerlukan biaya keagenan. Biaya keagenan digunakan untuk mengontrol semua aktivitas yang dilakukan manajer sehingga manajer dapat bertindak konsisten sesuai dengan perjanjian kontraktual antara kreditor

dan pemegang saham (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Sofiana, 2009).

### Signaling Theory

Isyarat atau signal menurut (Brigham dan Houston, 2001) adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberi petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2001), perusahaan dengan prospek yang menguntungkan akan mencoba menghindari penjualan saham dan menggunakan setiap modal baru yang diperlukan dengan cara-cara lain, termasuk penggunaan hutang yang melebihi target struktur modal yang normal. Perusahaan dengan prospek yang kurang menguntungkan akan cenderung untuk menjual sahamnya. Pengumuman emisi saham oleh suatu perusahaan umumnya merupakan suatu isyarat (*signal*) bahwa manajemen memandang prospek perusahaan tersebut suram. Apabila suatu perusahaan menawarkan penjualan saham baru lebih sering dari biasanya, maka harga sahamnya akan menurun, karena menerbitkan saham baru berarti memberikan isyarat negatif yang kemudian dapat menekan harga saham sekalipun prospek perusahaan cerah.

### Profitabilitas

Penilaian *profitabilitas* suatu perusahaan bermacam-macam tergantung pada laba dan aktiva yang akan dibandingkan antara satu dengan lainnya, antara lain perbandingan laba yang berasal operasi atau usaha, laba netto sesudah pajak dengan keseluruhan aktiva, atau perbandingan laba *netto* sesudah pajak dengan modal sendiri, meskipun terdapat bermacam-macam penilaian *profitabilitas* suatu perusahaan namun rasio yang digunakan pada umumnya oleh para pemakai laporan keuangan adalah *profitabilitas* ekonomi dan *profitabilitas* modal sendiri.

### Financial Leverage

Teori keagenan memprediksi bahwa perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi akan mengungkapkan lebih banyak informasi, karena biaya keagenan perusahaan dengan

struktur modal seperti itu lebih tinggi. Tambah an informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap informasi diperlukan untuk menghilangkan keraguan pemegang obligasi terhadap dipenuhinya hak-hak mereka sebagai kreditur (Riyanto, 2001).

Oleh karena itu, perusahaan dengan *rasio leverage* yang tinggi memiliki kewajiban untuk melakukan ungkapan yang lebih luas daripada perusahaan dengan *rasio leverage* yang rendah. Pendapat lain mengatakan bahwa semakin tinggi *leverage*, kemungkinan besar perusahaan akan mengalami pelanggaran terhadap kontrak utang, maka manajer akan berusaha untuk melaporkan laba sekarang lebih tinggi akan mengurangi kemungkinan perusahaan melanggar perjanjian utang. Manajer akan memilih metode akuntansi yang akan memaksimalkan laba sekarang.

### **Size (Ukuran perusahaan)**

Ukuran perusahaan akan mempunyai pengaruh terhadap struktur modal dalam suatu perusahaan. Pada kenyataannya semakin besar suatu perusahaan maka kecenderungan penggunaan dana eksternal juga semakin besar. Hal ini disebabkan perusahaan besar memiliki kebutuhan dana yang besar dan salah satu alternatif pemenuhan dana yang tersedia adalah pendanaan eksternal. Kebijakan hutang perusahaan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan ada hubungan yang positif antara ukuran perusahaan dan rasio hutang. Perusahaan yang termasuk dalam industri yang *high-profile* akan memberikan informasi sosial lebih banyak dibandingkan perusahaan yang *low-profile* (Anggraini, 2006).

### **Nilai perusahaan (Value)**

Nilai perusahaan (*Value*) mencerminkan nilai saat ini dari pendapatan yang diinginkan dimasa mendatang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal, kebijakan dividen dan keputusan investasi. Melaksanakan fungsi manajemen keuangan merupakan hal yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan

perusahaan. Kombinasi optimal dari keputusan manajemen dapat mengoptimalkan nilai perusahaan yang akan mempengaruhi kemakmuran pemegang saham

### **Indeks LQ45**

Indeks LQ 45 adalah nilai *kapitalisasi* pasar dari 45 saham yang paling *likuid* dan memiliki nilai *kapitalisasi* yang besar hal itu merupakan indikator *likuiditas*. Indeks LQ 45, menggunakan 45 saham yang terpilih berdasarkan *Likuiditas* perdagangan saham dan disesuaikan setiap enam bulan (setiap awal bulan Februari dan Agustus).

Dengan demikian saham yang terdapat dalam indeks tersebut akan selalu berubah. Sejak diluncurkan pada bulan Februari 1997 ukuran utama likuiditas transaksi suatu *emiten* ditentukan dari nilai transaksi di pasar *reguler*. Sesuai dengan perkembangan pasar dan untuk lebih mempertajam kriteria *likuiditas*, maka sejak *review* bulan Januari 2005, jumlah hari perdagangan dan frekuensi transaksi dimasukkan sebagai ukuran *likuiditas*.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang tergolong LQ45 di Bursa Efek Indonesia berjumlah 45 *Emiten*. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling*. Kriteria pemilihan sampel adalah sebagai berikut :

- 1) Sampel yang dipilih adalah perusahaan indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2010 – 2013, sehingga perusahaan yang telah di-*delisting* dari indeks LQ45 tidak dimasukkan sebagai sampel.
- 2) Perusahaan-perusahaan yang mempublikasikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada laporan tahunannya secara lengkap.

Atas dasar kriteria tersebut hanya 10 perusahaan yang memenuhi kriteria, sehingga jumlah sampelnya adalah 10 sedangkan periode amatan selam 4 tahun dari tahun 2010 sampai 2013, sehingga terdapat 40 amatan.

## Jenis Data dan Metoda Pengumpulannya

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data *sekunder*. Data *sekunder* adalah hasil pengumpulan oleh orang lain atau oleh lembaga dengan maksud tersendiri dan memiliki kategori atau klasifikasi menurut keperluan mereka (Ghozali, 2012). Data sekunder yang digunakan dapat berupa laporan keuangan yang telah diaudit, antara lain : neraca, laporan laba/rugi, laporan perubahan modal, laporan arus kas dan catatan laporan keuangan. Data *Corporate Social Responsibility (CSR)* diperoleh dari laporan tahunannya perusahaan yang mempublikasikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, sedangkan data untuk Nilai Perusahaan menggunakan harga saham penutupan masing-masing perusahaan indeks LQ45 yang diperoleh dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan [www.yahoo.finance.com](http://www.yahoo.finance.com)

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara studi dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang tidak langsung ditujukan pada subjek penelitian namun melalui dokumen. Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari [www.yahoo.finance.com](http://www.yahoo.finance.com) yang mengumumkan *closing price*, Indeks LQ45 dan IHSG, berbagai buku catatan, laporan historis yang telah disusun dalam arsip, baik yang dipublikasikan ataupun yang tidak dipublikasikan.

## Variabel Penelitian dan Definisinya

Variabel yang digunakan penelitian ini adalah variabel bebas (*independent*), variabel terikat (*dependent*) dan variabel mediasi. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang tergantung pada variabel lainnya, dan variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya. Sedangkan variabel mediasi adalah variabel yang mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2012).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*independent*) adalah : (1) *profitabilitas*, (2) tingkat *leverage*, (3) ukuran perusahaan, sedangkan yang menjadi variabel terikat adalah jumlah informasi sosial yang diungkap

kan (indeks *CSR*) dan selanjutnya *CSR* (Y1) menjadi variabel mediasi yang mempengaruhi hubungan antara *Profitabilitas* (X1), *Leverage* (X2), *Size* (X3) terhadap nilai perusahaan (*Value*) sebagai variabel terikat (Y2).

Definisi Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### Variabel Terikat (*Dependent*)

#### Nilai Perusahaan. (Y)

Nilai perusahaan diukur dengan *Price Book Value (PBV)*. *PBV* adalah rasio antara harga per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. Menurut Ang, (1997) Rasio ini dapat dihitung dengan rumus :

$$PBV = \frac{\text{Harga per lembar saham}}{\text{Nilai buku lembar saham}}$$

### Variabel bebas (*Independent*).

Tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain.

#### *Profitabilitas*

*Profitabilitas* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on asset*. *ROA* merupakan perbandingan *net income* dan total *asset* perusahaan (Riyanto, 2001). Secara matematis *ROA* dapat dirumuskan sebagai berikut (Irawati, 2006) :

$$ROA = \frac{\text{Net Income after Tax}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

Keterangan :

Laba bersih setelah pajak (*Net Income After Tax*) adalah laba bersih setelah pajak yang dihasilkan oleh perusahaan, dimana data yang digunakan adalah data yang tercantum didalam laporan keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan. *Total Assets* adalah total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan dan yang tercantum di dalam laporan keuangan yang dipublikasikan.

### Leverage

*Leverage* (struktur modal) tercermin dari *Debt to equity ratio*. *Debt to Equity Ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban dalam membayar hutangnya dengan jaminan modal sendiri. Sedangkan menurut Riyanto (2001) struktur modal ditentukan dengan membandingkan total jangka panjang atas modal sendiri. Rasio *DER* dapat dihitung dengan rumus (Irawati, 2006)

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Modal}}$$

### 3. Ukuran Perusahaan (*Size*)

Ukuran perusahaan diukur dengan menghitung *logaritma* dari total *asset* (Husnan, 2000).

*Size* = *Logaritma* dari total *asset*

### Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Dalam penelitian ini pengungkapan *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan menggunakan indeks *CSR* Sembiring (Sembiring, 2005).

### Teknik Analisis

#### *Uji Asumsi Klasik*

Pengujian asumsi klasik meliputi *Uji Normalitas*, *Heteroskedastisitas*, *Multikolinearitas*, dan *Autokorelasi*. Sedangkan Pengujian *fit Model Regresi* meliputi *Uji Signifikansi Simultan* (*Uji Statistik F*) dan *Koefisien Determinasi* (*R<sup>2</sup>*).

### Teknik Analisa Regresi dan Persamaan regresi

Teknik analisa yang digunakan berdasarkan kerangka pikir yang dibangun adalah

analisa *regresi* dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y_1 = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e_1$$

a : Konstanta  
X<sub>1</sub> : *Profitabilitas*  
X<sub>2</sub> : *Leverage*  
X<sub>3</sub> : *Size* (ukuran perusahaan)  
X<sub>4</sub> : *Corporate Social Responsibility (CSR)*  
Y<sub>1</sub> : Nilai perusahaan (*Value*)  
b<sub>1</sub>-b<sub>4</sub> : *Koefisien regresi*  
e<sub>1</sub> : *Residu / eror*

### Uji Hipotesa

Menurut Ghazali (2012) uji statistik *t* pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( $\alpha=5\%$ ).

Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan  $\geq 0,05$  maka hipotesis ditolak (*koefisien regresi* tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen
2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima (*koefisien regresi* signifikan). Ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum Obyek Penelitian

Sebagaimana kriteria pemilihan sampel, penelitian ini menggunakan sampel perusahaan-perusahaan yang masuk dalam LQ45 selama periode tahun 2010 hingga 2013. Penelitian ini menggunakan metoda *purposive sampling*. Adapun hasil dari penentuan *sample* sebagai berikut :

1. Emiten kategori LQ45 selama tahun 2010-2013 berjumlah 36.
2. Emiten kategori LQ45 yang tidak memiliki data lengkap dan data *annual report* yang tidak mendukung selama 2010 – 2013 berjumlah 26.

Dari kriteria diatas memperoleh *sample* se banyak 10 *emiten* (perusahaan) dan masa yang digunakan dalam penelitian ini tahun 2010 – 2013. Dengan menggunakan penggabungan data selama 4 tahun maka diperoleh sebanyak 40 *emiten* (perusahaan). Sebelum membahas ter hadap pembuktian hipotesis, secara *deskriptif*

akan dijelaskan mengenai kondisi masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

### Hasil Analisis

#### Statistik Deskriptif

Analisis *deskriptif* dari data yang diambil untuk penelitian ini adalah dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 yaitu sebanyak 40 data pengamatan. Distribusi statistik *deskriptif* untuk masing-masing variabel terdapat pada Tabel berikut :

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
PBV	40	1.190	8.310	3.397	1.548
SIZE	40	6.940	8.860	8.071	0.546
CSR	40	0.380	0.710	0.469	0.094
ROA	40	2.080	26.840	10.146	7.572
DER	40	0.360	10.020	3.342	3.355
Valid N (listwise )	40				

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2016

Dari Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa rata-rata masing-masing variabel berada pada angka positif, baik pada nilai terendah maupun nilai terbesar.

Nilai perusahaan (*Value*) yang diukur dengan menggunakan *Price to Book (PBV)* menunjukkan rasio antara harga saham dengan nilai ekuitas per lembar saham yang dimiliki perusahaan. Semakin besar nilai PBV menunjukkan nilai perusahaan yang lebih besar. Tabel 4.1 menunjukkan bahwa terdapat rata-rata *PBV* sebesar 3,397. Hal ini menunjukkan bahwa harga saham per lembarnya adalah sebesar 3,397 kali dibanding dengan *ekuitas* per lembar sahamnya. Nilai *PBV* terendah adalah sebesar 1,190 dan nilai *PBV* tertinggi adalah sebesar 8,310. Nilai standar deviasi diperoleh sebesar 1,548 yang menunjukkan adanya variasi distribusi data *PBV* yang tidak cukup besar .

*Size* (ukuran perusahaan) dalam hal ini diukur dengan total asset. Rata-rata total *asset* dari perusahaan-perusahaan sampel setelah di lakukan *transformasi logaritma* adalah sebesar 8,071 dengan nilai  $\log(\text{total asset})$  terkecil sebesar 6,940 dan nilai  $\log(\text{total asset})$  terbesar adalah sebesar 8,840.

Pengungkapan *CSR* yang merupakan pengungkapan sosial yang diukur dengan item *CSR* menunjukkan rata-rata sebesar 0,469 atau 46,9%. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan sampel telah mengungkapkan sebesar 46,9% dari item-item pengungkapan social maksimal. Pengungkapan *CSR* terendah adalah sebesar 0,380 atau 38,0% dan pengungkapan *CSR* terbesar mencapai 0,710 atau 71,00%.

Rasio *profitabilitas* yang diukur dengan *ROA* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 10.146. Hal ini berarti bahwa rata-rata per

usaha sampel mampu mendapatkan laba bersih sebesar 10.146% dari total aset yang di peroleh perusahaan dalam satu periode. Nilai ter kecil dari diperoleh sebesar 2.080%, sedangkan rasio *profitabilitas* terbesar adalah sebesar 26,840%.

Variabel *leverage* yang diukur dengan rasio hutang terhadap total *ekuitas* perusahaan (*DER*) menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,342. Hal ini berarti bahwa rata-rata per usaha sampel memiliki hutang sebesar 3,342 kali lebih besar dari keseluruhan modal sendiri yang dimiliki perusahaan. Nilai *Leverage* di atas 1,00 menunjukkan bahwa perusahaan sampel cenderung menggunakan hutang sebagai sumber pendanaan perusahaan. Nilai terkecil dari *leverage* diperoleh sebesar 0,360, sedangkan *leverage* terbesar adalah sebesar 10,020.

### Analisis Regresi

Untuk menguji hipotesis akan digunakan 2 model analisis *regresi linier berganda*. Namun demikian akan terlebih dahulu diuji mengenai ada tidaknya penyimpangan terhadap *asumsi klasik* yang diperlukan untuk mendapatkan model *regresi* yang baik.

### Pengujian Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan Uji *Kolmogorov Smirnov*. Hasil pengujian *normalitas* data diperoleh sebagai berikut:

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98726446
Most Extreme Differences	Absolute	.180
	Positive	.180
	Negative	-.095
Kolmogorov-Smirnov Z		1.139
Asymp. Sig. (2-tailed)		.149

a. Test distribution is Normal.

Dari tabel tersebut diketahui bahwa *Asymp Sig* menunjukkan bahwa residual model regresi diperoleh lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti model regresi sudah berdistribusi normal.

### Pengujian Multikolinearitas

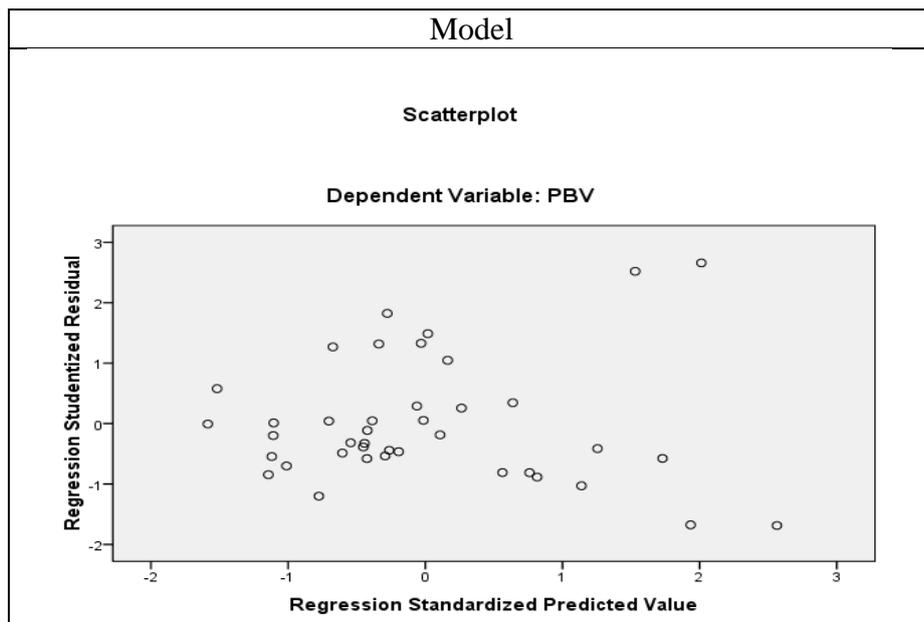
Uji *multikolinearitas* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui adanya *korelasi* antar variabel independen dalam suatu model *regresi*. Untuk mengetahui apakah terjadi *multikolinearitas* dapat dilihat dari nilai *VIF* yang terdapat pada masing – masing variabel seperti terlihat pada tabel berikut :

Model		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
ROA	.298	3.356
SIZE	.300	3.328
DER	.281	3.562
CSR	.746	1.341

Suatu model *regresi* dinyatakan model bebas dari multikolinearitas adalah jika mempunyai nilai *VIF* dibawah 10. Dari tabel tersebut diperoleh bahwa semua variabel bebas memiliki nilai *VIF* yang rendah berada di bawah angka 10. Dengan demikian diperoleh tidak adanya masalah *multikolinieritas* dalam model regresi.

Pengujian *Heterokedastisitas* digunakan untuk melihat apakah dalam sebuah model *regresi* terjadi ketidaksamaan varian. Model *regresi* yang baik adalah tidak terjadi *Heterokedastisitas*. Untuk mendeteksi adanya *Heterokedastisitas* dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Hasil pengujian *heteroskedastisitas* adalah sebagai berikut :

**Pengujian Heterokedastisitas**



Dari tabel tersebut diperoleh bahwa model menunjukkan pola yang menyebar pada kedua model. Hal ini menunjukkan bahwa kedua model tidak ada masalah *heteroskedastisitas*.

Uji *autokorelasi* dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat *autokorelasi* antara *error* yang terjadi antar periode yang diujikan dalam model *regresi*. Untuk mengetahui ada tidaknya *autokorelasi* harus dilihat nilai uji *D-W*.

**Pengujian Autokorelasi**

Model	Model Summary <sup>b</sup>				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
	.770 <sup>a</sup>	.593	.547	1.04215	2.144

a. Predictors: (Constant), CSR, SIZE, ROA, DER  
 b. Dependent Variable: PBV

Berdasarkan hasil analisis *regresi* Model diatas diperoleh nilai *D-W* sebesar 2,144. Sedangkan nilai  $d_u$  diperoleh sebesar 1,79 dan  $d_L = 1,69$ . Dengan demikian diperoleh bahwa

nilai  $DW = 2,144$  berada diantara  $d_U$  yaitu 1,79 dan  $4 - d_U$  yaitu  $4 - 1,79 = 2,21$ . Dengan demikian menunjukkan bahwa model *regresi* tersebut berada pada daerah bebas *autokorelasi*.

### Hasil Analisis

Teknik analisis yang digunakan adalah *regresi berganda* Pengolahan data dilakukan

dengan menggunakan batuan program *SPSS*. Hasil yang diperoleh selanjutnya akan diuji .

Kemaknaan model tersebut

Variabel	Model		
	Koef	t	Sig
(Constant)	7.376	1.654	0.107
<i>ROA</i>	0.196	4.860	0.000
<i>SIZE</i>	-1.128	-2.021	0.051
<i>DER</i>	0.464	4.947	0.000
<i>CSR</i>	3.369	1.641	0.110
F	12,774		
<i>Sig F</i>	0,000		
<i>Adj R2</i>	0,547		
Dependen	<i>PBV</i>		

Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut :

$$PBV = 7,376 + 0,196 ROA + 1,128 SIZE + 0,464 DER + 3,369 CSR + e1$$

### Uji Kelayakan(Fit) Model Regresi

#### Uji F

Hasil pengujian model *regresi simultan* di tunjukkan dengan nilai F dari hasil pengujian. Pada Model diatas diperoleh nilai F sebesar 12,774 dengan signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan menunjukkan bahwa model regresi ini memberikan makna terhadap pengaruh *ROA*, *SIZE*,*DER* dan *CSR* secara bersama-sama terhadap *PBV*. Oleh karena itu model *regresi* adalah *fit*.

#### Koefisien Determinasi

Hasil nilai *adjusted R-Square* dari *regresi* digunakan untuk mengetahui besarnya nilai per usahaan yang dipengaruhi oleh variabel-variabel bebasnya. Pada tabel menunjukkan hasil nilai *adjusted R-Square* ditunjukkan dari nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,547. Hal ini berarti bahwa 54,7% variasi *PBV* dapat dijelaskan oleh *ROA*, *SIZE*, *DER* dan *CSR*, sedangkan sisanya se-

besar 45,3% *PBV* dijelaskan oleh variabel lainnya.

### Pengujian Hipotesis

Untuk menentukan pengaruh masing – masing variabel bebas terhadap variabel tergantungan digunakan uji t. Dari hasil pengujian analisis regresi, diketahui nilai t hitung

#### Pengaruh Profitabilitas (ROA) terhadap Nilai Perusahaan (Value)

Dari hasil *estimasi* pengaruh *Profitabilitas* yang diukur dengan *ROA* terhadap Nilai Per usahaan (*Value*) yang diukur dengan *PBV* diperoleh nilai t = 4,860 dengan *probabilitas* sebesar 0,000. Nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 berarti variabel *ROA* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *PBV*. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 1 diterima**. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Wardoyo dan

Veronica (2013). *Profitabilitas* menunjukkan seberapa besar kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan atau memperoleh keuntungan. Pada penelitian ini, kemampuan perusahaan menghasilkan laba diukur dengan menggunakan rasio *return on asset (ROA)*.

Perusahaan dengan *profitabilitas* yang lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan (*Value*) yang lebih tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Prasetyowati (2014) yang menyebutkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini berarti bahwa tingkat *profitabilitas* perusahaan yang tinggi mampu meningkatkan nilai perusahaan.

### **Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan (*Value*)**

Dari hasil *estimasi* pengaruh *Leverage (DER)* terhadap Nilai Perusahaan (*Value*) yang diukur dengan *PBV* diperoleh nilai  $t = 4,947$  dengan *probabilitas* sebesar 0,000. Nilai signifikansi  $t$  lebih kecil dari 0,05 berarti *Leverage (DER)* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *CSR*. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 2 diterima**. Arah koefisien positif berarti bahwa perusahaan dengan *Leverage* yang lebih besar cenderung memiliki nilai perusahaan (*Value*) yang lebih besar. Penelitian ini sejalan dengan Kusumajaya (2011) dan Kusnaeni (2012) yang menyebutkan bahwa *leverage* yang diukur dengan menggunakan *debt equity ratio* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hubungan positif antara *DER* dengan *PBV* artinya peningkatan rasio *DER* pada struktur modal akan meningkatkan nilai perusahaan.

### **Pengaruh Size terhadap Nilai Perusahaan (*Value*)**

Dari hasil *estimasi* pengaruh *Size* terhadap Nilai Perusahaan (*Value*) yang diukur dengan *PBV* diperoleh nilai  $t = -2,021$  dengan *probabilitas* sebesar 0,051. Nilai signifikansi  $t$  lebih besar dari 0,05 berarti variabel *Size* memiliki pengaruh negatif yang tidak signifikan terhadap *PBV*. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 3 ditolak**. Hasil penelitian ini berbeda dengan

penelitian yang telah dilakukan oleh Soliha (2002), Hidayati (2010) dan Prasetyowati (2014) yang menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Ukuran perusahaan adalah besarnya lingkup atau luas perusahaan dalam menjalankan operasinya. Sebagai *proksi* ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan log total aset yaitu logaritma natural jumlah aktiva yang dimiliki oleh perusahaan.

### **Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan**

Dari hasil *estimasi* pengaruh pengungkapan *CSR* terhadap Nilai perusahaan yang diukur *PBV* diperoleh nilai  $t = 1,641$  dengan *probabilitas* sebesar 0,110. Nilai signifikansi  $t$  lebih besar dari 0,05 berarti *CSR* memiliki pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan. Dengan demikian berarti bahwa **Hipotesis 4 ditolak**. Hasil penelitian ini mendukung dengan penelitian sebelumnya Wardoyo dan Veronica (2013). Hal ini berarti bahwa aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Prasetyowati (2014) yang menyebutkan bahwa pengungkapan *CSR* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Menurut UU Perseroan Terbatas No.40 yang menjelaskan bahwa perusahaan yang mempunyai kewajiban untuk melakukan *CSR* adalah perusahaan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam. Sedangkan dalam penelitian ini sampel penelitian tidak semua merupakan perusahaan yang berkaitan langsung dengan sumber daya alam sehingga perusahaan-perusahaan tersebut masih sebagian melakukan *CSR* sebagai tindakan sukarela.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nahda dan Harjito (2011) yang menyatakan bahwa *CSR* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. perusahaan yang mengungkapkan informasi pertanggungjawaban sosial memiliki citra positif di masyarakat dan khususnya kalangan bisnis karena perusahaan memperhatikan dan juga mempertimbangkan kepentingan *stakeholder* sehingga eksistensi perusahaan bisa dipertahan

kan yang akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

### Implikasi Hasil Penelitian

Perusahaan dalam melakukan investasi hendaknya mempertimbangkan *profitabilitas*, struktur modal, ukuran perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini dikarenakan akan mempengaruhi nilai perusahaan di masa mendatang.

Pengungkapan tanggung jawab sosial (*CSR*) perusahaan perlu dilakukan sebagai wujud tanggung jawab dan bentuk komunikasi perusahaan terhadap para *stakeholder*-nya mengenai kinerja dan kondisi perusahaan. *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu hal yang dapat mempengaruhi karakter terestitik perusahaan yang dapat berpengaruh juga terhadap nilai suatu perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung.

Pengaturan *CSR* juga bertujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungannya. Dengan demikian *CSR* merupakan suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan, bukan kegiatan yang bersifat sukarela.

## PENUTUP

### Simpulan

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan (*Value*) yang ditunjukkan dengan angka signifikan  $0,000 < 0,05$  dengan koefisien regresi 0,196. Dengan demikian hipotesa 4 diterima.
2. *Leverage (DER)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan (*Value*) yang ditunjukkan dengan angka signifikan  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi 0,464. Dengan demikian hipotesa 5 diterima.
3. *Size* (ukuran perusahaan) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (*Value*) yang ditunjukkan dengan angka signifikan  $0,051 > 0,05$  dan koefisien

regresi -1,128. Dengan demikian hipotesa 6 ditolak.

4. *CSR* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Nilai perusahaan (*Value*) yang ditunjukkan dengan angka signifikan  $0,110 > 0,05$  dan koefisien regresi 3,364. Dengan demikian hipotesa 7 ditolak.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini terbatas pada perusahaan kategori LQ45 di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 dan adanya unsur subjektivitas dalam menentukan indeks pengungkapan *CSR*. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti. Ada berbagai macam indeks pengungkapan *CSR* misalnya indeks *CSR* Sembiring, SriKEHATI, *Corporate Social Responsibility Indeks (CSRI)*, dan *Global Reporting Initiative (GRI)*.

### Saran dan implikasi Penelitian Selanjutnya

1. Peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan periode amatan yang lebih lama agar diperoleh hasil yang lebih beragam. Dan juga menggunakan variabel yang lain untuk ditambahkan pada penelitian selanjutnya, misalnya tipe perusahaan, *likuiditas*, keputusan pendanaan, kebijakan deviden, pertumbuhan perusahaan, kepemilikan manajerial, dan lain sebagainya.
2. Peneliti dapat menggunakan indeks pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial yang lainnya karena terdapat unsur *subjektivitas* dalam menentukan indeks pengungkapan *CSR*. Hal ini dikarenakan tidak adanya ketentuan baku yang dapat dijadikan acuan sehingga penentuan indeks untuk indikator dalam kategori yang sama dapat berbeda untuk setiap peneliti.
3. Bagi perusahaan diharapkan perusahaan lebih menyadari akan pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan manfaat

yang akan diperoleh demi keberlangsungan usaha perusahaan sehingga akan meningkatkan nilai perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ang, Robert. (1997). *Buku Pintar Pasar Modal Indonesia*. Mediasoft Indonesia, Jakarta.
- Anggraini, FR. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dan Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi IX*. Padang.
- Brigham, EF. (2006). *Manajemen Keuangan*. Edisi Kedelapan. Erlangga. Jakarta.
- Darmawan. (2014). Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Multivariat Program SPSS*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Husnan, Suad. (2000). *Manajemen Keuangan, Teori dan Penerapan Keputusan Jangka Pendek*. BPFU UGM, Yogyakarta.
- Hidayati. 2010. Analisa pengaruh DER, DPR, ROE, dan Size terhadap PBV Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2005-2007. *Program Pasca sarjana* Universitas Diponegoro. Semarang.
- Irawati, Susan. (2006). *Manajemen Keuangan*. Pustaka, Bandung.
- Kusnaeni, Diah. (2012). Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Industri Barang konsumsidi Bursa Efek Indonesia. *Program Pasca Sarjana* Universitas terbuka. Jakarta
- Kusumadilaga, Rimba .(2010). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderating. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Munawaoh, Siti. (2012). Pengaruh Profitabilitas dan CSR terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Indeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia. Universitas Pancasakti, Tegal.
- Mahendra. (2011). Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*.
- Nahda, K. dan Harjito, D.A. (2011). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Siasat Bisnis*.
- Novrianto. (2014). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Size terhadap pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Prasetyowati, Friza .(2014). Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan *Cooperate Social responbility* sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal ilmiah Ekonomo dan Bisnis* Universitas Dian Nuswantoro. Semarang.
- Riyanto, Bambang. (2001). *Dasar-dasar Pembelajaran Perusahaan*. Penerbit BPFU UGM. Yogyakarta.
- Safrida, Elli. (2008). Pengaruh Struktur Modal dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Program Pasca Sarjana* Universitas Sumatra Utara. Medan.
- Sembiring, E.R. (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial: Studi pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia Jakarta. *Simposium Nasional Indonesia VIII*.
- Soliha. (2002). Pengaruh Insider Ownership, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Sindhuditha dan Yasa. (2013). Pengaruh *CSR* pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Implikasinya terhadap Nilai Perusahaan. Universitas Udayana. Bali.

Wardoyo dan Veronica. T.M. (2013). Pengaruh Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility dan kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan.

*Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol.4 No. 2. pp. 132-149

Yintayani. (2011). Faktor-faktor yang memengaruhi *CSR* di Bursa Efek Indonesia, *Program Pasca sarjana* Universitas Udayana. Denpasar.