

ANALISIS PENGARUH PENERAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*, LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, PERTUMBUHAN TERHADAP PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2013-2015

RASILIA CLARA FEBRIYANI

Program Studi Akuntansi – S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 2112201302503@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

This study discusse the analysis of the effect of Corporate Social Responsibility implementation, Liquidity, Profitability, Growth on Value of Manufacturing Company. The aims is to determine if Corporate Social Responsibility, Liquidity, Profitability, Growth significantly to th value of the company. The disclosure of Corporate Social Responsibility concerns about the environmental theme, the theme of energy, the theme of health and safety , other themes of labor, product theme, the theme of community involvement and a common theme.

The population in thi study are all manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange for the period 2013-2015 with a number of companies are 198 companies. Methods of sample selection is done according to the category. The results showed that: (1) Corporate Social Responsibility variable affects the company value , (2) the liquidity variable does not affect the company value , (3) profitability variable affect the company value, (4) growth variable does not affect the company value .

Keywords: Company Values; Corporate Social Responsibility; Liquidity; Profitability; and Growth.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang analisis pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan manufaktur. Tujuannya untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menyangkut tentang tema lingkungan, tema energi, tema kesehatan dan tema keselamatan kerja, tema lain tentang tenaga kerja , tema produk, tema keterlibatan masyarakat dan tema umum. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama per

iode 2013 - 2015 dengan jumlah perusahaan 198 perusahaan. Metode pemilihan sampel dilakukan dengan yang sesuai dengan kategori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (2) variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (3) variabel profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan, (4) variabel pertumbuhan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Nilai Perusahaan; Corporate Social Responsibility; Likuiditas; Profitabilitas; dan Pertumbuhan.

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis secara global mengalami kemajuan yang sangat meningkat. Ketika perusahaan tersebut semakin berkembang, maka tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan pun semakin meningkat di karenakan adanya aktivitas perusahaan yang tidak terkendali pada berbagai sumber daya dengan tujuan meningkatkan profit. Pada periode ini, masyarakat semakin berani untuk mengekspresikan berbagai tuntutan kepada pemerintah, tuntutan masyarakat tersebut kepada perusahaan kini juga semakin besar. Perusahaan dapat mewujudkan CSR dengan baik apabila perusahaan tersebut mampu menerapkannya secara berimbang antara stakeholder primer dan stakeholder sekunder. Nilai likuiditas mencerminkan kemampuan perusahaan yang tinggi dalam memenuhi kewajiban jangka pendek. Ukuran likuiditas perusahaan menggunakan *current ratio (CR)* terhadap perbandingan antara aktiva lancar (*current asset*) dengan hutang lancar (*current liabilities*). Untuk mengetahui likuiditas dari suatu perusahaan, pihak dari perusahaan tersebut bisa menganalisa dan menginterpretasikan hasilnya dengan mempergunakan teknik analisa rasio likuiditas.

Profitabilitas atau kemampuan memperoleh profit adalah suatu ukuran dalam proses yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Angka profitabilitas dinyatakan antara lain dalam angka laba sebelum atau sesudah pajak, laba investasi, pendapatan per saham, dan penjualan. Pertumbuhan yaitu seberapa besar perusahaan menempatkan diri terhadap sistem ekonomi secara keseluruhan atau sistem ekonomi untuk industri yang sama. Pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi kebijaksanaan struktur modal, kebijaksanaan deviden, dan kebijaksanaan kompensasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan nilai sekarang (*Present value*) dari *free cash flow* dimasa mendatang pada tingkat diskonto sesuai rata-rata tertimbang biaya modal.

Rumusan Masalah

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015 ?
2. Apakah likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 -2015 ?
3. Apakah profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015 ?

4. Apakah pertumbuhan mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015 ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015.
2. Untuk mengetahui apakah likuiditas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015.
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015.
4. Untuk mengetahui apakah pertumbuhan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 - 2015.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Stakeholder*

Teori *stakeholder* yang artinya merupakan kumpulan dari kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, komitmen dunia usaha dengan berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. teori *stakeholder* diawali dengan asumsi bahwa nilai (*value*) secara eksplisit dan tidak lain merupakan bagian dari kegiatan usaha. Teori ini menekankan pentingnya dalam mempertimbangkan kepentingan, kebutuhan dan pengaruh dari berbagai pihak yang terkait dengan kebijakan dan kegiatan operasi dari perusahaan, terutama dalam pengambilan keputusan. Dengan begitu diharapkan perusahaan akan mampu mensejahterakan *stakeholdernya* dalam suatu tingkatan tertentu, paling tidak sebagian besar dari *stakeholder*.

Corporate Social Responsibility.

Corporate Social Responsibility merupakan konsep yang saat ini banyak didengar oleh banyak pihak. CSR bukan sekedar kegiatan *voluntary*, dimana CSR meminta perusahaan dalam proses pengambilan keputusan harus sungguh-sungguh untuk menghitung akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*). Konsep CSR dalam tujuan perusahaan ialah mencari profit, oleh sebab itu CSR yaitu bagian dari operasi bisnis. Selain itu ada tujuan-tujuan lain perusahaan yaitu mencari laba (*profit*), mensejahterakan masyarakat (*people*) serta menjamin keberlangsungan kehidupan lingkungan.

Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pengungkapan CSR mempunyai manfaat yang sangat menguntungkan antara perusahaan dengan para *stakeholder*. Menurut Lako (2011) terdapat beberapa manfaat

ekonomi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi perusahaan antara lain :

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi perusahaan dalam jangka panjang.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatkan akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok dan konsumen.

Profitabilitas

Profitabilitas adalah hasil akhir bersih berbagai kebijakan dan keputusan oleh perusahaan menurut (Brigham & Houston, 2006). Dalam penggunaan rasio ini sebagai alat pengukur atas kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Demikian pula pada alat ukur *profitabilitas* perusahaan menunjukkan tingkat efektifitas manajemen secara menyeluruh dan secara tidak langsung oleh para investor dalam jangka panjang yang akan di gunakan untuk yang berkepentingan.

Manfaat Profitabilitas

Menurut Kasmir (2011) mengemukakan bahwa manfaat dari profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur profit yang diperoleh perusahaan dalam jangka waktu satu periode.
2. Untuk menilai posisi profit perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya profit sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan untuk modal pinjaman maupun modal sendiri.

Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang terdapat di laporan keuangan, terutama pada laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi.

Likuiditas

Likuiditas merupakan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan menggunakan aktiva lancar yang dimilikinya. Rasio ini menunjukkan faktor dari resiko – resiko yang di hadapi investor. Menurut Kasmir (2012) bahwa Likuiditas adalah rasio untuk menunjukkan atau mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajiban kepada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Likuiditas menggunakan *Current Ratio* dan *Quick Ratio*. *Current Ratio* adalah rasio yang menunjukkan besarnya kewajiban lancar yang ditutup dengan aktiva yang diharapkan akan dikonversi menjadi kas dalam jangka pendek. Rasio ini di hitung melalui cara membagi aktiva lancar dengan kewajiban lancar (Brigham dan Houston, 2001). Sedangkan pada *Quick Ratio* adalah rasio yang di hitung dengan membagi penjualan dan persediaan, yang berarti sebagai penjualan dibagi dengan persediaan.

Rasio likuiditas berfungsi untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya yang sudah jatuh tempo, baik kewajibannya pada pihak luar perusahaan (likuiditas badan usaha) maupun di dalam perusahaan (likuiditas perusahaan). Oleh sebab itu kegunaan rasio ini ialah untuk dapat mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban (utang) pada saat ditagih.

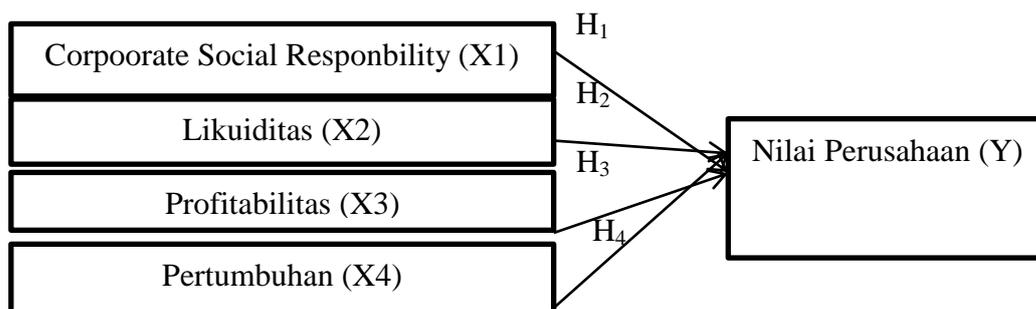
Pertumbuhan

Perusahaan yang tumbuh dengan cepat akan menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, tetapi perusahaan diwajibkan untuk lebih hati – hati, karena kesuksesan yang di peroleh akan menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap isu negatif. Terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan penting karena dapat merupakan sumber berita negatif yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mempertahankan, mengembangkan serta membangun kecocokan kualitas dan pelayanan dengan harapan konsumen.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham merupakan yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar. Nilai perusahaan diukur melalui kinerja perusahaan tersebut dihitung dengan *Tobin's q* sebagai kinerja pasar serta *Return on Equity* (ROE) sebagai kinerja keuangan. Rasio *Tobin's q* bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam *Tobin's q* memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, serta tidak hanya saham biasa saja ataupun tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan tetapi seluruh asset perusahaan. Jadi semakin tinggi nilai *Tobin's q* akan memberitahu bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik.

Kerangka Konseptual



Hipotesis 1 : Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.

Corporate social responsibility (CSR) menurut McWilliams dan Siegel (2001) mengungkapkan bahwa sebagai aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial, melebihi kepentingan perusahaan dan yang diwajibkan oleh hukum. kewajiban untuk melakukan tanggung jawab sosial kini bukan lagi menjadi beban oleh perusahaan, dikarenakan banyak manfaat yang dapat diperoleh perusahaan dari aktivitas CSR.

Hipotesis 2 : Pengaruh Likuiditas terhadap nilai perusahaan

Kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya akan direspon positif oleh investor hal ini sesuai dengan konsep *stakeholder theory*. Tingkat likuiditas yang tinggi, maka investor akan manaruh kepercayaan terhadap perusahaan, bahwa perusahaan tersebut dapat menjaga tingkat likuiditasnya, yang berarti perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik.

Hipotesis 3: Pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas merupakan hasil rasio yang bisa mewakili kinerja keuangan perusahaan, dimana meningkatnya kinerja keuangan perusahaan akan meningkatkan *return* yang didapatkan oleh investor. Profitabilitas yang meningkat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi untuk pemegang saham. Oleh sebab itu, akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Hipotesis 4 : Pengaruh Pertumbuhan terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan potensial yang meningkat memiliki kecenderungan untuk menghasilkan arus kas yang tinggi di masa yang akan datang dan kapitalisasi pasar yang tinggi sehingga akan menarik investor untuk menanamkan modalnya sehingga akan menaikkan harga saham yang akan berpengaruh terhadap meningkatnya nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori *stakeholder* yaitu masyarakat, pemerintah, investor.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Menurut Wijaya (2013) variabel penelitian dapat disamakan dengan sesuatu yang dapat digunakan untuk membedakan atau merubah nilai.

Variabel berdasarkan hubungannya dapat dikelompokkan menjadi beberapa variabel yaitu :

1. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi (stimulus) atau variabel yang nilainya tidak dipengaruhi oleh variabel lain.
2. Variabel terikat (dependen) adalah yang dipengaruhi atau variabel yang nilainya tergantung oleh perubahan variabel lain.
3. Variabel moderator adalah variabel yang berperan memperkuat atau memperlemah hubungan variabel independen dengan variabel dependen.
4. Variabel mediator adalah variabel perantara atau mediasi hubungan suatu variabel.

Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah penjelasan bagaimana kita mengukur variabel. Pengukuran – pengukuran tersebut dapat dilakukan dengan angka – angka atau atribut – atribut menurut (Hermawan, 2010).

Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini ialah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan dapat terlihat dari analisis laporan keuangan yang berupa rasio keuangan dan dari sisi perubahan harga saham. Dalam penelitian ini nilai perusahaan dapat diukur dengan *Tobin's q*. Dengan perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$Q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Variabel Independen

Di dalam penelitian ini variabel independennya adalah *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan.

1. *Corporate Social Responsibility*

Indikator yang digunakan untuk mengukur *Corporate Social Responsibility* dengan melalui variabel *scoring* ialah :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

Kemudian pengukuran dilakukan atas dasar pengungkapan masing – masing perusahaan yang dihitung dengan jumlah item yang sebenarnya diungkapkan perusahaan dengan jumlah semua item yang diungkapkan akan dinotasikan dalam rumus berikut ini :

$$CSD = \frac{n}{k}$$

2. Likuiditas

Likuiditas diukur dengan menggunakan *current ratio* (CR). *Current Ratio* merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar pada perusahaan. Hal ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Current\ Ratio = Aktiva\ lancar \div Hutang\ lancar$$

3. Profitabilitas

Profitabilitas dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$ROE = \frac{Net\ Income}{Equity} \times 100\%$$

4. Pertumbuhan

Pertumbuhan merupakan selisih antara total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pada periode sekarang dan periode sebelumnya terhadap total aktiva periode sebelumnya pada perusahaan dengan satuan prosentase. Formulasi pertumbuhan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Pertumbuhan\ perusahaan = \frac{Total\ Aktiva_t - Total\ Aktiva_{t-1}}{Total\ Aktiva} \times 100\%$$

Populasi dan penentuan sampel

Kriteria sampel yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013– 2015.
2. Mengungkapkan laporan tahunan lengkap selama tahun 2013 – 2015.
3. Mempunyai data lengkap yang berkaitan dengan *corporate social responsibility*, likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan dan nilai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini.

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan ialah data sekunder yaitu data laporan tahunan perusahaan manufaktur periode 2013 – 2015. Data yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari *Indonesian Market Directory* serta *annual report* yang didapat dari pusat data Universitas Dian Nuswantoro Semarang.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data perusahaan manufaktur yang *go public* yang mencakup periode 2013 -2015 dengan cara membuat daftar pengungkapan tanggung jawab sosial, likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan serta menghitung nilai perusahaan.

Metode Analisis

Uji Statistik deskripti

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil data sampel yang meliputi mean, median, maksimum, minimum, dan deviasi standar. Data yang diteliti dikelompokkan menjadi lima yaitu *Corporate Social Responsibility*, likuiditas, profitabilitas, pertumbuhan dan nilai perusahaan.

Tabel 4.2
Deskripsi variabel penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	198	0.0769	0.3974	0.2035	0.0741
CR	198	0.5139	13.8713	2.7742	2.4724
ROE	198	0.1008	142.3007	16.4941	21.6369
GROW	198	-0.1430	0.8304	0.1442	0.1594
TOBINSQ	198	0.1023	41.0068	2.6105	5.2884
Valid N (listwise)	198				

Uji Asumsi Klasik

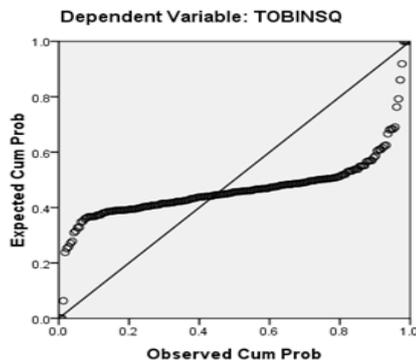
Penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang memiliki tujuan untuk menentukan model. Uji Asumsi Klasik yang digunakan meliputi :

Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Jika tidak sesuai maka uji statistik akan tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.48932602
Most Extreme Differences	Absolute	.102
	Positive	.102
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z		1.290
Asymp. Sig. (2-tailed)		.072

a. Test distribution is Normal.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas			
Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.947	1.056
	CR	.951	1.051
	ROE	.887	1.127
	GROW	.897	1.115

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pada model regresi diketahui nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan model regresi bebas dari multikolinieritas dan data layak digunakan dalam model regresi.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t -1 atau sebelumnya menurut (Ghozali, 2009). Uji Autokorelasi dapat dilakukan dengan cara uji Durbin-Watson (DW test). Pengambilan ada atau tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut :

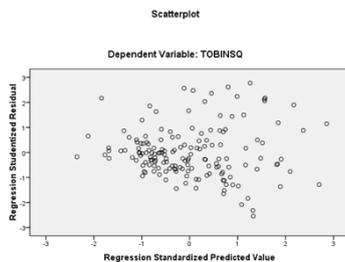
1. Bilaxnilai DW terletak antara batas (du) dan (4-du) maka koefisien autokorelasi sama dengan nol berarti tidak ada autokorelasi.
2. Bilaxnilai DW lebih rendah dari batas bawah (di), maka koefisien autokorelasi lebih dari nol berarti ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW lebih dari pada (4-dI), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari nol berarti ada autokorelasi negatif.
4. Bila nilai DW terletak antara batas atas (du) dan batas bawah (dI) atau DW terletak antara (4-du) dan (dI) maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dengan uji white maksudnya dengan meregresikan residual kuadrat sebagai variabel dependen dengan variabel dependen ditambah dengan kuadrat variabel independen, kemudian ditambah lagi dengan perkalian dua variabel independen. Dasra pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas yaitu :

1. Jika nilai $csquare$ hitung $< csquare$ tabel maka tidak terjadi heterokedastisitas.
2. Jika $csquare$ hitung $> csquare$ maka terjadi heterokedastisitas.

Uji Heterokedastisitas



Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.665 ^a	.442	.428	.4955997	2.150

a. Predictors: (Constant), GROW, CSR, CR, ROE
b. Dependent Variable: TOBINSQ

Hasil uji Durbin Watson menunjukkan bahwa nilai DW = 2,150 yang berada diantara du (1,77) dan 4-du (2,23). Hal ini berarti bahwa model-model regresi tersebut tidak memiliki masalah autokorelasi.

Uji Hipotesis

Analisis Regresi Linier Berganda

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian adalah pengujian dampak pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, Likuiditas, Profitabilitas, Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan. Model yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel – variabel secara spesifik terhadap nilai perusahaan dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan regresi dibawah ini :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

H1 : Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 1 penelitian ini adalah menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang diukur dengan 78 item diperoleh rata – rata sebanyak 0,235. Hal ini berarti bahwa rata-rata perusahaan telah mengungkapkan sebanyak 20,35% dari 78 item dalam annual report. Pengungkapan CSR terkecil adalah 0,0769 dan yang terbesar adalah 0,3974. Berdasarkan hasil pengujian diperoleh bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dimana diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,009 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa dalam hal ini perusahaan yang mengungkapkan CSR yang lebih luas akan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan.

H2: Pengaruh Current Ratio terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian dari sampel penelitian diperoleh rata-rata Current Ratio adalah sebesar 2,7742. Hal ini menunjukkan bahwa aktiva lancar perusahaan rata-rata mencapai 2,7742 dari hutang lancar yang dimiliki perusahaan. Perolehan rata-rata Current Ratio terendah sebesar 0,5178 dan nilai rata-rata Current Ratio tertinggi adalah sebesar 13,8713.

Hasil penelitian mengenai pengaruh Current Ratio terhadap nilai perusahaan ternyata tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Current Ratio tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan mengindikasikan bahwa Current Ratio yang tinggi mencerminkan besarnya aset lancar pada akhir periode dibanding kewajiban lancarnya..

H3: Pengaruh ROE terhadap Nilai Perusahaan

Hipotesis 3 penelitian ini adalah menguji pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan. Data variabel ROE menunjukkan rata – rata sebesar 16,4941%. Nilai ROE rata – rata sebesar 16,4941% menunjukkan bahwa sampel secara rata – rata mendapatkan hasil laba bersih sehingga 16,4941% dari ekuitas yang dimiliki perusahaan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ROE memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan dimana diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil ini menjelaskan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi secara signifikan akan meningkatkan nilai perusahaan.

H4: Pengaruh Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa pertumbuhan perusahaan (pertumbuhan aset) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Aset pertumbuhan merupakan variabel pertumbuhan perusahaan. Hasil penelitian ini mendapatkan rata-rata pertumbuhan aset penjualan sebesar 0,1442 atau aset tahun berjalan mengalami peningkatan hingga 14,42% dari aset tahun sebelumnya. Nilai pertumbuhan terkecil adalah -0,1430 atau terjadi penurunan jumlah aset dibanding aset pada tahun sebelumnya, dan

pertumbuhan aset terbesar adalah 0,8304. Hal ini menjelaskan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan aset yang besar justru memiliki berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam hal ini ada kemungkinan yang terjadi dimana peningkatan penjualan, dimana dengan adanya beberapa perusahaan mengalami peningkatan aset namun juga diikuti dengan semakin besarnya beban hutang yang dimiliki perusahaan. Pada peningkatan aset terkadang dapat meningkatkan laba sehingga dapat digunakan untuk memperkecil nilai hutang yang dimiliki perusahaan. Namun demikian jika peningkatan aset juga berkaitan dengan peningkatan beban hutang maka perusahaan juga akan direspon negatif yang mengakibatkan penurunan nilai perusahaan.

SIMPULAN

1. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang luas akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi.
2. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa likuiditas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan likuiditas yang besar akan memiliki nilai perusahaan yang rendah.
3. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa profitabilitas ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah positif. Perusahaan dengan ROE yang besar akan memiliki nilai perusahaan yang tinggi.
4. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Perusahaan dengan pertumbuhan yang besar akan memiliki nilai perusahaan yang rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afzal dan Rohmah. 2012. Pengaruh Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Ambadar, J. 2008. *CSR dalam Praktek di Indonesia*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo
- Anzlina, Cory Winda dan Rustam. 2013. "Pengaruh Tingkat Likuiditas, Solvabilitas, Aktivitas, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Real Estate dan Property di BEI Tahun 2006 – 2008". *Jurnal Ekonomi Volume 16 Nomor 2*.
- Agustine, Ira. 2014. "Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan". *FINESTA Volume 2 Nomor 1 Tahun 2014 Halaman 42-47*.
- Brigham, Eugenedan Joel F Houston. 2001. *Manajemen Keuangan II*. Jakarta : Salemba Empat.
- Brigham, E.F., Ehrhardt, M.C. 2005. *Financial Management Theory And Practice. Eleventh Edition*, South Western Cengage Learning, Ohio.
- Brigham, Eugene F and Joel F. Houston. 2006. *Dasar-Dasar manajemen Keuangan : Edisi sepuluh*. Ahli Bahasa : Ali Akbar Yulianto. Jakarta : Salemba Empat.

- Chariri dan Ghozali, Achmad. 2007. *Teori Akuntansi*. Yogyakarta : Andi
- Christiawan, Y.J dan J. Tarigan. 2007. Kepemilikan Manajerial : Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 1 Mei 2007 Halaman 1-8*.
- Crowther, David. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventis Publishing ApS.
- Diyah, Pujiati dan Widinar, Erman. 2009. “Pengaruh Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan : Keputusan Keuangan Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi Ventura Volume 12 Nomor 1 Halaman 71-86*.
- Ghozali, imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS edisi 4*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility : Edisi pertama*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Irawati, Susan. 2006. *Manajemen Keuangan*. Bandung : Pustaka.
- Kamil, Ahmad dan Antonius Harusetya. 2012. *Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Kegiatan Corporate Social Responsibility : Media Riset Akuntansi Halaman 1-17*.
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kast, Fremont E, & Rosenzweig James E. 2007. *Organisasi dan Manajemen*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kurniawan, Lintang. S.E. 2013. “Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia”. *GRADUASI Volume 31 Edisi November*. ISSN (Online): 2088-6594.
- Martono, dan Agus harjito. 2003. *Manajemen Keuangan : Edisi pertama, Cetakan ketiga*. Yogyakarta : Ekonisia.
- McWilliams,A. Dan D. Siegel. 2011. Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy Of Management Riview, 26(1):117-127*.
- Nurlela, Rika dan Islahuddin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak.
- Pramana, I Gusti Ngurah Agung Dwi. 2016. “ Pengaruh Profitabilitas dan Size Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR sebagai Variabel Pemoderasi”. *E-Jurnal Manajemen Unud Volume 5 Nomor 1*. ISSN (Online): 2302-8912.
- Saraswathi, Ida Ayu Anggawulan, I Gst. Bgs. Wiksuana, Henny Rahyuda. 2016. “Pengaruh Risiko Bisnis, Pertumbuhan Perusahaan dan Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Serta Nilai Perusahaan Manufaktur”. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. ISSN : 2337 – 3067.

- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan (4th ed Aplikasi)*. Yogyakarta : BPFPE.
- Sawir, Agnes. 2009. *Analisa Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan*. Jakarta : PT. Gramedia Pusat Utama.
- Sriwardany. 2007. "Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Kebijaksanaan Struktur Modal dan Dampaknya Terhadap Perubahan Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Tbk". *MDEPA Ekonomi* Volume 2 Nomor1.
- Subramanyam dan John J. Wild. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sudiani, Ni Kadek Ayu. 2016. "Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Pertumbuhan, dan Investment Opportunity Set Terhadap Nilai Perusahaan". *E-Jurnal Manajemen Unud* Volume 5 Nomor 7. ISSN (Online) : 2302-8912.
- Sugiono, Arief. 2009. *Manajemen Keuangan*. Jakarta : PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Suharto, Edi. 2007. *Kebijakan Sosial sebagai Kebijakan Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Sukada, Sonny dkk. 2007. *Membumikan Bisnis Berkelanjutan Memahami Konsep dan Praktik Tanggung Jawab Sosiak Perusahaan*, Buku I CSR for Better Life Indonesia Contex : *Cetakan I*. Jakarta : Indonesia Bisnis Links
- Syardiana, Gita, Ahmad Rodoni dan Zuwesty Eka Putri. 2015. "Pengaruh Investment Opportunity Set, Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Return On Asset Terhadap Nilai Perusahaan". *Akuntabilitas* Volume VIII Nomor 1 Halaman 39 – 46 Edisi April. P-ISSN : 1979-858X.
- Syafri Harahap, Sofyan. 2008. *Analisa Kritis atas Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Syamsuddin. 2009. *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Wahidahwati. 2002. "Pengaruh Kepemilikan Manajerial Kepemilikan Institusional Pada Kebijakan Hutang Perusahaan: Sebuah Perspektif Theory Agency". *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia* Volume 5 Nomor 1 Halaman 1-16.
- Wahyudi, Untung dan Hartini P. Pawestri. 2006. "Implikasi Struktur Kepemilikan Terhadap Nilai Perusahaan : Dengan Keputusan Keuangan sebagai Variabel Intervening. *Simposium Nasional Akuntansi (SNA) IX*. Padang.
- Wijaya, Tony. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Edisi pertama, Cetakan Pertama*. Jakarta : Graha Ilmu.

