

Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur

Desyi Erawati¹, Elloni Shenurti², Sutanti Nur Kholifah³

¹Universitas Tama Jagakarsa,

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta,

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi BPKP, Jakarta

¹desyierawati@jagakarsa.ac.id , ²elloni_shenurti@stei.ac.id , ³sutantinurk@gmail.com

***Abstract**– This study aims to determine and analyze the effect of Return on Assets (ROA), Return on Equity (ROE) and Corporate Social Responsibility (CSR) on firm value. This research was conducted at manufacturing companies by taking a sample of 20 companies listed on the Indonesia Stock Exchange with the period 2013-2017. The sampling technique was carried out by using purposive sampling method. The results of this study indicate, based on the analysis found that Return on Assets and Return on Equity are not significant to company performance, but CSR has an effect on firm value.*

***Keywords:** ROA, ROE, CSR and Company Value.*

I. PENDAHULUAN

Perusahaan adalah suatu lembaga dalam bentuk organisasi yang dioperasikan dengan tujuan untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat, tujuan didirikannya suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. Tujuan lain didirikannya suatu perusahaannya adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan tersebut. Perusahaan yang mampu menjaga nilai perusahaannya tetap tinggi akan mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya karena ketertarikan investor untuk terus menanam modalnya (Putri, dkk 2018). Istilah tanggung jawab sosial perusahaan atau yang lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan merupakan hal yang baru. Menurut Yasin *et al.* (2013) dalam melaksanakan operasi bisnisnya, perusahaan tidak hanya melihat dari aspek financial saja. Akan tetapi perusahaan juga harus menyadari dan memahami tentang tanggung jawab mereka atas dampak operasi bisnisnya terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Menurut Fombrun, Robert dan Dowling (Yang dan Baasdanorj, 2017) kegiatan CSR tidak hanya membangun modal reputasi tetapi juga meningkatkan kepercayaan publik, menyebabkan respon pasar positif terhadap kinerja keuangan.

Salah satu cara untuk mengukur nilai perusahaan adalah dengan mengukur kinerja dari perusahaan tersebut. Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan (Hadya, 2013; Suhartono & Yusra, 2019; Yusra, 2016; Yusra, Hadya, & Fernandes, 2017). Kinerja perusahaan merupakan suatu faktor penting untuk memperoleh informasi apakah perusahaan sudah mengalami perkembangan atau belum atau justru mengalami penurunan (Rafid, dkk 2019). Oleh karena itu, sebuah perusahaan memiliki tanggung jawab dalam menyusun perencanaan mengenai bagaimana cara memaksimalkan nilai perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap dipercaya dan diminati oleh para pemegang saham (Aisyatul Munawaroh, 2014).

Penelitian tentang faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh (Wahyu Ardimas dan Wardoyo, 2014) adalah semakin tinggi kinerja keuangan yang biasanya diproksikan dengan rasio keuangan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Melalui rasio-rasio keuangan tersebut dapat dilihat seberapa berhasilnya manajemen perusahaan mengelola aset dan modal yang dimilikinya untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Biasanya para *investor* melakukan peninjauan dengan melihat rasio keuangan sebagai alat evaluasi investasi. Dengan adanya rasio ini dapat mempererat hubungan kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan biasanya menggunakan analisis rasio keuangan. Rasio-rasio itu antara lain *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*.

Return On Asset (ROA) merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total aktiva yang ada. Menurut (Arif Kurnianto, 2016) memberikan kesimpulan *Return On Asset (ROA)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat dilihat dari total aktiva yang digunakan untuk operasi perusahaan mampu memberikan laba bagi perusahaan.

Return On Equity (ROE) merupakan rasio profitabilitas untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan modal yang ada. Dalam penelitian (Zuredah, 2010) *Return On Equity (ROE)* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, yang memberi arti bahwa semakin besar hasil yang didapat berarti semakin baiknya kinerja keuangan mencari laba dari modal yang dimiliki.

II. KAJIAN LITERATUR

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya yang terkait dan/atau terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Dari teori tersebut lahirlah konsep tanggungjawab sosial perusahaan (CSR). Berdasarkan asumsi dasar *stakeholder theory*, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya (Hadi, 2011).

Teori sinyal tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan. Sinyal dapat berupa promosi atau informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Sari dan Zuhrohtun, 2011 dalam Azli dan Azizi, 2014).

Dalam Indrawan (2011) *signaling theory* menekankan bahwa perusahaan pelapor dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pelaporannya. Sinyal tersebut diharapkan mampu diterima secara positif oleh pasar sehingga nantinya akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan implementasinya terhadap nilai perusahaan.

Dalam Azli dan Azizi (2014) teori kontingensi pada pemilihan sistem akuntansi oleh pihak manajemen tergantung pada perbedaan lingkungan perusahaan. Teori ini sangat penting sebagai media untuk menerangkan perbedaan dalam struktur organisasi. Variabel yang sering dipakai dalam bidang ini adalah organisasi, lingkungan, teknologi, cara pembuatan keputusan, ukuran perusahaan, struktur, strategi, dan budaya organisasi serta ketidakpastian, teknologi, industri, misi dan strategi *kompetitif* dan observabilitas. Dalam konteks penelitian ini akan digunakan variabel kontingen *Corporate Social Responsibility (CSR)* untuk melihat pengaruhnya terhadap hubungan antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan sebagai akibat dari desakan lingkungan di sekitar perusahaan. Maka teori kontingensi menjelaskan bahwa perusahaan tidak hanya memiliki kepentingan untuk memperoleh laba sebesar – besarnya. Perusahaan harus memperhatikan kepentingan masyarakat sehingga perusahaan akan memiliki nilai yang baik dimasyarakat. Dengan adanya nilai baik tersebut maka kinerja perusahaan akan menjadi baik.

Pengukuran Kinerja Keuangan

Menurut (Mamduh Hanafi, 2012) menyatakan bahwa “Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu”. Rasio profitabilitas akan menunjukkan kombinasi efek-efek dari likuiditas, manajemen aktiva dan utang dari hasil operasi. Dimana rasio profitabilitas dapat di gunakan untuk mengukur kinerja keuangan. Untuk mengukur profitabilitas perusahaan dapat dilakukan dengan menggunakan rasio profitabilitas dan dalam hal ini penulis menggunakan *Return on Asset (ROA)*, *Return on Equity (ROE)*, *Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai rasio yang akan digunakan.

Return on Asset (ROA)

Ardimas dan Wardoyo (2014) menyatakan bahwa *Return on Asset* (ROA) adalah salah satu bentuk rasio profitabilitas yang dimaksudkan untuk mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. Sedangkan (Sugiyono dan Untung, 2016) menyatakan bahwa “*Return on Asset* (ROA) adalah rasio yang mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh *asset* yang ada”. Atau rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan. *Return on Asset* (ROA) diperoleh dengan cara membandingkan net income terhadap total asset. Rasio ini bisa dihitung sebagai berikut (Wahyu Ardimas dan Wardoyo, 2014):

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Return on Equity (ROE)

Ardimas dan Wardoyo (2014) menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) adalah rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. Semakin tinggi *Return on Equity* (ROE) menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih. *Return on Equity* (ROE) digunakan untuk mengukur tingkat pengembalian perusahaan atau efektivitas perusahaan didalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan ekuitas (*shareholders' equity*) yang dimiliki perusahaan. Sedangkan menurut (Sugiono dan Untung, 2016) *Return on Equity* (ROE) dapat mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atau seluruh modal yang ada. *Return on Equity* (ROE) merupakan salah satu indikator yang digunakan pemegang saham untuk mengukur keberhasilan bisnis yang dijalani. Rasio ini dapat disebut juga dengan istilah Rentabilitas Modal Sendiri. Rumus *Return on Equity* (ROE) adalah sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

Corporate Social Responsibility (CSR)

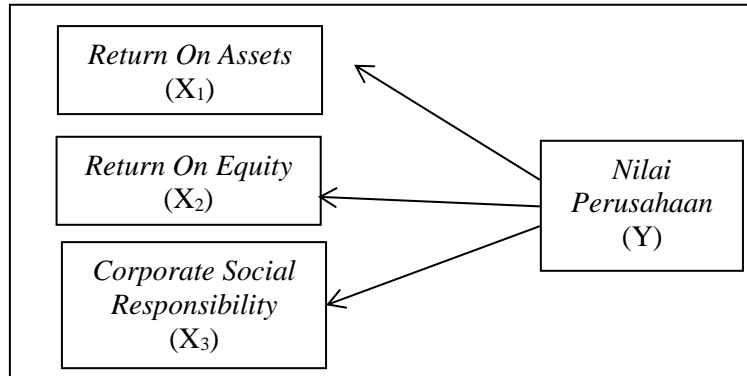
Corporate Social Responsibility (CSR) yang telah berkembang dan penerapannya telah merambah ke semua sektor perusahaan yang mengadopsi dan menjalankan konsep ini mendapatkan perhatian dari kalangan kreditor (secara khusus perbankan) dan kalangan investor (secara khusus dalam dunia pasar modal). Konsep CSR pada umumnya bertanggung jawab pada perusahaan tidak terhadap pemiliknya atau pemegang saham saja tetapi juga para stakeholder yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Sesuai dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya (Maiyarni et al., 2014).

Definisi *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) menurut (Lestari, 2013), “*Corporate Sosial Responsibility* (CSR) adalah sebagai tanggung jawab perusahaan baik ke dalam maupun ke luar perusahaan. Tanggung jawab ke dalam diarahkan kepada pemegang saham dan karyawan dalam wujud profitabilitas dan penumbuhan perusahaan, sedangkan tanggung jawab ke luar dikaitkan dengan peran perusahaan sebagai pembayar pajak dan penyedia lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat, serta memelihara lingkungan bagi generasi mendatang”.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) perusahaan dapat meningkatkan perhatian terhadap lingkungan, kondisi tempat kerja, hubungan perusahaan masyarakat, investasi sosial perusahaan, dan citra perusahaan di mata publik menjadi baik, meningkatkan kinerja keuangan perusahaan dan akses kapital. Dalam aktifitasnya setiap perusahaan akan berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Akibat dari interaksi itu menuntut adanya timbal balik antara perusahaan dan lingkungan sosialnya yang berimplikasi pada

timbulnya dampak sosial atas kegiatan operasi perusahaan pada lingkungannya. Sepanjang perusahaan menggunakan sumber daya manusia dan komunitas yang ada, maka perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghasilkan profit dan mengembalikan sebagian profit tersebut bagi masyarakat.

Berdasarkan uraian landasan teori di atas yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka kajian yang digunakan untuk memudahkan pemahaman konsep yang digunakan sebagai berikut



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

- X_1 : Return On Asset (ROA)
 X_2 : Return On Equity (ROE)
 X_3 : Corporate Social Responsibility (CSR)
 Y : Nilai Perusahaan

Dari gambar kerangka konseptual diatas, dijelaskan bahwa *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Tanggung jawab sosial dapat mempengaruhi keputusan investor untuk mengambil keputusan investasi dapat meningkatkan penghasilan perusahaan. Apabila kinerja keuangan *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE) di interaksikan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) diharapkan berdampak positif terhadap nilai perusahaan, sehingga benar-benar dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut (Sugiyono, 2014) berdasarkan hipotesis penelitian ini adalah :

- Return on Asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan (H_1).
 Berdasarkan penelitian Ayu Oktyas Putri (2015) yang menyatakan bahwa *Return on Asset* (ROA) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:
 H_{01} : *Return on Asset* (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. H_{a1} : *Return on Asset* (ROA) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan (H_2).
 Berdasarkan penelitian Aisyatul Munawaroh (2014) yang menyatakan bahwa *Return on Equity* (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:
 H_{02} : *Return on Equity* (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
 H_{a2} : *Return on Equity* (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan (H_3)
 Berdasarkan penelitian Wahyu Ardimas (2014) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:
 H_{03} : *Indexs Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
 H_{a3} : *Indexs Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Menurut Winarno (2011) penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu. Data kuantitatif biasanya disimpulkan dengan angka-angka. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 20 perusahaan. Selama lima tahun dari tahun 2013 sampai tahun 2017.

Dalam penelitian ini akan diuji apakah ada pengaruh antara *Return on asset* (ROA), *Return on equity* (ROE), *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan *Price to book value* (PBV) pada perusahaan manufaktur sektor food and beverage yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data yang digunakan yaitu laporan keuangan perusahaan manufaktur sektor food and beverage periode 2013 sampai dengan 2017. Data diambil melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel Dependen

Nilai Perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran dapat diukur dengan *Price to Book Value* (PBV). *Price to Book Value* (PBV) adalah perbandingan antara harga saham dan nilai buku (*book value*) yang diberikan pasar keuangan untuk mengukur nilai perusahaan. Semakin besar *Price to Book Value* (PBV) maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Rumus dari *Price to Book Value* (PBV) yaitu :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku Saham (BV)}}$$

$$BV = \frac{\text{Nilai Ekuitas}}{\text{Jumlah Lembar Saham Beredar}}$$

2. Variabel Independen

Variabel ini merupakan variabel yang menjadi sebab terjadinya perubahan atau mempengaruhi timbulnya variabel terikat. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Dengan berubahnya variabel independen, maka variabel dependen juga akan terpengaruh. Dalam penelitian ini ada beberapa variabel independen yang akan digunakan sebagai berikut:

1. Return On Assets (ROA)

Return On Assets (ROA) adalah rasio yang mengukur tingkat pengembalian dari bisnis atas seluruh *asset* yang ada. Rasio ini menggambarkan efisiensi pada dana yang digunakan dalam perusahaan (Wahyu Ardimas dan Wardoyo, 2014). Rasio ini bisa dihitung sebagai berikut:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}}$$

2. Return On Equity (ROE)

Return on Equity (ROE) adalah rasio antara laba bersih terhadap total *equity*. Semakin tinggi *Return on Equity* (ROE) menunjukkan semakin efisien perusahaan menggunakan modal sendiri untuk menghasilkan laba atau keuntungan bersih (Wahyu Ardimas dan Wardoyo, 2014). Rumus *Return on Equity* (ROE) adalah sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu komitmen pada perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat untuk menjalankan suatu bisnisnya dengan mengutamakan sosial, lingkungan, dan ekonomi untuk dapat menciptakan lingkungan yang baik (Lestari, 2013). Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR) menggunakan index yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{CSRDI} = \frac{\text{Jumlah Item informasi CSR yang diungkapkan} \times 100\%}{79 \text{ Item Informasi CSR}}$$

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dapat mencakup semua anggota kelompok orang, kejadian atau objek yang telah dirumuskan secara jelas. Sedangkan Sugiyono (2017) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Menurut Winarno (2011) penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu. Data kuantitatif biasanya disimpulkan dengan angka-angka. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun sebanyak 16 perusahaan. Selama lima tahun dari tahun 2013 sampai tahun 2017.

Arikunto (2013) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013) pengertian dari *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang berarti *purposive sampling* dipilih karena diketahui menjadi perwakilan dari total populasi atau diketahui bahwa itu akan menghasilkan kelompok serasi. Caranya adalah dengan memilih sampel dalam kaitannya dengan beberapa kriteria, yang dianggap penting bagi penelitian tertentu.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan didalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Statistik deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data dan menganalisis suatu statistik hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang diungkapkan oleh Sugiyono (2017) yaitu statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dalam statistik deskriptif penelitian ini, data diolah dan disajikan berdasarkan periode dan karakteristik data. Hasil pengolahan dan penyajian data tersebut juga dibandingkan untuk membantu memahami pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Statistik deskriptif yang disajikan meliputi nilai maksimum, minimum, rata-rata, standar deviasi, jumlah, dan proporsi yang dikelompokkan menurut variabel.

IV. HASIL PENELITIAN

Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada variabel bebas yang terdiri dari *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang mempengaruhi variabel terikat yaitu nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebaran data variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov* dan untuk perhitungannya menggunakan program SPSS 21 *for windows*. Hasil uji normalitas variabel penelitian 0,758 dapat disimpulkan residual berdistribusi normal, sehingga data ini dapat digunakan untuk melakukan uji hipotesis.

2. Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk pengujian ini digunakan fasilitas uji *Variance Inflation Factor* (VIF) yang terdapat dalam program SPSS versi 21. Analisis regresi berganda dapat dilanjutkan apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)-nya kurang dari 10 dan nilai tolerance-nya di atas 0,1. Hasil uji multikolinearitas tidak adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan gambar *scatter plot*. Hasil uji heteroskedastisitas tidak ada kesamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear.

4. Uji Autokorelasi

Hasil perhitungan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,904 yang berarti nilainya diantara $du < dw < 4 - du$ dimana $du = 1,7859$ dan $4 - du = 4 - 1,7859 = 2,2141$. Hal ini menunjukkan tidak ada autokorelasi.

Pengujian Hipotesis

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Diperoleh model persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = (-0,666) + 0,747 X_1 - 0,016 X_2 + 0,485 X_3 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y	= Nilai Perusahaan
X_1	= <i>Return on Asset</i> (ROA)
X_2	= <i>Return on Equity</i> (ROE)
X_3	= <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)
ε	= Pengganggu

Penjelasan dari nilai α , β_1 , β_2 , β_3 , β_4 , β_5 pada *Unstandardized Coefficients* tersebut dapat dijelaskan dibawah ini.

- Nilai *B Constant* (α) = -0,666 = konstanta
Nilai konstanta ini menunjukkan bahwa apabila tidak ada nilai variabel bebas yaitu *Return on Asset*, *Return on Equity*, *Corporate Social Responsibility* maka nilai perusahaan yang dilihat dari nilai Y tetap sebesar -0,666.
- Nilai $\beta_1 = 0,747 = \text{return on asset}$
Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *return on asset* sebesar 1 satuan, maka perubahan nilai perusahaan yang dilihat dari nilai Y akan meningkat sebesar 0,747 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- Nilai $\beta_2 = -0,016 = \text{return on equity}$
Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *return on equity* sebesar 1 satuan, maka perubahan nilai perusahaan yang dilihat dari nilai Y akan menurun sebesar -0,016 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.
- Nilai $\beta_3 = 0,485 = \text{corporate social responsibility}$
Koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan *corporate social responsibility* sebesar 1 satuan, maka perubahan nilai perusahaan yang dilihat dari nilai Y akan meningkat sebesar 0,485 dengan asumsi variabel lain dianggap tetap.

2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Angka R Square sebesar 0,609 atau 60,9 %. Hal ini menunjukkan terjadi hubungan yang sedang atau cukup kuat antara Variabel Independen yakni *Return on Asset* (ROA), *Return On Equity* (ROE), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap variabel dependen nilai perusahaan *Price To Book Value* (PBV).

Nilai R^2 (R Square) adalah 0,609 atau 60,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV) dapat dijelaskan oleh variabel independen yakni *Return on Asset* (ROA), *Return on Equity* (ROE), dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 60,9%. Sedangkan selebihnya yaitu sebesar 39,1% dapat dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

3. Hasil Uji Signifikan Parsial (t-test)

Uji t dapat dilakukan dengan melihat nilai koefisien t maupun koefisien sig. untuk mengetahui tingkat signifikansi korelasi variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Hasil uji secara parsial

(uji t) dapat terlihat sebagai berikut:

a. Uji parsial pengaruh variabel Return on Asset (ROA) terhadap nilai perusahaan

Pengaruh variabel *Return on Asset* (ROA) terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,000 < 0,05$, maka H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak. Variabel *Return on Asset* (ROA) mempunyai t_{hitung} yakni 4,256 dengan $t_{tabel}=2,030108$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel *Return on Asset* (ROA) memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *Return on Asset* (ROA) mempunyai hubungan yang searah dengan nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan *Return on Asset* (ROA) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

b. Uji parsial pengaruh variabel Return on Equity (ROE) terhadap nilai perusahaan

Variabel *Return on Equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan yang signifikan sebesar 0,008. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,008 < 0,05$, maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Variabel *Return on Equity* (ROE) mempunyai t_{hitung} yakni -2,797 dengan $t_{tabel}=2,030108$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel *Return on Equity* (ROE) memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan. Nilai t negatif menunjukkan bahwa *Return on Equity* (ROE) mempunyai hubungan yang berlawanan arah dengan nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan *Return on Equity* (ROE) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

c. Uji parsial pengaruh variabel Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan

Pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,005. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,005 < 0,05$, maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai t_{hitung} yakni 2,971 dengan $t_{tabel}=2,030108$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki kontribusi terhadap nilai perusahaan. Nilai t positif menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) mempunyai hubungan yang searah dengan nilai perusahaan. Jadi dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Nilai koefisien F maupun sig menunjukkan tingkat signifikansi korelasi variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat Hasil uji secara simultan (Uji F) dapat terlihat sebagai berikut:

nilai F_{hitung} adalah 49,580 dengan nilai sig. 0,000. Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($49,580 > 2,64$) dan Nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka H_{a6} diterima dan H_{o6} ditolak artinya variabel bebas Return On Asset (X_1), Return On Equity (X_2), dan Corporate Social Responsibility (X_3) secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan dan Analisis Hasil Penelitian

Pengaruh Return on Assets (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian mengenai pengaruh *return on assets* terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,256 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,000 dan nilai beta yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,589. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi dibawah 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa *return on assets* (ROA) mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hal ini berarti H_{a1} diterima. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Ryzga Al'akbar (2016), Ayu Oktyas Putri (2015), dan Putri Yanindha Sari (2017) yang menyatakan bahwa *return on assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran asset dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dalam hal ini *return* saham satu tahun kedepan.

Pengaruh Return on Equity (ROE) terhadap Nilai Perusahaan

Salah satu perusahaan beroperasi adalah menghasilkan laba yang bermanfaat bagi para pemegang saham. Ukuran dari keberhasilan pencapaian alasan ini adalah angka ROE yang berhasil dicapai. Semakin besar *return on equity* (ROE) mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham. Hal ini berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hasil pengujian pengaruh *return on equity* (ROE) terhadap nilai perusahaan menunjukkan nilai t hitung sebesar -2,797 dengan probabilitas signifikansi adalah 0,008 dan nilai beta yang dihasilkan adalah negatif sebesar -0,379. Hal tersebut menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi dibawah 0,05. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa *return on equity* (ROE) mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif dan signifikan. Hal ini berarti H_{a2} diterima. Hasil Penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kusumawardani (2010) yang menyatakan bahwa *return on equity* (ROE) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menyatakan bahwa manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mengoreksi kembali prospek kegiatan yang dijalankan perusahaan agar lebih produktif. Sehingga para pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih besar dari biaya modalnya.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Dalam UU perseroan terbatas No 40 tahun 2007, bahwa perusahaan pasti melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan mengungkapkannya, apabila tidak melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka perusahaan akan terkena sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan sehingga dianggap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian diketahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil nilai t sebesar 2,971 dengan signifikansi sebesar 0,005 dan nilai beta yang dihasilkan adalah positif sebesar 0,212. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 tersebut menandakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor merespon atas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini mendukung Andi Ayu Frihatni (2014) yang mengemukakan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

V. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Return on Assets* (ROA) mempengaruhi nilai perusahaan secara positif dan signifikan. Hasil yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earnings power* semakin efisien perputaran *asset* dan atau semakin tinggi profit margin yang diperoleh oleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan dalam hal ini *return* saham satu tahun kedepan.
2. *Return on Equity* (ROE) mempengaruhi nilai perusahaan secara negatif dan signifikan. Hal ini menyatakan bahwa manajemen perusahaan tidak berhasil meningkatkan nilai perusahaan bagi pemilik perusahaan sesuai dengan tujuan manajemen keuangan memaksimalkan nilai perusahaan. Untuk itu perusahaan harus mengoreksi kembali prospek kegiatan yang dijalankan perusahaan agar lebih produktif. Sehingga para pemegang saham akan merasakan keuntungan yang lebih besar dari biaya modalnya.
3. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa investor merespon atas pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang telah dilakukan oleh perusahaan. Penelitian ini mendukung Andi Ayu Frihatni (2014) yang mengemukakan hasil bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dimana semakin tinggi tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengakibatkan peningkatan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardimas, W. dan Wardoyo. 2014. Pengaruh Kinerja Keuangan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public Yang Terdaftar di BEI. *BENEFIT: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 18(1): 57-66.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Azli, Mohd Noor, Azizi & Noor. 2014. Pelaporan Keuangan Menerusi Internet: Perspektif Teori Kontingensi, *Jurnal Kemanusiaan Bil 14 Dis 2009*, Malaysia.
- Hadi, N. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu: Yogyakarta
- Hadya, R. 2013. Pengaruh Harga dan Risiko Saham Terhadap Likuiditas Saham Pada Perusahaan-

- Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal KBP* 1(2): 208–231.
- Indrawan, D C. 2011, Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang.
- Putri, H T. 2018. Pengaruh Earning Per Share (EPS) Dan Price Book Value (PBV) Terhadap Harga Saham Pada Industri Retail Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013- 2016. *J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 3(2): 197.
- Rafid, Abdul Gaffar, Hotman Tohir Pohan, dan Ice Nasyrah Noor. 2019. Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti* 4(2): 246.
- Yang, Ann Shawing, And Suvd Baasdanorj. 2017. Exploring CSR And Financial Performance Of Full-Service And Low-Cost Air Carriers. *Finance Research Letters* 23 (November): 291–99. <https://doi.org/10.1016/J.Frl.2017.05.00>
- Maiyarni, R., Susfayetti, & Erwati, M. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2012, 6(1), 79–94. <https://doi.org/10.18860/em.v4i1.2329>
- Mamduh M. Hanafi. 2012. *Manajemen Keuangan*. Edisi Pertama, BPFE: Yogyakarta.
- Munawaroh, Aisyatul. 2014 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 3 (4).
- Sugiono. 2016. *Metode Dalam Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. PT Alfabet: Bandung.
- Winarno Wahyu, Wing. 2011. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.