

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil**

##### **4.1.1 Deskripsi Umum**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk menguji ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan melalui akses [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan kriteria yang telah ditentukan. Sampel dipilih bagi perusahaan Manufaktur yang menyajikan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, seperti dalam laporan tahunan, terdapat adanya informasi mengenai ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan pengungkapan CSR untuk mengukur nilai perusahaan. Adapun mengenai rincian sampel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini.

**Tabel 4.1**  
**Rincian Sampel Penelitian**

<b>NO</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Jumlah</b>
1.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia pada periode 2014- 2016.	138
2.	Perusahaan yang tidak masuk kriteria sampel : a. Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan tahunan ( annual report) dan laporan keuangan ( summary of financial statement) dalam website BEI 2014- 2016. b. Menyajikan laporan keuangan yang tidak lengkap tahun 2014-2016 c. Perusahaan Manufaktur yang tidak menyediakan data laporan keuangan dalam bentuk mata uang rupiah	(32) (18) (40)
3.	Jumlah sampel Terseleksi	48
4.	Total keseluruhan sampel selama 3 tahun (48 x 3)	<b>144</b>

Sumber : [www.idx.com](http://www.idx.com) dan data diolah .

Tabel 4.1 menunjukkan jumlah keseluruhan perusahaan manufaktur selama periode 2014-2016. Perusahaan yang tidak mempublikasikan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keuangan (*summary of financial statement*) dalam website BEI 2014-2016 sebanyak 40 perusahaan. Perusahaan yang tidak mengungkapkan lengkap data laporan keuangan atau data yang berkaitan dengan variabel penelitian (keseluruhan data tersedia pada publikasi selama periode 2014 sampai 2016) sebanyak 18 perusahaan. Jadi, total observasi penelitian selama 3 tahun sebanyak 144 perusahaan.

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Statistik Deskriptif

Tabel 4.2 menunjukkan hasil statistik deskriptif dari variabel-variabel dalam penelitian ini. Informasi mengenai statistik deskriptif tersebut meliputi : Nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Statistik deskriptif untuk variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut :

**Tabel 4.2**  
**Uji Statistics Descriptive**

**Descriptive Statistics<sup>a</sup>**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	144	9,45	,44,68	17,7071	4,00429
Ukuran Perusahaan	144	1,12	8,28	4,5824	,1,54449
CSR	144	,11	5,79	2,6879	1,32939
Nilai Perusahaan	144	-56750	1,34240	0595714	15851740
Valid	144				

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa dari jumlah 144 perusahaan Manufaktur dengan 100 pengamatan selama periode pengamatan (2014 - 2016) dapat disimpulkan bahwa Nilai perusahaan (variabel dependen) memiliki nilai minimum sebesar-56750 nilai perusahaan ini dapat dikatakan baik karena tingkat harga sahamnya cenderung meningkat dari tahun ke tahun jika

dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga menyebabkan kinerja perusahaan tersebut meningkat dan nilai maximum sebesar 1,34240 nilai perusahaan ini dapat dikatakan baik karena perusahaan mengalami peningkatan dari tahun ke tahun karena nilai harga saham merupakan nilai terbesar jika dibandingkan dengan perusahaan lain, hal ini menjelaskan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dengan nilai rata-rata nilai perusahaan sebesar 17,7071 sedangkan nilai standard deviasi sebesar 4,00429 di atas nilai rata-rata sebesar 4,00429. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan antara nilai maksimum dan nilai minimum nilai perusahaan yaitu tinggi bila dibandingkan dengan nilai rata-rata dengan jumlah sampel perusahaan.

Pada variabel Kinerja Keuangan (variabel independen) memiliki nilai minimum sebesar 1,12 yaitu hal ini menjelaskan bahwa kinerja keuangan kurang baik karena menunjukkan nilai asset perusahaan rendah dan nilai maximum sebesar 8,28 hal ini menjelaskan bahwa perusahaan yang mendapatkan nilai maksimum kinerja perusahaannya sangat baik karena Profitabilitas dikatakan baik apabila nilai asset yang didapat besar, sedangkan nilai standard deviasi sebesar 1,54449 di bawah nilai rata-rata sebesar 4,5824. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan antara nilai maksimum dan nilai minimum Profitabilitas yaitu rendah bila dibandingkan dengan nilai rata-rata dengan jumlah sampel perusahaan.

Pada variabel ukuran perusahaan (variabel independen) memiliki nilai minimum sebesar 9,45. Nilai minimum 9,45 dikatakan kurang baik karena ukuran perusahaan dikatakan baik apabila semakin besar total aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan maka kinerja perusahaan tersebut akan semakin baik dan nilai maximum sebesar 44,68 nilai maximum yang didapatkan menjelaskan bahwa kinerja keuangan tersebut dikatakan baik karena dengan aset tinggi berarti perusahaan tersebut semakin *solvable*, perusahaan memiliki modal yang cukup. guna menjalankan usahanya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang diperoleh sehingga akan terjadi kenaikan pada harga saham. Nilai rata-rata ukuran perusahaan sebesar 17,7071, sedangkan nilai standard

deviasi sebesar 4,00429 di atas nilai rata-rata sebesar 17,7071. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan antara nilai maksimum dan nilai minimum ukuran perusahaan yaitu rendah bila dibandingkan dengan nilai rata-rata dengan jumlah sampel perusahaan.

Pada variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) (variabel independen) memiliki nilai minimum sebesar 0,11. Nilai minimum 0,11 dikatakan sangat baik karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) dikatakan baik apabila semakin sering perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) maka kinerja bank tersebut akan semakin baik dan nilai maximum sebesar 5,79. Nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebesar 2,6879, sedangkan nilai standard deviasi sebesar 1,32939 di bawah nilai rata-rata sebesar 2,6879. Hal ini menunjukkan bahwa kesenjangan antara nilai maksimum dan nilai minimum *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu sangat rendah bila dibandingkan dengan nilai rata-rata dengan jumlah sampel perusahaan.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas Data

Menurut Imam Ghozali (2011:160), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi). Uji statistik dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.3**  
**Uji Normalitas Data**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		unstandardized
N		144
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	17,71
	Std. Deviation	4,004
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,092
	Negative	-,074
Kolmogorov-Smirnov Z		1,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,177

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber : Data sekunder diolah dengan SPSS v20

Hasil Uji Normalitas dengan menggunakan uji *one sampel kolmogorov-smirnov* yang dipaparkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *signifikan statistic (two-tailed)* untuk variabel nilai perusahaan (0.089) dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1.247. CSR (0.284) dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0.987, Ukuran perusahaan (0.869) dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar -,074 dan Profitabilitas (0.177) dengan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1.101. Dari hasil tersebut terlihat bahwa nilai signifikan dengan uji *one sampel kolmogorov-smirnov* untuk semua variabel lebih besar dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

#### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Menurut Ghazali (2011:105) uji ini bertujuan menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

**Tabel 4.4**  
**Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	Ukuran	,950 1,053
	Profitabilitas	,952 1,050
	CSR	,958 1,044

a. Dependent Variable: Nilai\_perusahaan

Berdasarkan uji multikolinieritas diatas, dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (X1) memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 (10%) yaitu sebesar 0,950 (95,0%), Kinerja Keuangan (X2) memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 (10%) yaitu sebesar 0,952 (95,2%) dan CSR (X3) memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 (10%) yaitu

sebesar 0,958 (95,8%). Dan hasil dari perhitungan *varian inflation factor* (VIF) menunjukkan ukuran perusahaan (1,053), Kinerja Keuangan (1,050) dan CSR (1,044). Dimana jika nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terdapat korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas (Ghozali, 2011:105).

### 4.3.3 Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2011:139). Adapun uji ini menggunakan model uji *Glejser* dengan hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.5**  
**Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,427	,751		3,233	,002
1 Ukuran	,024	,033	,062	,722	,472
profitabilitas	,067	,084	,069	,796	,427
CSR	,015	,098	,014	,158	,874

a. Dependent Variable: ABRESID

Dalam pengujian heteroskedastisitas untuk variabel dependennya nilai perusahaan dilakukan Abtesid terlebih dahulu alasannya karena nilai dependennya bersifat negatif sehingga perlu dinormalkan atau data berubah menjadi positif terlebih dahulu agar nilai semua koefisien terbebas dari heteroskedastisitas. Berdasarkan dari tabel diatas terlihat bahwa variabel ukuran perusahaan, Kinerja Keuangan dan CSR memiliki nilai signifikan  $> 0,05$  (0,472; 0,427; 0,874;  $> 0,05$ ). Artinya bahwa semua variabel memenuhi syarat terhindar dari heteroskedastisitas. Kesimpulan : data terhindar dari

heteroskedastisitas karena variabel lebih banyak yang memiliki signifikan  $> 0,05$ .

#### 4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya) (Ghozali, 2011:110). Penelitian ini menggunakan Run Test. Dengan hasil uji sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,042 <sup>a</sup>	,002	-,020	,160	1,152

a. Predictors: (Constant), CSR, profitabilitas, ukuran

b. Dependent Variable: Nilai\_perusahaan

Hasil output SPSS menunjukkan bahwa Nilai DW (Durbin Watson) adalah  $Du < d < 4 - do$  1.152 dengan diperoleh nilai  $dL$  0,8230 dan  $dU$  2,0300. Karena nilai DW (Durbin Watson) 1.152 berada diantara nilai  $dL$  0,8230 dan  $dU$  2,0300, maka dapat disimpulkan bahwa model ini memiliki gejala autokorelasi positif.

#### 4.4 Uji Hipotesis

##### 4.4.1 Model Regresi Linier Berganda

Pengujian dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda dengan  $\alpha = 5\%$ .

Hasil pengujian disajikan pada Tabel 4.7 berikut ini:

**Tabel 4.7**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	302	1,841		162	,871
1					
Ukuran	,267	,130	,330	2,064	,047
profitabilitas	-175	128,	-,238	-1,360	,183
CSR	,190	,058	,545	3,426	,002

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Variabel dependen pada regresi ini adalah nilai perusahaan(Y), sedangkan variabel independen adalah ukuran perusahaan(X1), kinerja keuangan (X2) dan CSR (X3). Model regresi berdasarkan hasil analisis di atas adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 0.302 + 0,267 X_1 - 0.175 X_2 + 0.190 X_3 + e$$

Adapun interpretasi dari persamaan tersebut yaitu, sebagai berikut :

1. Nilai konstanta adalah 0.302 artinya jika variabel ukuran perusahaan, Kinerja Keuangan dan CSR bernilai 0, maka akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0.302.
2. Nilai koefisien ukuran perusahaan adalah + 0.267 artinya setiap kenaikan ukuran perusahaan akan menaikkan nilai perusahaan sebesar 0.267.
3. Nilai koefisien Kinerja keuangan adalah - 0.175 artinya setiap pengurangan profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.175.
4. Nilai koefisien CSR adalah +0.190 artinya setiap kenaikan atau penambahan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0.190.

#### 4.4.2 Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa besar korelasi atau hubungan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen. Koefisien korelasi dikatakan kuat apabila nilai R berada di atas 0,5 dan mendekati 1. Koefisien determinasi (*R square*) pada intinya mengukur

seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai *R square* adalah nol sampai dengan satu. Apabila nilai *R square* semakin mendekati satu, maka variabel-variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Sebaliknya, semakin kecil nilai *R square*, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen semakin terbatas. Nilai *R square* memiliki kelemahan yaitu nilai *R square* akan meningkat setiap ada penambahan satu variabel independen meskipun variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.8**  
**Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,042 <sup>a</sup>	,002	-,020	,160	1,152

a. Predictors: (Constant), CSR, profitabilitas, ukuran

b. Dependent Variable: Nilai\_perusahaan

Dari tampilan output SPSS 20 terlihat bahwa besarnya nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,042. Hal ini berarti 04,2% menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara nilai perusahaan dengan variabel independennya (ukuran perusahaan, Kinerja Keuangan dan CSR) lemah. Angka *R square* atau koefisien determinasi adalah 0,022. Hal ini berarti 2,2 % variabel bebas (ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR) mempengaruhi variabel dependen (nilai perusahaan), sedangkan sisanya -,020% oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini (Ghozali, 2011).

#### 4.4.3 Uji Statistik F

Pengujian dilakukan untuk menjawab model kelayakan hipotesis penelitian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji F pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha$  sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila  $F_{hitung}$

$> F_{\text{tabel}}$  Maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini dan sebaliknya apabila  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  Maka Model dikatakan tidak layak, atau dengan signifikan (Sig)  $< 0,05$  maka model dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini dan sebaliknya apabila signifikan (Sig)  $> 0,05$  maka model dinyatakan tidak layak digunakan.

**Tabel 4.9**  
**Uji F ( f - Test )**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	14,451	3	481	7,050	,001 <sup>b</sup>
1 Residual	21,863	32	683		
Total	36,315	35			

a. Dependent Variable: Nilai\_perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR, profitabilitas, ukuran

*Sumber : Data sekunder diolah dengan SPSS v20*

Dari tabel tersebut terlihat bahwa  $F_{\text{hitung}}$  sebesar 7,050 sedangkan  $F_{\text{tabel}}$  diperoleh melalui tabel F ( $Dk = k-1$ ,  $Df : n-k-1$ ) sehingga  $Dk : 3-1 = 2$  dan  $Df : 144-3-1 = 140$  maka diperoleh nilai  $F_{\text{tabel}}$  sebesar 2,27 artinya  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $7,050 > 2,27$ ) dan tingkat signifikan sebesar  $0,01 < 0,05$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak dan bermakna model layak dan penelitian dapat diteruskan ke penelitian selanjutnya.

#### 4.4.4 Uji Statistik T

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha$  sebesar 0,05 dari hasil output SPSS yang diperoleh, apabila  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ , Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya apabila  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ , Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, atau dengan signifikan (Sig)  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya apabila signifikan (Sig)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan hasil uji sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji T ( t – Test )**

*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	302	1,841		162	0,871
Ukuran	,267	,130	,330	2,064	,047
profitabilitas	-175	128,	-,238	-1,360	,183
CSR	,190	,058	,545	3,426	,002

*Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS*

Dari tabel tersebut terlihat bahwa terdapat  $t_{hitung}$  untuk setiap variabel sedangkan  $t_{tabel}$  diperoleh melalui tabel T ( $\alpha$ : 0.05 dan df : n-K) sehingga  $\alpha$  : 0.05 dan Df :  $144 - 3 = 141$  maka diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 0,05

Berdasarkan hasil pengujian pada table diatas dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan  
Variabel Ukuran Perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,047 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
2. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan  
Variabel Kinerja Perusahaan memiliki nilai signifikan sebesar  $0,183 > 0,05$  dapat disimpulkan bahwa Kinerja Keuangan tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.
3. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan  
Variabel CSR memiliki nilai signifikan sebesar  $0,002 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

## **4.5 Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai perusahaan dapat diprediksikan oleh kombinasi penggunaan variabel ukuran perusahaan (X1), kinerja keuangan(X2) dan CSR (X3) yang dapat ditunjukkan oleh hasil uji regresi. Hal ini berarti bahwa nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel ukuran perusahaan (X1), kinerja keuangan (X2) dan CSR(X3).

### **4.5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi perataan laba di Indonesia sendiri banyak berdiri perusahaan-perusahaan, baik yang berukuran besar maupun kecil. Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Karena Besar kecilnya suatu perusahaan dapat tidak dinilai dari total aset yang dimiliki. Perusahaan besar terutama yang sudah go public cenderung lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan.

Hal tersebut berdampak pada semakin sedikit kemungkinan perusahaan tersebut menjalankan praktik peralatan laba. Perhatian yang besar dari masyarakat luas menyebabkan manajemen perusahaan bersifat berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan. (Halim, 2015).

Hal penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian dari Setyaningtyas (2014) yang menyatakan perusahaan-perusahaan yang lebih besar atau telah go public cenderung kurang memiliki dorongan untuk melakukan peralatan laba dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan-perusahaan besar tersebut diperhatikan oleh masyarakat luas.

Selain itu Rahmawati (2012) menyebutkan bahwa perusahaan yang berukuran kecil akan cenderung untuk melakukan praktik perataan laba dibandingkan dengan perusahaan besar, hal tersebut dikarenakan perusahaan besar cenderung mendapatkan perhatian yang lebih besar dari analisis dan investor di bandingkan perusahaan kecil. Dalam penilaian yang dilakukan oleh

setyaningtyas (2014) dan mambruku (2014) yang menyatakan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai perusahaan.

#### **4.5.2 Pengaruh kinerja keuangan Terhadap Nilai Perusahaan**

Kinerja keuangan adalah gambaran setiap hasil ekonomi yang mampu di raih oleh perusahaan pada periode tertentu melalui aktivitas-aktivitas perusahaan untuk menghasilkan keuntungan secara efisien dan efektif, yang dapat diukur perkembangannya dengan mengadakan analisis terhadap data-data keuangan yang tercermin dalam laporan keuangan. Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa variabel kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Secara garis besar, laba yang dihasilkan perusahaan dari tingkat penjualan, asset, dan modal. Rasio yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kinerja keuangan yang dapat menjadi alat untuk mengukur tingkat keefisienan dan keefektifitasan kinerja keuangan suatu perusahaan yang berpengaruh dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Tinggi rendahnya nilai perusahaan menjadi tolak ukur dalam investor berinvestasi yang menggambarkan nilai pasar suatu perusahaan dalam meningkatkan daya tarik para investor. Nilai perusahaan dapat diukur dengan PER. Tetelepta (2011) menyatakan profit yang tinggi akan memberikan indikasi prospek perusahaan yang baik sehingga dapat memicu investor untuk ikut meningkatkan permintaan saham. Selanjutnya dengan permintaan saham yang meningkat akan menyebabkan nilai perusahaan akan meningkat.

#### **4.5.3 Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan**

*Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum diartikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktek yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara

berkelanjutan. Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Perusahaan tidak hanya memandang laba sebagai satu-satunya tujuan dari perusahaan tetapi ada tujuan yang lainnya yaitu kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, karena perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham. Disamping kinerja keuangan yang akan dilihat investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi dalam suatu perusahaan, adanya pengungkapan item CSR dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai plus yang akan menambah kepercayaan para investor, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan.

Para konsumen akan lebih mengapresiasi perusahaan yang mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) dibandingkan dengan perusahaan yang tidak mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR), mereka akan membeli produk yang sebagian laba dari produk tersebut disisihkan untuk kepentingan sosial lingkungan, misalnya untuk beasiswa, pembangunan fasilitas masyarakat, program pelestarian lingkungan, dan lain sebagainya.

Hal ini akan berdampak positif terhadap perusahaan, selain membangun image yang baik di mata para Agency karena kepedulian perusahaan terhadap sosial lingkungan, juga akan menaikkan laba perusahaan melalui peningkatan penjualan. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (earning) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan.