

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *LEVERAGE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Pipit Putri Hariani

Dosen Prodi Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara Medan, Indonesia Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20221
(Email: pipitputri@umsu.ac.id)

Abstract

The purpose of this research is to analyze the influence of corporate social responsibility and leverage on the value of the firm in Jakarta Islamic Index in the years 2013 – 2016. Population in this research are all companies (65 companies) that listed in Jakarta Islamic Index during years 2013 – 2016. Samples are taken by using purposive sampling method. I used 8 companies during 4 years starting 2013 – 2016, so total observation in this research are 32 observations. The using of analyzing method is by multiple regression linier simultaneously and partially with significant level 5%. The result of this research, show that the corporate social responsibility and leverage, influence value of the firm simultaneously. But only Leverage that significantly influence value of the firm partially. Meanwhile, Leverage influence but do not significantly value of the firm significantly in the companies listed Jakarta Islamic Index observation period in the years 2013 – 2016.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Leverage, Firm Value*

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis sekarang ini sangatlah pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya muncul perusahaan pesaing yang memiliki keunggulan kompetitif yang baik. Banyaknya kompetitor-kompetitor bisnis yang muncul mengakibatkan terjadinya dinamika bisnis yang berubah-ubah. Dinamika bisnis yang berubah-ubah tersebut menyebabkan banyak perusahaan membutuhkan tambahan pendanaan untuk lebih mengembangkan usahanya sehingga mampu “bertahan hidup”. Sumber pendanaan tersebut dapat diperoleh dengan berbagai cara diantaranya adalah dengan investasi dan pembiayaan dari *owners (equity)* dan *nonowners (liabilities)* sehingga kegiatan operasional dapat berjalan dengan baik.

Go public merupakan salah satu cara yang dirasakan lebih efisien dalam memperoleh sumber dana, namun tidak mudah untuk menarik dana melalui investasi, mengingat adanya perbedaan karakteristik para investor didalam menilai sebuah investasi. Dibutuhkan laporan keuangan untuk pengambilan keputusan investasi karena angka-angka pada laporan keuangan mampu mencerminkan kinerja suatu perusahaan. Oleh sebab itu, laporan keuangan digunakan sebagai sumber informasi yang dibutuhkan oleh investor sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal dan dari laporan keuangan tersebut investor mengetahui nilai dari suatu perusahaan yang tercermin dari harga saham yang diperdagangkan. Pada

pasar modal yang efisien, harga saham mencerminkan semua informasi yang relevan dari suatu perusahaan dan pasar akan bereaksi apabila terdapat informasi baru.

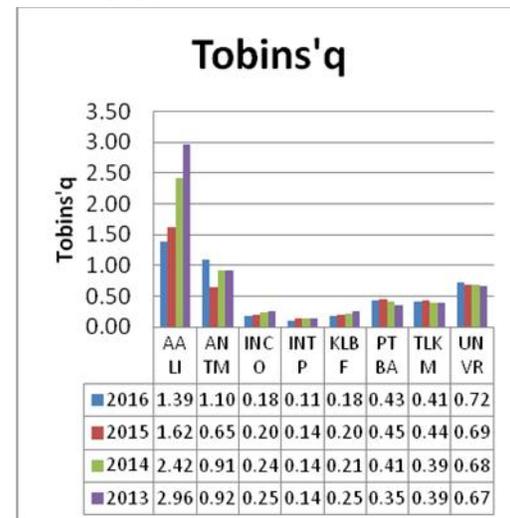
Laporan keuangan yang dibuat dengan angka-angka akuntansi yang benar diharapkan dapat meminimalkan konflik diantara pihak-pihak yang berkepentingan¹. Dengan laporan keuangan yang dilaporkan oleh *agen* sebagai pertanggungjawaban kinerjanya, *principal* dapat menilai, mengukur dan mengawasi sampai sejauh mana *agen* tersebut bekerja untuk meningkatkan kesejahteraannya serta sebagai dasar pemberian kompensasi kepada *agen*. Investor juga dapat melihat gambaran kondisi perusahaan secara fundamental sebagai dasar pengambilan keputusan investasinya.

Mengingat pentingnya laporan keuangan maka perusahaan publik yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia), setiap tahunnya wajib melaporkan laporan keuangan dan laporan tahunan kepada bursa efek, investor dan publik. Laporan keuangan dan laporan tahunan yang dilaporkan tersebut dipergunakan para investor untuk mengetahui perkembangan kinerja perusahaan serta sebagai langkah pengambilan keputusan investasi pada masa yang akan datang.

Nilai perusahaan pada dasarnya dapat diukur melalui beberapa aspek, salah satunya adalah dengan harga pasar saham perusahaan karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor secara keseluruhan atas setiap ekuitas

yang dimiliki. Harga pasar saham menunjukkan penilaian sentral dari seluruh pelaku pasar, harga pasar saham bertindak sebagai barometer kinerja manajemen perusahaan. Jika nilai suatu perusahaan dapat diproksikan dengan harga saham maka memaksimalkan nilai pasar perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham. Naik turunnya harga saham di pasar modal menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk dibicarakan berkaitan dengan isu naik turunnya nilai perusahaan itu sendiri. Memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan².

Gambar 1.1 di bawah ini merupakan perhitungan rata-rata nilai perusahaan berdasarkan rasio Tobin's Q mulai dari 2013 sampai dengan tahun 2016.



Sumber : Diolah Penulis

Gambar 1.1. Rata-Rata Nilai Tobin's Q

¹ Jensen & Meckling, 1976, *The Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*, Journal of Financial and Economic, 3:305-360

² Yao, S, W. Jianling, dan L, Song. 2011. Determinants of Social Responsibility Disclosure by Chinese Firms. *Discussion paper 72. The University of Nottingham : Eglad*

Dari gambar diatas dapat dijelaskan bahwa nilai perusahaan yang dihitung dengan Tobin's Q dari tahun 2013 sampai dengan tahun 2016 menunjukkan perubahan setiap tahun yang sangat bervariasi dan menunjukkan fluktuasi naik turun di tiap tahun yang berbeda dan menunjukkan gejala yang sama di semua perusahaan sampel.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi naik turunnya nilai perusahaan, salah satunya *corporate social responsibility* (CSR) yang merupakan suatu konsep sebagai sebuah gagasan yang menjadikan perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang semata berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*firm value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja. Tanggung jawab perusahaan juga harus berpijak pada konsep *triple bottom lines* yaitu juga harus memperhatikan kesejahteraan sosial dan lingkungan³. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*).

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan-perusahaan yang dengan bangga mengatakan produk yang dikembangkannya merupakan produk ramah lingkungan sebagai apresiasi kepedulian sosialnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Tupperware misalnya, dengan gencarnya melakukan publikasi atas konsepnya ini melalui beberapa media pemasaran. Para pengembang perumahan pun ramai-ramai telah mengadopsi *corporate social responsibility* dengan menciptakan konsep "*green house*" pada bangunannya. Tidak ketinggalan juga,

³ Elkington, 1997 dalam CSR Indonesia.com

banyak pabrik deterjen saat ini mempergunakan kertas yang bisa didaur ulang sebagai pembungkus. Bahkan McDonald's mengganti kotak pembungkus styrofoamnya yang membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk dapat dihancurkan tanah dengan kertas pembungkus yang lebih ringan dan mudah didaur ulang. Hal tersebut menjelaskan bahwa akhir-akhir ini perusahaan bukan hanya mementingkan profit motif tetapi juga memperhatikan lingkungan disekitarnya. Investor akan melihat kondisi ini dan akan meningkatkan image positif dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Pengungkapan tanggungjawab sosial bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan CSR dalam setiap aspek kegiatan operasinya.⁴ Perusahaan harus menganggap CSR sebagai strategi jangka panjang yang menguntungkan, bukan sebagai aktivitas yang merugikan.⁵

Penggunaan hutang pada perusahaan bisa digunakan untuk mengukur nilai perusahaan karena dengan adanya hutang yang tinggi menyebabkan nilai perusahaan menjadi turun. Kondisi tersebut terjadi karena investor mempertimbangkan bahwa hutang yang tinggi menyebabkan resiko yang

⁴ waryanti, 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Skripsi Universitas Diponegoro : Semarang.

⁵ Rosiana, G. A. M. E., G. Juliarsa, dan M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol 5 (3) : 723 – 738.

besar pula terhadap pengembalian atas investasi yang mereka tanamkan karena hutang akan menciptakan beban tetap berupa bunga yang harus dibayarkan oleh perusahaan sehingga laba menjadi menurun dan modal pemegang saham juga ikut menurun. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sujoko dan Soebiantoro (2007), dan Susanti (2010) menemukan hasil bahwa *leverage* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka nilai perusahaannya akan turun.

Setiap faktor-faktor tersebut memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap nilai perusahaan. Namun dari banyaknya faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, penelitian ini menggunakan variabel *corporate social responsibility* dan *leverage* didalam mempengaruhi nilai perusahaan.

B. Kajian Teori Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah untuk memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*)⁶. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

⁶ Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Alih bahasa Ichsan Setyo Budi. Jakarta : Salemba Empat.

Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan.

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka makin tinggi kemakmuran pemegang saham.⁷

Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.⁸

Corporate Social Responsibility (CSR)

⁷ Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.

⁸ Sukamulja, Sukmawati, 2004, Good Corporate Governance Di Sektor Keuangan: Dampak GCG Terhadap Kinerja Perusahaan (Kasus di Bursa Efek Jakarta), *Benefit, Vol. 8, No.1 Juni 2004*.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*. *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.⁹

Dari perspektif ekonomi, perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan.¹⁰ Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*).¹¹ *Sustainability report* harus menjadi

dokumen strategik yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang *Sustainability Development* yang membawanya menuju kepada *core business* dan sektor industrinya.

Kategori yang menjadi acuan penulis merupakan kategori yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yang meliputi 6 (enam) kategori yaitu ekonomi, lingkungan, praktek tenaga kerja, hak azasi manusia, sosial dan tanggung jawab produk sebagai dasar *sustainability reporting* (laporan berkelanjutan).

Leverage

Leverage adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas.¹² *Leverage* merupakan pedang bermata dua, yang mana jika laba perusahaan dapat diperbesar, maka begitu juga dengan kerugiannya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa penggunaan leverage bisa saja meningkatkan laba perusahaan, akan tetapi bila terjadi sesuatu diluar yang diharapkan maka kerugian yang diperoleh akan sama besarnya. Dalam studi-studi empiris, *leverage* didefinisikan sebagai sebuah ukuran yang menunjukkan seberapa besar tingkat penggunaan hutang dalam membiayai aktiva perusahaan. Ada tiga ukuran *leverage* yang sering digunakan sebagai proxy dari struktur modal yaitu *rasio total debt to total asset*, *rasio long-term debt to total asset* dan *short-term debt to total asset*. Pengukuran ini sesuai dengan penelitian Chen (2008).

Mengingat hutang adalah instrument yang sensitif terhadap

⁹ *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD, Mei 2016)

¹⁰ Bassamalah, Anies S, dan Johnny Jermias. 2005. *Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?*. *Gadjah Mada International Journal of Business*. January - April Vol. 7 No. 1. pp: 109 – 127.

¹¹ ACCA, Mei 2016

¹² Horne, James Van dan John M. Wachowics, Jr., 2007. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, Jakarta. Salemba Empat.

perubahan nilai perusahaan. Semakin tinggi proporsi hutang maka semakin tinggi harga saham karena penggunaan hutang diharapkan mampu menambah tingkat pengembalian perusahaan sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan harga perusahaan tersebut melalui pemenuhan modal yang dibutuhkan perusahaan dalam rangka melancarkan kegiatan operasional.

C. Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan ilmiah dengan menggunakan struktur teori untuk membangun satu atau lebih hipotesis yang diukur dengan alat statistika. Jenis penelitian ini adalah penelitian uji hipotesis yang mengambil sampel dari populasi dan menetapkan kriteria sesuai dengan tujuan penelitian.

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Bursa Efek Indonesia (BEI), melalui situs <http://www.idx.co.id>.

Peubah yang diamati/ diukur

Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai perusahaan (Y) sebagai variable dependent, Corporate Social Responsibility (X_1) dan *Leverage* (X_2) sebagai variabel independent.

Model yang digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Data tersebut berupa laporan keuangan, laporan tahunan, dan harga penutupan saham. Sumber data tersebut diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 sampai dengan 2016 untuk

laporan keuangan masing-masing perusahaan sampel yang dikeluarkan oleh seluruh perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*.

Teknik Pengumpulan Data

Data sampel diambil menggunakan *purposive* sampling dengan kriteria sebagai berikut :

1. Perusahaan yang tetap tercatat di Jakarta Islamic Index selama periode tahun 2013 hingga tahun 2016 secara berturut-turut.
2. Data laporan keuangan dan laporan tahunan yang diperlukan untuk penelitian tersedia berturut-turut untuk tahun 2013-2016.

Dari 65 perusahaan yang dijadikan populasi, perusahaan yang memenuhi kriteria sampel penelitian sebanyak 8 perusahaan, yang terlihat dalam Tabel 3.1. penelitian ini menggunakan *pooling* data yaitu data *time series* selama 4 tahun yaitu 2013 – 2016 dan *crosssection* untuk 8 perusahaan.

Tabel 3.1. Prosedur Pengambilan Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
Total perusahaan yang listing di JII dari tahun 2013-2016	65
Perusahaan yang tidak berturut-turut terdaftar di Jakarta Islamic Index selama periode 2013-2016	(57)
Perusahaan yang data laporan keuangan dan laporan tahunannya diperlukan untuk penelitian tidak tersedia berturut-turut untuk tahun 2013-2016	0
Jumlah sampel	8
Jumlah Pengamatan (8 x 4 tahun)	32

Daftar perusahaan sampel terpilih yang terdaftar di Jakarta Islamic Index, disajikan pada tabel 3.2. berikut ini.

Tabel 3.2. Daftar Perusahaan Sampel

No	Kode	Nama Perusahaan
1	AALI	Astra Agro Lestari Tbk
2	ANTM	Aneka Tambang (Persero) Tbk
3	INCO	International Nickel Indonesia Tbk
4	INTP	Indocement Tunggul Prakarsa
5	KLBF	Kalbe Farma Tbk
6	PTBA	Tambang Batubara Bukit Asam Tbk
7	TLKM	Telekomunikasi Indonesia Tbk
8	UNVR	Unilever Indonesia Tbk

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

D. Hasil Penelitian Dan Pembahasan Hasil Penelitian

Deskripsi statistik data penelitian

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh selama 4 tahun pengamatan, maka diperoleh deskriptif statistik data penelitian. Dari data deskriptif statistik data penelitian diperoleh data hasil yang mencakup n (banyaknya data yang diperoleh), nilai minimum, nilai maksimum, rata – rata (mean), dan standar deviasi atas variabel – variabel penelitian.

Tabel 4.1 Deskriptif Statistik Descriptive Statistics

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
--	---	-----	-----	------	----------------

CSR	32	.24	1	.6250	.25193
		.	0		
		.	0		
Leverage	32	.12	2	.7075	.63326
		.	5		
		.	6		
Nilai Perusahaan	32	.65	18.64	4.3316	5.38502
Valid (listwise)	N	32			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Berdasarkan tabel statistik deskriptif diatas, jumlah data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 32 observasi setelah mengeluarkan data outlier. Nilai perusahaan (Tobin's Q) diketahui memiliki nilai maximum sebesar 18,64 yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2015 dan nilai minimum sebesar 0,65 yaitu PT. Aneka Tambang Tbk tahun 2015. Nilai rata-rata sebesar 4,3316 atau 433,16 % yang diatas 1 menunjukkan besarnya pertumbuhan perusahaan yang didasarkan pada nilai pasar saham perusahaan. Hal ini berarti bahwa rata-rata nilai perusahaan yang dimiliki oleh perusahaan sampel dianggap menarik, karena rasio Q di atas satu. Nilai standar deviasi sebesar 5,38502 menunjukkan angka yang lebih besar dari nilai rata-rata, memberikan informasi bahwa variasi data selama tahun pengamatan relatif stabil.

Corporate social responsibility memiliki nilai maximum sebesar 1,00 yaitu PT. Tambang Batubara Bukit Asam Tbk tahun 2015 hingga 2016 dan PT. Aneka Tambang tahun 2015 hingga tahun 2016 menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi seluruh kategori pengungkapan tanggungjawab sosialnya. Nilai minimum sebesar 0,24 dimiliki oleh PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk

tahun 2013. Nilai rata-rata sebesar 0,6250 menunjukkan bahwa perusahaan sampel telah memenuhi dan mengungkapkan tanggungjawab sosialnya sebesar 62,50%. Nilai standar deviasi sebesar 19.88776 menunjukkan angka yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, memberikan informasi bahwa rendahnya variasi index pengungkapan *Corporate social responsibility* selama periode pengamatan, artinya dari tahun ke tahun jumlah item pengungkapan relatif sama.

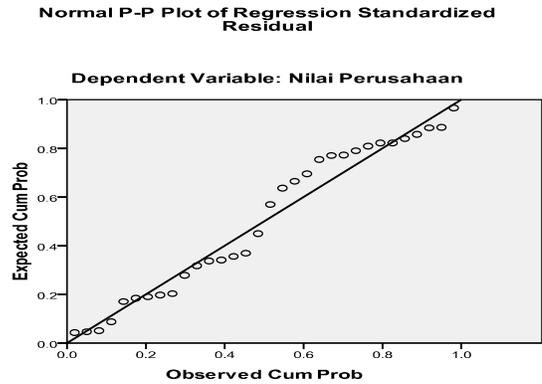
Leverage memiliki nilai maximum sebesar 2.56 yaitu PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2016 menunjukkan bahwa dari seluruh perusahaan sampel PT. Unilever Indonesia Tbk tahun 2016 memiliki tingkat hutang paling besar dibandingkan perusahaan sampel lainnya. Nilai minimum sebesar 0.12 dimiliki oleh PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk tahun 2016, memberikan informasi bahwa PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk mampu mengontrol penggunaan hutang dalam operasinya. Nilai rata-rata sebesar 0.7075 menunjukkan bahwa 70,75% perusahaan sampel menggunakan kebijakan hutang dalam sumber pendanaannya. Nilai standar deviasi sebesar 0.25193 menunjukkan angka yang lebih kecil dibandingkan nilai rata-rata, memberikan informasi bahwa data memiliki penyimpangan yang rendah sehingga mengindikasikan data yang terdistribusi normal.

Pengujian Asumsi Klasik
Uji normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel pengganggu

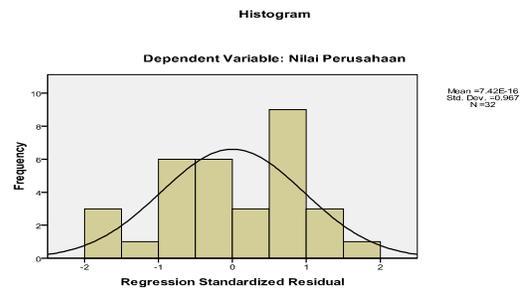
atau residual memiliki distribusi normal. Untuk menguji apakah data penelitian ini terdistribusi normal atau tidak, maka dilakukan analisis grafik melalui grafik *normal p-p plot* dan *Histogram*, serta analisis statistik kolmogorov – smirnov (uji K-S).

Analisis Grafik



Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Gambar 4.1. Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Gambar 4.2. Histogram

Dengan melihat tampilan grafik normal plot pada gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan data residual berdistribusi normal. Demikian pula dengan grafik histogram pada gambar 4.2 yang menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal yang

dilihat dari gambar berbentuk bel yang hampir sempurna.

Analisis Statistik

Tabel 4.2. Kolmogorov Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		32
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.58457894
Most Extreme Differences	Absolute	.137
	Positive	.104
	Negative	-.137
Kolmogorov-Smirnov Z		.773
Asymp. Sig. (2-tailed)		.589

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Dari hasil uji statistik terlihat nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) kolmogorov-smirnov sebesar 0,589. Terlihat nilainya diatas $\alpha = 0,05$ (Asymp.Sig = 0,589 > 0,05) berarti data residual berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi di antara variabel independen. Nilai yang umumnya digunakan untuk menunjukkan tidak adanya multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 .¹³

Tabel 4.3. Collinearity Statistics

¹³ Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Cetakan Kelima. Semarang: BP Undip.

Coefficients ^a			
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			Tidak Terjadi Multikolinearitas
CSR	.982	1.019	Tidak Terjadi Multikolinearitas
<i>Leverage</i>	.982	1.019	Tidak Terjadi Multikolinearitas

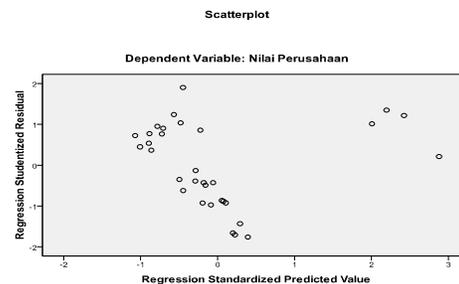
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Hasil uji statistik pada Tabel 4.3 nilai *Tolerance* menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10, demikian juga dengan hasil perhitungan *variance Inflation Factor* (VIF) yang menunjukkan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan variabel penelitian terbebas dari multikolinearitas.

Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik scatterplots.



Gambar 4.3. Scatterplot

Dari grafik scatterplot dalam gambar 4.3 menunjukkan bahwa titik – titik menyebar secara acak serta

tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dan dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW).

Hipotesis :

- H_0 : Tidak ada autokorelasi positif atau negatif
- H_1 : Ada autokorelasi positif atau negatif

Adapun kriteria pengujiannya adalah:

- Jika nilai DW dibawah 0 sampai 1,5 berarti ada Autokorelasi positif
- Jika nilai DW diantara 1,5 sampai 2,5 berarti tidak ada Autokorelasi
- Jika nilai DW diatas 2,5 sampai 4 berarti ada autokorelasi negatif.¹⁴

Tabel 4.4. Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson

¹⁴ Setiaji, Bambang, 2004, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Pogram Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

1	.877 ^a	.770	.754	.67581	2.122
---	-------------------	------	------	--------	-------

a. Predictors: (Constant), *Leverage*, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Hasil uji autokorelasi diatas menunjukkan nilai statistik Durbin-Watson (DW) sebesar 2,122. Dari uji statistik ini dapat disimpulkan terima H_0 : tidak ada autokorelasi positif atau negatif pada model regresi.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik – F)

Hasil pengujian statistik F (uji simultan) pada variabel *corporate social responsibility* dan *leverage* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.5. Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	691.870	2	345.935	48.445	.000 ^a
	Residual	207.081	29	7.141		
	Total	898.952	31			

a. Predictors: (Constant), *Leverage*, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah)

Dari tabel 4.5 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 48,445 sedangkan F_{tabel} pada tingkat kepercayaan $\alpha = 5\%$ adalah 3,33. Nilai F_{hitung} (48,445) > F_{tabel} (3,33) dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan sig = 0,000 < $\alpha = 0,05$ yang berarti tolak hipotesis H_0 , terima hipotesis H_1 yang menyatakan *corporate social responsibility* dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik – t)

Hasil pengujian statistik t (uji parsial) pada variabel *corporate social responsibility* dan *leverage* diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.6. Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.975	1.336		1.479	.150
	CSR	4.697	1.923	.220	2.443	.051
	<i>Leverage</i>	-7.480	.765	-.880	-9.779	.000

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan taraf nyata 5% untuk uji dua arah ($\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$) dengan derajat bebas (df) = $n - k = 32 - 3 = 29$. Nilai t tabel dengan taraf nyata $\alpha/2 = 0,025$ dan df 29 adalah 2,045.

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,045) atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ (-2,045), maka H_0 ditolak atau hipotesis yang diajukan diterima (berpengaruh).
- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ (2,074), maka H_0 diterima atau hipotesis yang diajukan ditolak (tidak berpengaruh).

Dari tabel 4.6 tersebut, uji statistik – t diperoleh sebagai berikut :

1. Variabel CSR : $t_{hitung} = 2,443 > t_{tabel} = 2,045$, dengan tingkat signifikansi = $0,051 > \alpha = 0,05$. Tolak H_0 , terima H_1 yang menyatakan CSR secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
2. Variabel *Leverage* : $t_{hitung} = -9,779 < t_{tabel} = -2,074$, dengan

tingkat signifikansi = $0,000 < \alpha = 0,05$. Tolak H_0 , terima H_1 yang menyatakan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari uraian tersebut maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = 1,975 + 4,697 X_1 - 7,480 X_2$$

Model persamaan regresi berganda tersebut bermakna :

1. Nilai konstanta sebesar 1,975 artinya apabila nilai variabel independen (CSR dan *Leverage*) dianggap konstan, maka nilai perusahaan sebesar 1,975.
2. Variabel CSR berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 4,697, artinya jika CSR index naik sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 4,697 satuan, dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.
3. Variabel *Leverage* berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 7,480. Artinya setiap penambahan 1% variabel *leverage* akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 7,480 atau 748% dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Determinasi

Uji statistik koefisien determinasi pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 4.7. Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.877 ^a	.770	.754	.67581	2.122

a. Predictors: (Constant), *Leverage*, CSR

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber : Hasil Penelitian (data diolah)

Dari Tabel 4.7 tersebut diperoleh nilai R Square sebesar 0,770 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,754. Hal ini menunjukkan bahwa 0,754 atau 75,4% variasi variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen *corporate social responsibility* dan *leverage*, sedangkan sisanya sebesar 24,6% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan pada model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian variabel *corporate social responsibility* (X_1) terhadap nilai perusahaan menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,443, sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 2,045 ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan tingkat signifikan pada level 0,051 (besar dari 5%). Hasil ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Kusumadilaga, 2010) yang menyatakan bahwa variabel CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena investor akan menangkap signal positif atas peningkatan setiap kepedulian sosial yang diungkapkan perusahaan. Pada penelitian ini penngaruhnya tidak signifikan, hal ini berarti investor melihat tanggung jawab sosial

perusahaan secara positif, namun tidak menjadikan pengungkapan ini sebagai dasar pengambilan keputusan investasi.

Pengaruh *leverage* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian variabel *leverage* (X_2) terhadap nilai perusahaan menggunakan uji t, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar -9,779 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar -2,045 dengan nilai signifikan 0,000 (kurang dari 5%). Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan (Sujoko dan Soebianto, 2007; Susanti, 2010) yang menemukan hasil bahwa *leverage* mempunyai hubungan negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Artinya semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka nilai perusahaannya akan turun dikarenakan adanya biaya tetap berupa bunga yang harus ditanggung oleh perusahaan terkait keputusan menggunakan hutang dalam sumber pendanaannya, sehingga investor menangkap ini sebagai sinyal negatif.

Pengaruh *corporate social responsibility* dan *leverage* terhadap nilai perusahaan

Hasil pengujian variabel *corporate social responsibility* (X_1) dan *leverage* (X_2) terhadap nilai perusahaan menggunakan uji F, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 48,445 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,33 dengan nilai signifikan 0,000 (kurang dari 5%). Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis yang dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan, sebagai berikut :

1. Secara simultan *Corporate Social Responsibility* dan *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Jakarta Islamic Index periode pengamatan 2013 – 2016.
2. Secara parsial hanya variabel *Leverage* yang berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, sedangkan *corporate social responsibility* berpengaruh namun tidak signifikan. Hal ini menjadi indikasi bahwa para investor ketika akan mengambil keputusan investasi pada saham-saham Jakarta Islamic Index mementingkan besarnya leverage yang dimiliki perusahaan dibandingkan pengungkapan *corporate social responsibility*.
3. Pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sampel Jakarta Islamic index menunjukkan variasi yang sangat luas. Hal ini ditunjukkan pada persentase pemenuhan index *corporate social responsibility* berdasarkan global reporting initiative, menunjukkan bahwa hanya 25% perusahaan sampel yang memenuhi 79 index, sedangkan 75% perusahaan sampel lainnya tidak memenuhi seluruh index *corporate social responsibility*. Dapat disimpulkan bahwa tingkat kesadaran perusahaan dalam pemenuhan *corporate social responsibility* masih rendah.

F. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, beberapa

saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti berikutnya dimasa mendatang yang akan menggunakan Jakarta Islamic Index sebagai lokasi penelitian agar dapat menambah periode pengamatan penelitian yang, agar sampel yang didapat lebih besar sehingga hasil yang didapat memungkinkan lebih optimal.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan *sustainability report* dalam proses analysis content agar penentuan luas pengungkapan *corporate social responsibility* dapat lebih efisien dan terhindar dari biasanya interpretasi.
3. Penelitian selanjutnya agar menambah variabel independen seperti profitabilitas, IOS, goodwill dan infansi pada penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Bassamalah. Anies S, dan Johnny Jermias. 2005. Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?. *Gadjah Mada International Journal of Business*. January - April Vol. 7 No. 1. pp: 109 – 127.
- Chen, Y. 2008, Corporate goverannce and cash holdings: listed new economy versus old economy firms, *Corporate Governance*, Vol. 16 No.5, pp. 430-442.
- Dursin, Karnis. *Most Indonesian Not Aware of Global Warming. The Jakarta Post* (1 Mei 2007).

- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Cetakan Kelima. Semarang: BP Undip.
- Horne, James Van dan John M. Wachowics, Jr., 2007. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*, Jakarta. Salemba Empat.
- Jensen & Meckling, 1976, *The Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*, Journal of Financial and Economic, 3:305-360
- Kusumadilaga, Rimba. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Nurlela dan Islahudin. 2008. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. *Simposium Nasional Akuntansi XI*.
- Rosiana, G. A. M. E., G. Juliarsa, dan M. R. Sari. 2013. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*. Vol 5 (3) : 723 – 738.
- Salvatore, Dominick. 2005. *Ekonomi Manajerial dalam Perekonomian Global*. Alih bahasa Ichsan Setyo Budi. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiaji, Bambang, 2004, *Panduan Riset dengan Pendekatan Kuantitatif*. Pogram Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sujoko dan Soebiantoro. 2007. Pengaruh Struktur Kepemilikan, *Leverage*, Faktor Intern, dan Faktor Ekstern Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empirik pada Perusahaan Manufaktur dan Non Manufaktur di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 9. No. 1. Maret, hal. 41-48.
- Sukamulja, Sukmawati, 2004, Good Corporate Governance Di Sektor Keuangan: Dampak GCG Terhadap Kinerja Perusahaan (Kasus di Bursa Efek Jakarta), *Benefit*, Vol. 8, No.1 Juni 2004.
- Susanti, Rika. 2010. Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan. Universitas Diponegoro: Semarang.
- www.idx.co.id . Laporan keuangan, Laporan tahunan dan Daftar Emiten
- www.csrindonesia.com. *Corporate social responsibility*
- [www. globalreporting.org](http://www.globalreporting.org). kategori CSR
- waryanti, 2009. Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Skripsi

Universitas Diponegoro :
Semarang.

Yao, S, W. Jianling, dan L, Song.
2011. Determinants of Social
Responsibility Disclosure by
Chinese Firms. *Discussion
paper 72. The University of
Nottingham : Eglan*