

PENGARUH *RETURN ON ASSET* (ROA) DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2016)

Oleh:

Zellyana Iswanto Putri
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya

Dosen Pembimbing:

Dr. Himmiyatul A. J. J., SE., MM., CFP.
Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Brawijaya

ABSTRACT

The objective of this research is to identify the influence of ROA and CSR on the value of manufacturing companies listed in the IDX in the period of 2014 – 2016. This explanatory research, which is a replication of previous studies, uses regression model. The Population of this research is all manufacturing companies that listed in the IDX. Using purposive sampling technique, 27 manufacturing companies are selected as the research sample. The data of this study are gathered through documentations. ROA and CSR are independent variable, while firm value is the dependent variable. The hypothesis of this research are assessed using significance test and t test.

The result of this research shows that ROA has a significant influence on firm value, but CSR does not has significant influence on firm value. This research proves that changes in ROA can have an impact on firm value, while CSR does not contribute to firm value.

Keywords : ROA, CSR, Firm Value

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ROA dan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada periode 2014 – 2016. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dan merupakan penelitian replikasi dari penelitian-penelitian yang sudah ada. Penelitian ini menggunakan model regresi. Populasi penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada 27 perusahaan manufaktur. Data yang digunakan pada penelitian ini dikumpulkan dengan cara dokumentasi. Variabel yang diteliti adalah variabel ROA dan CSR sebagai variabel bebas dan nilai perusahaan sebagai variabel terikat. Hipotesis penelitian diuji dengan menggunakan uji signifikansi dan uji t.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada variabel CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini berarti membuktikan

naik atau turunnya nilai ROA akan memberikan dampak terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR tidak memberikan kontribusi terhadap perubahan nilai perusahaan.

Kata Kunci : ROA, CSR, Nilai Perusahaan

PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia terus berkembang tiap tahunnya. Meningkatnya pertumbuhan ekonomi menandai kemampuan daya beli masyarakat yang semakin kuat, sehingga tingkat konsumsi masyarakat juga semakin tinggi. Dengan meningkatnya konsumsi, maka hal ini mendukung berkembangnya manufaktur selaku produsen.

Sejalan dengan berkembangnya manufaktur di Indonesia, terdapat persaingan yang ketat dalam pasar modal. Pasar modal menjadi sarana pendanaan kegiatan usaha bagi perusahaan. Menyadari hal tersebut, perusahaan manufaktur akan saling berlomba untuk menarik perhatian investor. Salah satu cara yang untuk menarik perhatian investor adalah dengan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kesejahteraan pemilik saham perusahaan yang digambarkan pada nilai perusahaan.

Untuk meningkatkan nilai perusahaan, profitabilitas perusahaan

menjadi poin penting karena dengan besarnya kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba maka pemegang saham akan mendapatkan hasil yang lebih baik. Rasio profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam hubungannya dengan penjualan, aktiva dan modal sendiri (Agus, 2010:122). Ada beberapa macam rasio profitabilitas, salah satunya adalah return on asset (ROA).

Return on Asset (ROA) dapat menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan memanfaatkan aktiva yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Semakin tinggi ROA maka semakin besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan semakin baik pula posisi keuangan. Nilai ROA yang tinggi akan menarik investor untuk menanamkan modalnya, sehingga semakin tinggi nilai ROA akan berdampak baik pada peningkatan nilai perusahaan.

Selain dari segi kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan, nilai perusahaan juga dapat ditingkatkan dengan melakukan kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan perusahaan, salah satunya yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Gagasan mengenai CSR berpijak pada triple bottom lines (financial, social, environment) atau bisa di anggap pula 3P (profit, people, planet). Perusahaan perlu memperhatikan “3P” agar kegiatan operasinya tetap dan terus berkelanjutan. Istilah “3P” mengajarkan perusahaan untuk tidak hanya mengejar aspek ekonomi (profit), perusahaan juga perlu ikut terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan ikut aktif berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet) (John Elkington, 1998). Dengan adanya konsep ini, perusahaan yang menerapkannya dapat terjamin kegiatan produksinya akan tetap berjalan dan akan terus berkelanjutan, sehingga investor akan menganggap perusahaan tersebut aman sebagai wadah investasi mereka.

Pelaksaaannya CSR memang membutuhkan dana dan secara material terlihat akan mengurangi laba perusahaan. Tetapi dengan melakukan CSR perusahaan dapat membesarkan nama baik perusahaan. Dengan demikian perusahaan akan mendapat loyalitas konsumen dan menarik konsumen lain, sehingga kegiatan penjualan dan produksi akan terjamin tetap dan terus berkelanjutan. Dengan begitu, CSR akan mempengaruhi penilaian investor untuk menanamkan modalnya. Dengan latar belakang tersebut, penulis bermaksud untuk melakukan penulisan karya ilmiah dengan judul, “Pengaruh Return on Asset (ROA) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan. Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan ROA dan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014 – 2016.

TINJAUAN PUSTAKA

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menurut Gitman (2003:352), “the actual amount per share on common stock that would be

received if all the firm's assets were sold for their market value". Dapat diartikan bahwa nilai perusahaan merupakan nilai sebenarnya per lembar saham yang akan diterima apabila aset perusahaan dijual sesuai harga saham. Brigham dan Houston (2013:150) mengatakan bahwa nilai perusahaan memberikan pandangan investor tentang resiko dan prospek perusahaan di masa depan. Berdasarkan definisi yang telah disebutkan, nilai perusahaan dapat diartikan sebagai pandangan investor terhadap resiko dan prospek perusahaan yang sering dikaitkan dengan nilai saham. Nilai perusahaan akan naik jika prospek perusahaan baik. Prospek yang baik dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaannya.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan melihat nilai saham perusahaan. Saham sendiri merupakan surat tanda bukti atau tanda kepemilikan terhadap suatu perusahaan (Iskandar, 2003:33). Saham terdiri dari dua jenis, yaitu saham biasa dan saham preferen. Saham yang dimaksud dalam penelitian ini adalah saham biasa.

Iskandar (2003:67) menyebutkan 4 konsep nilai yang berhubungan dengan saham, yaitu nilai nominal, nilai buku, nilai pasar, dan nilai intrinsik. Nilai nominal adalah nilai per lembar saham yang berkaitan dengan hukum. Nilai buku adalah nilai saham menurut pembukuan perusahaan. Nilai pasar adalah harga saham di bursa efek. Nilai intrinsik adalah nilai saham sebenarnya dari saham. Dalam penelitian ini, konsep intrinsik inilah yang digunakan untuk mencari tahu nilai perusahaan.

Penilaian nilai intrinsik saham dijelaskan oleh Iskandar (2003:69) bahwa terdapat dua macam analisis, yaitu analisis fundamental dan analisis teknikal. Analisis fundamental mencoba mempelajari hubungan antara harga saham dan kondisi perusahaan. Analisis ini biasanya melihat bagaimana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan perbandingan harga pasar di bursa efek. Analisis Teknikal menyatakan bahwa harga pasar saham sebagai komoditas perdagangan yang dipengaruhi permintaan dan penawaran pasar. Fokus perhatian pada analisis ini adalah waktu, apakah

trend naik/turun, horizon investasi jangka pendek, modal utama dari investornya merealisasi capital gain, dan fluktuasi harga.

Pada penelitian ini, analisis fundamental yang akan digunakan dalam mengukur nilai intrinsik. Analisis fundamental akan digunakan karena memiliki anggapan bahwa nilai saham mewakili nilai perusahaan. Iskandar (2003:69) menyebutkan bahwa dalam melakukan analisis fundamental terdapat dua pendekatan, yaitu pendekatan nilai sekarang, dan pendekatan Price Earning Ratio (PER). Pendekatan ini disebut juga metode kapitalisasi laba, karena melibatkan proses kapitalisasi nilai-nilai masa depan yang didiskontokan menjadi nilai sekarang. Pendekatan *Price Earning Ratio* (PER) Selain arus kas, menggunakan nilai laba (earning) perusahaan dapat menjadi alternatif untuk menghitung nilai intrinsik saham perusahaan.

Return On Asset

Return on Asset (ROA) adalah salah satu alat untuk mengukur tingkat pengembalian atas aset yang dimiliki perusahaan (Brigham dan

Houston, 2013:148). Menurut Kasmir (2008:201) ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil atas jumlah aset yang digunakan dalam perusahaan. Dari pengertian-pengertian tersebut, dapat dikatakan ROA merupakan gambaran efektivitas perusahaan dalam mengelola aset perusahaan untuk memperoleh laba. Semakin tinggi nilai ROA menunjukkan performa perusahaan yang baik dalam memperoleh laba perusahaan. ROA diperoleh dengan membandingkan laba bersih dengan total aset.

Corporate Social Responsibility

Lewat publikasi “Making Good Business Sense” dari lembaga internasional The World Council for Sustainable Development yang berdiri tahun 1955 (dalam Nor, 2011:47), menunjukkan CSR sebagai komitmen perusahaan dalam bertindak etis dengan berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan diiringi dengan meningkatkan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas setempat maupun masyarakat secara luas. World Bank (dalam Yusuf, 2007:7) memandang

CSR sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan. Johnson and Johnson (dalam Nor, 2011:46) menjelaskan bahwa CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola perusahaan agar menghasilkan dampak positif bagi lingkungan maupun perusahaan sendiri. Maka dari itu, perusahaan harus mengelola kegiatan operasinya sehingga mampu memberikan hasil positif bagi masyarakat dan lingkungan.

Dari definisi-definisi yang telah disebutkan memiliki kesamaan yaitu perusahaan harus memperhatikan keseimbangan antara aspek ekonomi, aspek sosial dan aspek lingkungan. Maka dapat disimpulkan bahwa CSR adalah sebuah konsep tentang bagaimana perusahaan mengelola aktivitas produksinya untuk memaksimalkan dampak positif bagi

dalam segi ekonomi, sosial dan lingkungan (*Triple Bottom Line*) dalam rangka membangun ekonomi yang berkelanjutan.

Dipopulerkan oleh John Elkington di tahun 1998, konsep Triple Bottom Line dikenal melalui bukunya "*Cannibals with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century*" (dalam Yusuf, 2007:32). Melalui terbitan tersebut, perusahaan perlu memperhatikan "3P" agar kegiatan operasinya tetap dan terus berkelanjutan. Istilah "3P" mengajarkan perusahaan untuk tidak hanya mengejar aspek ekonomi (profit), perusahaan juga perlu ikut terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (people) dan ikut aktif berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (planet).

Pelaksanaan CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya, tetapi disamping itu juga membawa manfaat bagi perusahaan. Wibisono Yusuf (2007:84) mengidentifikasi keuntungan (yang dalam bukunya disebut benefit dan drivers) bagi perusahaan yang menerapkan CSR.

Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

- a. Mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.
- b. Layak mendapat *social licence to operate*.
- c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
- d. Melebarkan akses sumber daya.
- e. Membentangkan akses menuju market.
- f. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.
- g. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
- h. Peluang mendapatkan penghargaan.

Berkaitan dengan pelaksanaan CSR, perusahaan dapat dikategorikan dalam beberapa kelompok (Suharto dalam Deriyarso, 2014),. Pengelompokan ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menerapkan CSR. Perusahaan yang ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Dengan menggunakan dua pendekatan. Pendekatan pertama yaitu berdasarkan proposi keuntungan dan besarnya anggaran CSR:

- a. Perusahaan minimalis: perusahaan yang memiliki profit dan anggaran CSR yang rendah.
- b. Perusahaan ekonomis: perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran CSR-nya rendah.
- c. Perusahaan humanis: meskipun profit perusahaan rendah, proposi anggaran CSRnya relative tinggi.
- d. Perusahaan Reformis: perusahaan ini memiliki profit dan anggaran CSR yang tinggi.

Pendekatan kedua yaitu berdasarkan tujuan CSR apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:

- a. Perusahaan pasif: perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan yang jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan.
- b. Perusahaan Impresif: CSR lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan.
- c. Perusahaan agresif: CSR lebih ditunjukkan untuk pemberdayaan daripada promosi.
- d. Perusahaan progresif: perusahaan menerapkan CSR untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan.

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Return on Asset (ROA) terhadap Nilai Perusahaan

Perusahaan yang memiliki tingkat perolehan laba yang tinggi akan memiliki dampak yang positif pada nilai perusahaan. Para investor akan lebih tertarik pada perusahaan yang memiliki tingkat laba yang baik, karena mereka selalu menginginkan keuntungan dari investasi yang mereka tanam. Semakin besar laba yang dapat dihasilkan perusahaan, maka perusahaan akan mampu membayarkan deviden dan investor akan semakin banyak yang tertarik untuk membeli saham perusahaan.

Return on Asset (ROA) adalah salah satu rasio yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba bersih dari aset yang dimilikinya. Sehingga semakin perusahaan dapat memperoleh laba bersih yang tinggi, maka akan semakin besar nilai ROA. Semakin tinggi nilai ROA maka akan semakin baik tingkat profitabilitas perusahaan dan akan berdampak baik bagi peningkatan nilai perusahaan. maka dari itu,` maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{a1} = ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

2. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan

Penerapan CSR sebagai bukti tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungannya. Perusahaan yang hanya melihat sisi ekonomi atau keuntungan saja tidak akan menjamin kegiatan usaha perusahaan akan tetap dan terus berkelanjutan, sehingga perusahaan juga perlu memperhatikan masyarakat dan lingkungan di sekitar perusahaan. CSR yang dilakukan akan membantu perusahaan dalam membangun citranya dihadapan masyarakat/konsumen maupun investor. Citra yang baik akan menimbulkan loyalitas konsumen dan dapat menarik perhatian konsumen baru, sehingga penjualan menjadi meningkat. Penjualan yang baik akan menghasilkan laba yang setimpal. Maka dari itu, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_{a2} = CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah eksplanatori. Menurut Umar (1999:36) penelitian eksplanatori adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Penelitian ini bersifat replikasi dari beberapa penelitian terdahulu yang sejenis. Penelitian-penelitian tersebut yaitu penelitian dari Rimba Kusumadilaga (2010), Sigit Hermawan (2014), Aisyatul Munawaroh, dkk. (2014), Irvan Deriyarso (2014), Sigit Hermawan, dkk. (2014), Lanti Triagustina, dkk. (2015), dan Agusta Amanda W., dkk. (2016). Variabel, dan alat analisis diadopsi dari penelitian-penelitian tersebut. Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya ada pada objek penelitian dan periode penelitian.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data-data sekunder yang dikumpulkan dengan cara dokumentasi. Data sekunder menurut Sugiyono (2014:131) merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media

perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Pada penelitian ini, data yang digunakan berupa laporan tahunan yang diterbitkan perusahaan sampel di BEI, data harga saham diperoleh dari Indopremier IPOTGo, dan data-data lainnya diambil dari Sahamok.com.

Pada penelitian ini, perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014 hingga 2016. Jumlah keseluruhan populasi pada penelitian ini adalah sebesar 149 perusahaan manufaktur. Sampel penelitian kemudian diambil dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki laporan tahunan dan keuntungan berturut-turut selama periode 2014 hingga 2016.
2. Mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berturut-turut pada laporan tahunan tersebut.
3. Mencantumkan secara berturut-turut besar dana yang disalurkan pada kegiatan CSR.

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel, berikut kronologi

pengambilan sampel hingga terpilih 27 perusahaan sampel:

Tabel 1
Kronologi Pengambilan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI	149
Tidak melaporkan laporan tahunan secara lengkap selama periode 2014 – 2016	(36)
Melaporkan secara lengkap selama periode 2014 – 2016	113
Mengalami kerugian selama periode 2014 – 2016	(26)
Mengalami keuntungan selama periode 2014 – 2016	87
Mencantumkan besar dana yang disalurkan pada kegiatan CSR	(60)
Sampel Penelitian	27

Sumber: data diolah

Dalam penelitian ini, terdapat dua variable bebas yang akan diuji:

1. Return of Asset (ROA)

ROA merupakan rasio laba bersih terhadap total aset. Rasio ini bertujuan untuk mengukur pengembalian atas total aset (Brigham dan Houston, 2013:148). Rasio ini dapat diukur dengan cara berikut:

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

Sumber: Brigham dan Houston, 2013:148

2. Corporate Social Responsibility (CSR)

Pengukuran CSR pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan

alokasi biaya CSR terhadap laba (rugi) pada periode t-1 (Tsoutsoura, 2004 dalam Sigit Hermawan, 2014).

$$\text{Alokasi Biaya CSR} = \frac{\text{Biaya CSR } t}{\text{Laba(rugi)bersih } t-1} \times 100\% = \dots\%$$

Sumber: Tsoutsoura, 2004 dalam Sigit Hermawan, 2014

Variabel terikat pada penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai perusahaan tercermin dalam nilai saham, karena semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi tingkat kesejahteraan pemegang saham. Pada penelitian ini, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio *Price Earning Ratio* (PER).

$$PER = \frac{\text{Harga pasar per saham}}{\text{EPS}} = \dots$$

Sumber: Iskandar (2003:74)

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan melalui uji asumsi klasik dan kelayakan model terlebih dahulu. Uji asumsi klasik pada penelitian ini yaitu ujinormalitas, uji heterokedatisitas, uji multikorelasi, dan uji autokorelasi. Kemudian dilanjutkan dengan menggunakan uji F dan R square. Kemudian hipotesis diuji dengan menggunakan uji t.

HASIL PENELITIAN

Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Min.	Maks.	Mean
ROA	81	0,18	26,15	8,3232
CSR	81	0,03	127,20	7,7557
Y	81	0,25	74,23	16,5300
Valid N (listwise)	81			

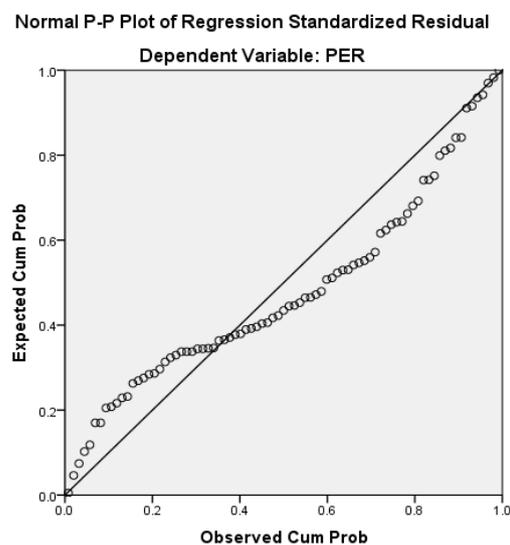
Sumber: data diolah di SPSS

Dari tabel 2 diketahui jumlah data yang diteliti (N) adalah 81, jumlah ini berasal dari 27 perusahaan yang menjadi sampel dengan 3 periode laporan tahunan. Pada variabel ROA, diketahui nilai maksimum yaitu 26,15, nilai minimum yaitu 0,18, dan rata-rata variabel ROA diketahui sebesar 8,3232. Untuk variabel CSR, nilai maksimum 172,20 dimiliki oleh, sedangkan nilai minimum 0,03, dan nilai rata-ratan variabel CSR adalah sebesar 7,76 dengan. Nilai maksimum variabel PER yaitu sebesar 74,23, nilai minimum sebesar 0,25, dan nilai rata-rata variabel PER adalah sebesar 16,53 dengan pembulatan. N yang berjumlah 81 sampel dikatakan valid.

Hasil Uji Normalitas

Pada gambar 1 menunjukkan hasil uji normalitas pada model regresi ini

memiliki pola distribusi normal. Hal tersebut terlihat dari titik-titik pada gambar yang mendekati garis diagonal dan mengikuti arah garis. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diolah berdistribusi normal, sehingga syarat normalitas untuk analisis regresi dapat terpenuhi terpenuhi

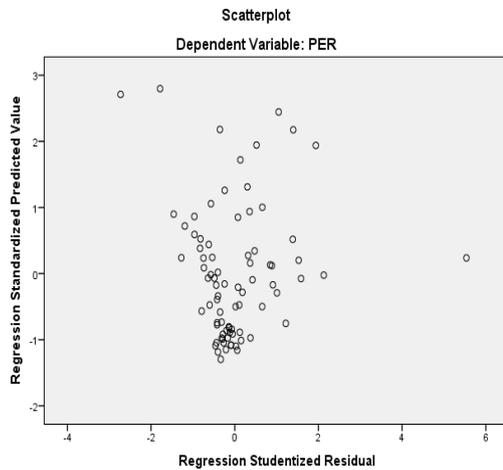


Gambar 1
Hasil Uji Normalitas
Sumber: data diolah di SPSS

Hasil Uji Heterokedatisitas

Gambar 2 meunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Grafik pun tidak menunjukkan pola tertentu yang jelas seperti pola bergelombang melebar atau menyempit. Berdasarkan hasil uji heterokedatisitas, dapat dikatakan

bahwa heterokedatisitas tidak terjadi pada model regresi.



Gambar 2
Uji Heterokedatisitas

Sumber: data diolah di SPSS

Hasil Uji Multikorelasi

Tabel 3
Uji Multikorelasi

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
\(Constant)		
ROA	0,927	1,078
CSR	0,928	1,079

Sumber: data diolah di SPSS

Berdasarkan tabel 3, diketahui nilai *Tolerance* variabel ROA sebesar 0,927 dan variabel CSR 0,928. Kedua variabel bebas menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,10 sehingga kedua variabel bebas tidak terdapat multikolinearitas. Sedangkan nilai *VIF* variabel ROA menunjukkan nilai sebesar 1,078, dan variabel CSR sebesar 1,079. Karena kedua variabel

bebas memiliki nilai di bawah 10,00, maka variabel bebas pada penelitian ini dinyatakan tidak didapati multikolinearitas.

Hasil Uji Autokorelasi

Masalah Autokorelasi tidak terjadi bila nilai *Durbin-Watson* tidak lebih kecil dari nilai *dU* dan tidak lebih besar dari $4-dU$. Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, maka perlu mencari nilai dari *dU* pada tabel *Durbin-Watson*. Dari data-data, maka nilai *dU* dengan $k=2$ dan $N=81$ adalah sebesar 1,690 (dibulatkan). Karena nilai *DW* lebih besar dari nilai *dU* dan lebih kecil dari nilai $4-dU$ ($4 - 1,690=2,310$), maka pada model regresi tidak terjadi autokorelasi.

Hasil Uji F

Dari uji F diketahui nilai F_{hitung} 14,00, angka ini diketahui lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,110. Nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dibanding tingkat kepercayaan yaitu sebesar 0,05. Karena $0,05 \geq 0,000$ (Sig.) dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $14,000 > 3,110$, maka dapat dikatakan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model *fit*.

Uji R square

Dari uji R square diketahui bahwa besar R square adalah 0,464, sehingga bila dipersenkan menjadi 46,4%. Nilai ini berarti variabel ROA dan CSR mampu menerangkan variabel terikat nilai perusahaan 46,4% dan sisanya doleh faktor lain.

Hasil Uji Regresi

Dari table 4 diketahui persamaan regresi sebagai berikut:

$$y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2$$

$$y = 0,654 + 0,157x_1 + 0,002x_2$$

Tabel 4
Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficient		t	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	0,654	-	1,947	0,055
ROA	0,157	0,520	5,156	0,000
CSR	0,002	0,025	0,244	0,808

Sumber: data diolah di SPSS

Konstanta sebesar 0,654 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari variabel ROA dan CSR nilai variabel PER atau y adalah 0,654. Nilai koefisien ROA sebesar 0,157 menyatakan bahwa setiap satu kenaikan pada variabel ROA dan variabel yang lain bernilai tetap akan mengakibatkan kenaikan sebesar 0,157 pada nilai perusahaan. Nilai koefisien CSR yang didapat variabel CSR yaitu

sebesar 0,002 menyatakan bahwa setiap satu kenaikan pada variabel CSR dan bila variabel lain bernilai tetap akan mengakibatkan penambahan nilai sebesar 0,002 pada nilai perusahaan.

Hasil Uji t

Pada tabel 4 diketahui nilai t_{hitung} variabel ROA adalah 5,156 dan nilai t_{tabel} diketahui sebesar 1,994. Nilai t_{tabel} ternyata lebih kecil dari t_{hitung} ROA yaitu $1,994 < 5,156$ sehingga H_{o1} ditolak dan H_{a1} diterima. Nilai signifikansi variabel ROA yaitu 0,000 dan nilai ini lebih kecil dari t nilai probabilitas ($\alpha = 0,05$). Artinya, variabel ROA secara signifikan berpengaruh terhadap variabel PER.

Nilai t_{hitung} CSR pada tabel 4 diketahui sebesar 0,244. Nilai tersebut lebih kecil dibanding nilai t_{tabel} yaitu $0,244 < 1,994$. H_{a2} ditolak dan Maka H_{o2} diterima. Dengan nilai signifikansi yang dimiliki CSR sebesar 0,808 yang lebih besar dibanding nilai probabilitas ($\alpha = 0,05$). Maka CSR dikatakan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh ROA terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga hipotesis pertama penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel ROA berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan diterima. ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam mengelola aset yang dimiliki untuk memperoleh laba. Dalam variabel ROA, besar laba bersih yang diperoleh perusahaan ikut mempengaruhi nilai ROA yang didapat. Di samping itu, besar nilai PER juga ikut dipengaruhi oleh laba bersih per saham perusahaan tersebut, sehingga jika nilai ROA mengalami perubahan, maka nilai PER juga ikut berubah karena keduanya sama-sama terdapat laba bersih terkandung di dalamnya.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Sigit Hermawan, dkk. (2014) yang mengatakan bahwa ROA tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Irvan Deriyarso (2014), Aisyatul

Munawaroh, dkk. (2014) dan Lanti Triagustina, dkk. (2015) yang mengatakan bahwa ROA memberikan pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Ditolaknya hipotesis kedua pada penelitian ini dapat terjadi karena terdapat beberapa perusahaan sampel yang masih tergolong perusahaan ekonomis yang mengalokasikan CSR kurang dari 1% masih memiliki nilai PER yang tinggi, tetapi ada beberapa yang mendapat nilai PER yang rendah. Ada pula perusahaan sampel yang tergolong perusahaan humanis yaitu yang mengalokasikan dana CSR lebih dari 50% tetapi nilai PER masih tertinggal oleh golongan perusahaan ekonomis. Kejadian ini dapat terjadi karena investor tidak melihat seberapa besar nilai CSR yang dialokasikan perusahaan.

Penelitian ini tidak sesuai dengan teori dari John Elkington (1998) yang mengatakan untuk menjaga kegiatan

usaha perusahaan tetap dan terus berkelanjutan tak cukup hanya melihat dari sisi ekonomi perusahaan tetapi juga dari sisi sosial dan lingkungan perusahaan. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan penelitian Rimba Kusumadilaga (2010) dan Agusta Amanda W., dkk. (2016) yang menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Jika dilihat dari teori dan penelitian terdahulu, investor tidak melihat seberapa besar nilai CSR yang dialokasikan perusahaan, tetapi melihat dari sisi bagaimana perusahaan mengungkapkan CSR, sehingga hipotesis pada penelitian ini ditolak.

IMPLIKASI

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa ROA mampu memberikan pengaruh yang signifikan bagi nilai perusahaan, khususnya perusahaan manufaktur. Dengan hasil temuan ini, pihak manajemen perusahaan perlu memperhatikan nilai ROA perusahaannya dalam meningkatkan nilai perusahaannya. Untuk membangun perusahaan dengan nilai perusahaan yang tinggi, pihak manajemen dapat menggunakan nilai

ROA sebagai acuan untuk mengambil keputusan ataupun membuat kebijakan yang efektif dan efisien. Investor dapat memanfaatkan ROA dalam rangka memperoleh informasi mengenai nilai perusahaan manufaktur dan sebagai pertimbangan dalam mengambil keputusan investasi

Pada penelitian ini, nilai CSR tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, khususnya perusahaan manufaktur. Sehingga, dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, CSR bukanlah faktor yang perlu diperhatikan. Meski demikian, implementasi CSR bukan berarti kegiatan yang tidak memiliki arti. Kegiatan CSR masih merupakan bagian penting dalam membangun perusahaan yang berkelanjutan.

Implementasi CSR yang dilakukan perusahaan merupakan bukti kepedulian perusahaan terhadap lingkungan, selain itu juga sebagai pemenuhan kewajiban atas peraturan pemerintah. Perusahaan dalam melakukan CSR memiliki tujuan awal murni untuk melestarikan lingkungannya. Kalau pun ada timbal balik positif bagi perusahaan, hal

tersebut merupakan bonus dari implementasi CSR.

KESIMPULAN

ROA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan, Sehingga naiknya turunnya nilai pada variabel ROA akan memberikan pengaruh pada nilai perusahaan. Sedangkan CSR secara signifikan tidak dapat mempengaruhi nilai perusahaan, sehingga perubahan pada variabel CSR tidak akan memberikan pengaruh yang berarti pada peningkatan nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim, *Analisis Investasi*, Edisi Kedua, Salemba Empat: Jakarta.
- Agus, R. Sartono, 2010, *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*, Edisi Keempat, BPFE: Yogyakarta.
- Agusta Amanda W., I Wayan R., dan Made Gede Wirakusuma, 2016, *Dampak Moderasi Profitabilitas terhadap pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Manufaktur*, Jurnal, vol5, no. 7, Universitas Udayana: Bali.
- Aisyatul Munawaroh dan Maswar Patuh P., 2014, *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Jurnal, vol. 1, no. 3, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia: Surabaya.
- Brigham, Eugene F. dan Joel F. Houston, 2013, *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*, Edisi 11 Buku 1, PT. Salemba Empat: Jakarta.
- Elkington, J, 1998, *Canibal With Forks : The Tripple Bottom Line in 21st Century Business*.
- Gitman, Lawrance.J, 2003, *Principle of Managerial Finance, Tenth edition, Pearson education, Inc.: United States*.
- Irvan Deriyarso, 2014, *Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Skripsi , Universitas Diponegoro: Semarang.
- Iskandar Z. Alwin, 2003, *Pasar Modal Teori dan Aplikasi*, Pancur Siwah: Jakarta
- Kasmir, 2008, *Analisis Laporan Keuangan*, Rajawali Pers: Jakarta.
- Lanti Triagustina, Edi Sukarmanto, dan Helliana, 2015, *Pengaruh ROA dan ROE Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman ynag Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2012*, Jurnal, Universitas Islam Bandung: Bandung
- Nor Hadi, 2011, *Corporate Social Responsibility*, Graha Ilmu: Yogyakarta
- Rimba Kusumadilaga, 2010, *Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai variabel moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)*, Skripsi, Universitas Diponegoro: Semarang.

- Sigit Hermawan, dan Afiyah Nurul M., 2014, *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Pemoderasi*, Jurnal, Universitas Negeri Semarang
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*, Alfabeta; Bandung.
- Umar, Husein, 1999, *Metodologi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Pustaka: Jakarta.
- Yusuf Wibisono, 2007, *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR*, Fascho Publising: Gresik.