

SKRIPSI

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, LIKUIDITAS DAN *GROWTH*
TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN
MANUFAKTUR SUB SEKTOR FARMASI YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA 2017-2020**



Oleh:

ERNA ROSMAWATI

NPM : 175311025

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI S-1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2022

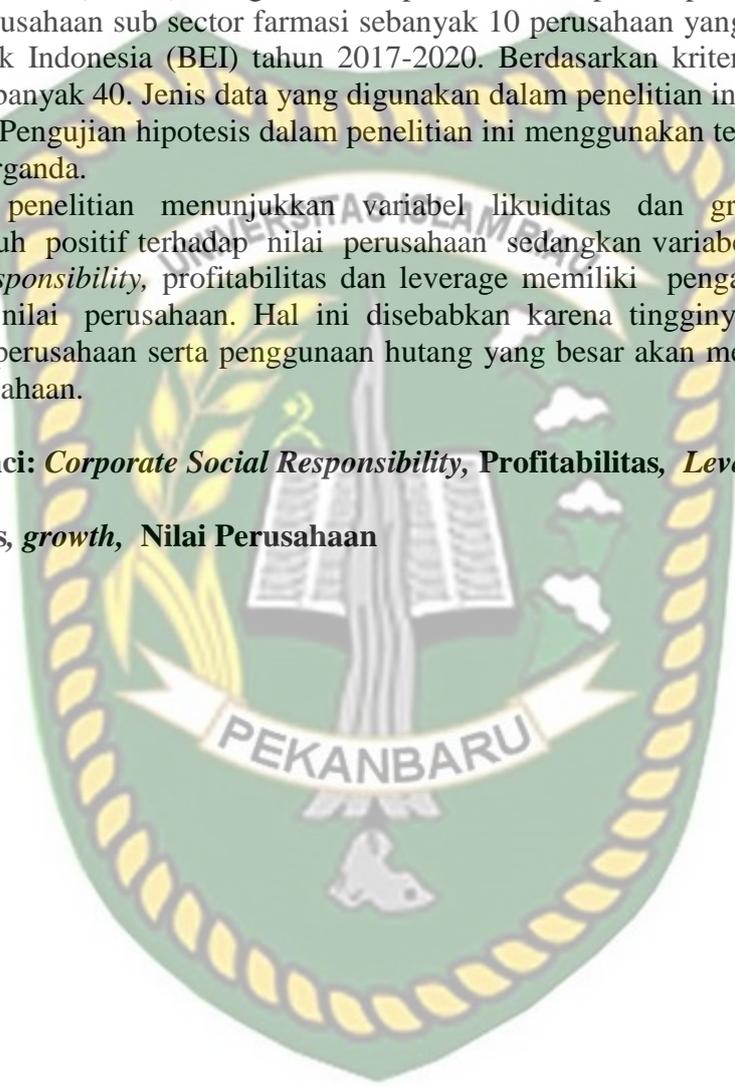
ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Corporate Sosial Responsibility , Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Growth terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020.

Penelitian ini menggunakan metode non probability sampling yaitu dengan sampling jenuh (sensus) sebagai metode pemilihan sampel. Populasi penelitian adalah perusahaan sub sector farmasi sebanyak 10 perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2020. Berdasarkan kriteria diperoleh sampel sebanyak 40. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan variabel likuiditas dan growth tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas dan leverage memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena tingginya laba yang dihasilkan perusahaan serta penggunaan hutang yang besar akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, **Profitabilitas**, *Leverage*,
Likuiditas, *growth*, **Nilai Perusahaan**



ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the effect of Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Liquidity, and Growth on the Value of Companies in the Pharmaceutical Sub-Sector Listed on the Indonesia Stock Exchange 2017-2020.

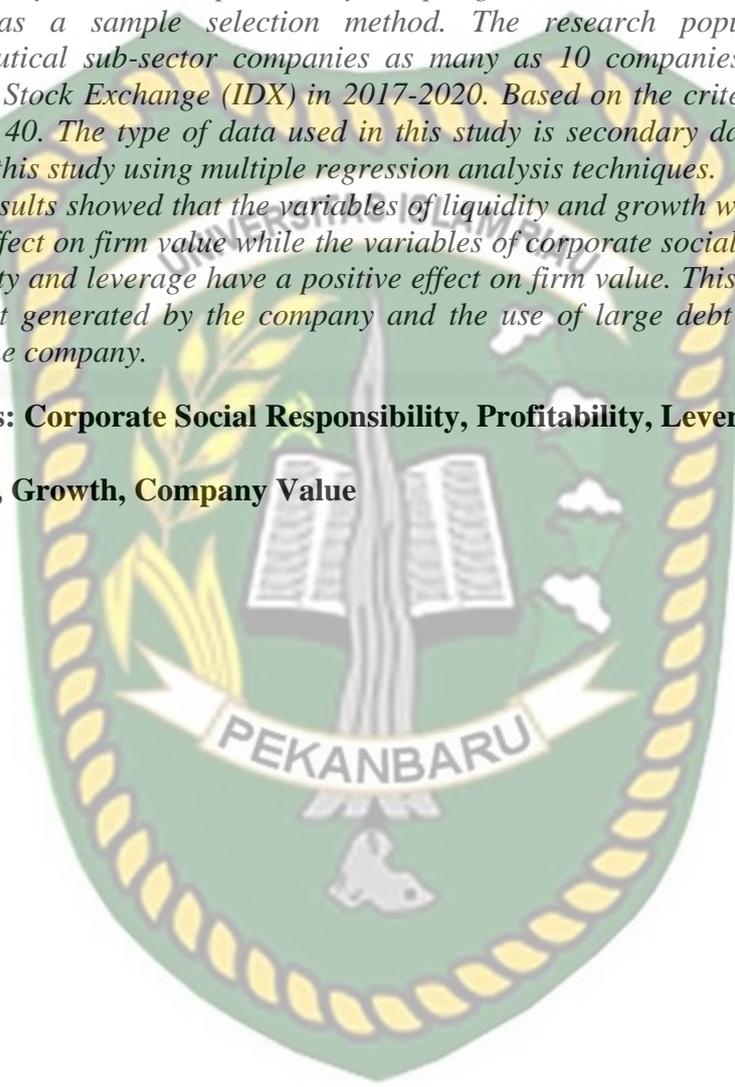
This study uses a non-probability sampling method with saturated sampling (census) as a sample selection method. The research population is the pharmaceutical sub-sector companies as many as 10 companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2017-2020. Based on the criteria obtained a sample of 40. The type of data used in this study is secondary data. Hypothesis testing in this study using multiple regression analysis techniques.

The results showed that the variables of liquidity and growth were not. have a positive effect on firm value while the variables of corporate social responsibility, profitability and leverage have a positive effect on firm value. This is because the high profit generated by the company and the use of large debt will affect the value of the company.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage, Liquidity, Growth, Company Value

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakaatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji syukur atas kehadiran Allah Swt yang telah memberikan nikmat dan karunianya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh Corporate Sosial Responsibility, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Growth terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020**. Shalawat beriring salam tak lupa pula penulis sampaikan kepada junjungan besar Nabi muhammad SAW dengan membacakan *allahumma sholli'ala Muhammad wa'ala ali Muhammad*.

Tujuan penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar S1 di Fakultas Ekonomi Prodi Akuntansi Universitas Islam Riau. Penulis menyadari bahwa dalam melakukan penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kelemahan dan keterbatasan. Oleh karena itu, penulis dengan hati yang terbuka menerima masukan dan arahan yang bersifat positif demi membangun kesempurnaan skripsi ini.

Untuk itu, penulis juga mengucapkan rasa terimakasih yang begitu dalam kepada :

1. Bapak Prof. H. Syafrinaldi SH, MCL, selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Ibu Dr. Eva Sundari, SE., MM. CRBC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Ibu Dr. Hj. Siska, SE, M.Si, AK, CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau

4. Bapak Dian Saputra., SE., M.Acc.,Ak.,CA.,ACPA selaku Sekretaris Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau
5. Ibu Dra. Eny Wahyuningsih, M.Si., Ak., CA selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah banyak yang memberikan ide/masukan hingga skripsi ini selesai
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Akuntansi yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan
7. Bapak dan Ibu staf, Karyawan/Pegawai tata usaha, pustaka yang sudah membantu meringankan keperluan yang penulis butuhkan dalam pembuatan skripsi ini.
8. Kepada kedua orang tua saya, Ayahanda dan Ibunda Tercinta (Kusdi dan Nanik Kinarsih). terimakasih atas kasih dan sayang yang ayah dan ibu berikan kepada penulis serta Ridho dan Do'a yang tak pernah henti diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan perkuliahan ini
9. Kepada mas, kakak dan adek kandung saya (Ahmad Fakhrurozi, Indah Permata Sari, dan Amelia Dewi Safitri), terimakasih atas do'a dan support yang diberikan setiap waktu.
10. Teman-teman saya Astrida Ratu Paksi, Ananda Putri Maghfira, Dedek Suryaningtias, Sisfitriani, Danada Sriwijaya yang telah mensupport dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Teman-teman dikelas Akuntansi /B/2017, terimakasih atas kebersamaannya selama kuliah Di Universitas Islam Riau, semoga ilmu yang kita dapat ini berkah dan bermanfaat .

Pekanbaru, 6 Januari 2022

Erna Rosmawati

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	13
2.1 Telaah Pustaka.....	13
2.1.1 Nilai Perusahaan	13
2.1.2 Corporate Sosial Responsibility	17
2.1.3 Profitabilitas	21
2.1.4 Leverage	24
2.1.5 Likuiditas	28
2.1.6 Growth.....	32
2.1.7 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	32
2.1.8 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan	32
2.1.9 Pengaruh Leverage Terhadap Nilai perusahaan	33
2.1.10 Pengaruh Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan	33
2.1.11 Pengaruh Growth Terhadap Nilai Perusahaan	33
2.1.12 Penelitian Terdahulu.....	34
2.1.13 Kerangka Penelitian	37
2.2 Hipotesis Penelitian	38
BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Desain Penelitian	39
3.2 Objek Penelitian	39
3.3 Operasional Variabel	39
3.3.1 Variabel Dependen	39
3.3.2 Variabel Independen.....	40
3.4 Populasi dan Sampel	43
3.5 Jenis dan Sumber Data	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	44
3.7 Teknik Analisa Data	44
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	44
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas	45

b. Uji Multikolinearitas	46
c. Uji Heteroskedastisitas	47
d. Uji Autokorelasi	48
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	49
3.7.4 Pengujian Hipotesis	50
a. Uji f	50
b. Uji t	50
3.7.5 Koefisien Determinasi	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Statistik Deskriptif	55
4.2.2 Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolinearitas	58
c. Uji Heteroskedastisitas	59
d. Uji Autokorelasi	60
4.2.3 Analisis Regresi Berganda	61
4.2.4 Uji Hipotesis	63
a. Uji f	63
b. Uji t	64
4.2.5 Koefisien Determinasi	65
4.3 Pembahasan	66
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi tahun 2017-2020	2
Tabel 2.1 Tinjauan atas Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Populasi Perusahaan Farmasi	42
Tabel 4.1 Analisa statistic Deskriptif pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi tahun 2017-2020	54
Tabel 4.2 Uji Multikolinearitas	58
Tabel 4.3 Autokorelasi	59
Tabel 4.4 Analisis Regresi berganda.....	60
Tabel 4.5 Uji Anova.....	62
Tabel 4.6 Uji t	63
Tabel 4.7 Koefisien Determinasi.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Penelitian.....	36
4.1 Uji Normalitas.....	56
4.3 Uji Heterokedatisitas.....	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Index GRI

Lampiran 2 :Perusahaan yang masuk dalam sampel penelitian

Lampiran 3 : Data variabel Corporate Social Responsibility

Lampiran 4 : Data Variabel Profitabilitas

Lampiran 5 : Data Variabel Leverage

Lampiran 6 : Data Variabel Likuiditas

Lampiran 7 : Data Variabel Growth

Lampiran 8 : Data Variabel Nilai Perusahaan

Lampiran 9 : Hasil SPS



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di Era globalisasi seperti sekarang ini ekonomi adalah sesuatu yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Persaingan dalam dunia usaha yang bebas seperti sekarang ini semakin ketat, dilihat dari banyaknya perusahaan yang berdiri dan berkembang sesuai dengan bertambahnya unit usaha atau meningkatnya kegiatan ekonomi yang ditandai dengan meningkatnya kebutuhan pasar. Bursa Efek Indonesia dapat dijadikan tempat pasar modal yang memiliki peran penting dalam perekonomian Negara karena dapat memberikan sarana bagi masyarakat umum untuk berinvestasi dan sebagai sarana mencari tambahan modal bagi perusahaan *go public*.

Perusahaan telah memberikan kontribusi dalam perkembangan ekonomi yang signifikan di Indonesia. Perusahaan yang dimaksud adalah perusahaan manufaktur sub sector farmasi yang telah didaftarkan di Bursa Efek Indonesia (BEI). Perusahaan farmasi dipilih oleh masyarakat Indonesia dalam rangka memenuhi kebutuhan pemenuhan kesehatan di Indonesia. Di bawah ini akan dijabarkan nilai perusahaan manufaktur sub sector farmasi yang ada di BEI tahun 2017-2020.

Tabel 1.1

Nilai perusahaan manufaktur sub sektor farmasi tahun 2017-2020

No.	Nama Perusahaan	PBV (<i>Price Book Value</i>) (persen)			
		2017	2018	2019	2020
1	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	2,99	4,27	4,16	7,12
2	Kalbe Farma Tbk.	5,97	4,89	5,14	6,73
3	Kimia Farma Tbk.	5,83	5,19	5,88	3,32
4	Merck Tbk.	6,24	3,02	3,00	0,12
5	Pyridam Farma Tbk.	0,90	0,89	0,80	3,31

Sumber: www.idx.co.id

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa nilai perusahaan manufaktur subsektor farmasi yang melalui *Price Book Value* terlihat adanya fluktuasi dan nada yang menurun dari tahun 2017-2020. *Price to Book Value* merupakan salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. *Price to Book Value* dapat digunakan sebagai perbandingan antara harga saham dengan nilai buku per lembar saham. Rasio nilai perusahaan manufaktur farmasi paling kecil pada perusahaan Pyridam Farma Tbk tahun 2019 sebesar 0,80, namun perusahaan ini mengalami kenaikan nilai PBS setiap tahunnya. Rasio paling besar pada perusahaan Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk tahun 2020 sebesar 7,12 dan juga mengalami peningkatan dari tahun 2017 hingga tahun 2020.

Berdasarkan kejadian tersebut, rasio nilai perusahaan Industrial Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk., Kalbe Farma Tbk., dan Kimia Farma Tbk. mengalami fluktuasi sedangkan nilai perusahaan Merck Tbk. dan

Pyridam Farma Tbk. menurun dari tahun ke tahunnya. Adanya nilai perusahaan yang menurun akan berefek pada keputusan konsumen untuk berinvestasi dan juga berpengaruh pada kesuksesan investor di masa yang akan datang.

Nilai perusahaan kimia farma mengalami penurunan pada tahun 2020 hal ini disebabkan karena adanya pandemi covid 19 di awal tahun 2020. Menghadapi tantangan di masa pandemi, jaringan apotek Kimia Farma menerapkan protokol yang ketat di seluruh outlet. Hal ini adalah untuk mengurangi kekhawatiran masyarakat akan penyebaran COVID-19 yang sekaligus juga untuk menjaga kesehatan dan keselamatan karyawan Perseroan.

Tantangan yang dihadapi berikutnya adalah menurunnya kunjungan pelanggan ke *outlet*. Segmen ritel masih menjadi penyumbang dominan untuk penjualan konsolidasian meskipun mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun lalu karena turunnya kunjungan ritel akibat penerapan kebijakan PSBB daerah selama pandemi COVID-19.

Terdapat sejumlah factor yang mempengaruhi turun naiknya nilai pada perusahaan yaitu CSR, profitabilitas, *leverage*, likuiditas, dan *growth*. Aspek pertama yang memberi pengaruh nilai perusahaan yakni *Corporate Social Responsibility* (CSR). Ketika perusahaan semakin berkembang, pada saat itu pula tingkat kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan semakin tinggi yang disebabkan adanya eksploitasi perusahaan secara tidak terkendali terhadap berbagai sumber daya untuk meningkatkan laba yang dapat mengganggu keseimbangan kehidupan. Dalam situasi seperti ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu keharusan untuk meminimalisir berbagai dampak negatif dengan tujuan menjadikan perusahaan yang tangguh

dan *sustainable* (berkelanjutan). Kesadaran terhadap pentingnya melaksanakan CSR diakui oleh banyak komponenn perusahaan. Supaya bisnis dapat bertahan maka perusahaan wajib merubah kontrak sosialnya dengan mengkondisikan bisnis menjadi bagian dari sistem politik dan social yang ada. Apabila perusahaan memiliki respon yang baik terhadap apa yang dituntut masyarakat maka segala kegiatan terkait bisni dapat diterima masyarakat. Oleh karena itu, CSR tidak lagi dibebankan sebagai biaya bagi perusahaan tetapi investasi dalam waktu lama atau jangka panjang untuk membangun hubungan social dan imej yang positif di depan umum sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen pada perusahaan serta mnambah nilai perusahaan.

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan adalah profitabilitas, yaitu salah satu kapabilitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada waktu tertentu. Jika terjadi penurunan penghasilan atau rendahnya keuntungan, menunjukkan kinerja perusahaan yang kurang maksimal. Jika perusahaan kurang bagus dan keuntungan rendah, perusahaan akan sulit mendapatkan modal dari pihak luar sebab target utama perusahaan yakni memperoleh keuntungan yang besar untuk kemakmuran investor. (Jarlah, 2016).

Selanjutnya faktor ketiga yang mempengaruhi nilai perusahaan yakni leverage. Perusahaan akan mengupayakan berbagai cara termasuk mencari sumber pendanaan dari dalam ataupun dari luar perusahaan. Sumber dana dari dalam (internal) misalnya laba yang ditahan dan depresiasi sedangkan dana dari luar (eksternal) didapatkan dari hutang, surat-srat berharga, saham baru, emisi, pemasok, diskon pembelian dan lain-lain. Semakin tinggi perusahaan dengan

sumber dana hutang semakin besar risiko perusahaan akan adanya kesulitan karena membayar bunga tetap yang terlalu besar khususnya *debt holders* tiap tahunnya dimana laba bersih yang belum pasti, hal ini sesuai dengan teori trade off (Brigham dan Houston, 2015). Akan tetapi pada saat ini, lebih banyak perusahaan yang abai terhadap teori tersebut lebih parahnya lagi ada perusahaan yang memilih meningkatkan proporsi hutang sebagai pilihan supaya perusahaan terus berkembang. Pada penelitian ini menggunakan DER (*Debt Equity Ratio*) sebagai bagian dari leverage yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan modalnya sendiri. Jika nilai DER semakin kecil maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam mempertahankan kondisi perusahaannya (Mahendra, 2011).

Faktor keempat yang memberi pengaruh nilai perusahaan yakni likuiditas. Melalui nilai likuiditas dapat dilihat kemampuan perusahaan dalam pemenuhan kewajiban jangka pendek, dimana jika nilai likuiditasnya baik investor menganggap perusahaan mempunyai kinerja yang baik pula. Menurut Sartono (2010:114) Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban finansial jangka pendek sesuai dengan periodenya yang diukur dengan *current ratio* (CR) dimana aktiva lancar (*current asset*) dibandingkan dengan hutang lancar (*current liabilities*).

Faktor kelima yang memberi pengaruh nilai perusahaan yakni *growth*. Pertumbuhan (*Growth*) dipilih menjadi salah satu variabel yang berpengaruh pada nilai perusahaan karena jika kemampuan perusahaan baik dalam menghasilkan keuntungan maka investor mengharapkan return yang besar pula

sehingga akan banyak investor yang berminat pada perusahaan tersebut (Solihah dan Taswan (2002).

Pertumbuhan (*Growth*) merupakan tolak ukur perusahaan dalam memposisikan dirinya dalam system ekonomi di industry yang setara. Biasanya pertumbuhan perusahaan yang cepat akan mendapatkan hasil positif yang artinya posisinya pada dunia kompetitornya usaha akan lebih mantap, perusahaan akan merasakan peningkatan penjualan yang signifikan ditambah dengan pangsa pasar yang juga meningkat. Pertumbuhan cepat perusahaan akan mempengaruhi juga laba yang dinikmati dan adanya citra positif perusahaan, namun perusahaan harus sangat hati-hati karena sukses yang didapatkan akan menyebabkan akan mudah munculnya isu negative dan memaksa manusia harus berkontribusi optimal.

Hasil penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas dan *Growth* terhadap Nilai Perusahaan mengalami perbedaan. Penelitian pendukung dilaksanakan oleh Sukarya & Baskara yang dilakukan di perusahaan pada sektor *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016, menyatakan dalam penelitian berimplikasi terhadap informasi yang diperoleh investor bahwa adanya pengaruh profitabilitas dengan nilai perusahaan dimana semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Variabel *Leverage* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan namun secara parsial variabel *leverage* berpengaruh negative tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel selanjutnya yakni likuiditas yang berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa jika nilai likuiditas

tinggi maka akan membuat nilai perusahaan akan semakin meningkat (Sukarya & Baskara, 2019).

Kemudian penelitian lainnya yang mendukung penelitian ini yang dilakukan oleh Mahardikari yang dilakukan di perusahaan industri yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019, menyatakan variabel *Profitability* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pengeloaan laba yang baik dan tingginya pengembalian investasi akan memengaruhi meningkatnya nilai perusahaan. Variabel *Liquidity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Pemenuhan hutang jangka pendek yang menggunakan aset lancar berjalan dengan baik. Variabel *Leverage* dan variabel *dividend policy* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel *firm growth* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan (Mahardikari, 2021).

Seperti penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rimba Kusumadilaga (2010) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan (Kusumadilaga, 2010). Penelitian yang dilakukan oleh Umro, Madinal dan Fidiana (2016) juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Umro, 2018).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Santy Kusumaningrum (2016) menyatakan bahwa struktur modal, profitabilitas, dan *growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Perusahaan perlu memperhatikan struktur modal, profitabilitas, dan *growth* sehingga ketika mengalami peningkatan

ketiga variabel tersebut maka investor akan tertarik dengan perusahaan tersebut dengan menginvestasikan modal (Kusumaningrum, 2016).

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Dwi Novitasari (2019) penelitian ini menyatakan bahwa variabel CSR, likuiditas, dan variabel ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel profitabilitas, kebijakan deviden memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Novitasari, 2019). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ni Komang Yulan Surmadewi (2019) menyatakan hasil analisis ditemukan bahwa variabel likuiditas tidak mempengaruhi nilai perusahaan namun variabel *leverage* dan profitabilitas berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan (Surmadewi & Saputra, 2019).

Selanjutnya yang dilakukan oleh Alifian Halid Sofian (2019) hasil penelitian menunjukkan variabel CSR, likuiditas, dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas dan *growth* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu oleh Loekito dan Setiawati (2021) berkaitan dengan analisis pengaruh *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2017–2019 dengan hasil penelitian bahwa tidak ada pengaruh CSR pada nilai perusahaan sebab rendahnya pengungkapan yang dilakukan perusahaan. Oleh sebab itu investor beranggapan CSR bukan pedoman dalam keputusan pembelian saham. Hal lainnya yang menyebabkan banyak perusahaan tidak menggunakan GRI G4 sebagai pedoman dalam program tanggung jawab sosial perusahaan mereka.

Terlihat hasil penelitian yang berbeda yang dilakukan sebelumnya yang menyebabkan perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Berdasarkan ketidak konsistenan hasil penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk memperluas penelitian terhadap masalah yang sama. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI. Alasan peneliti melakukan penelitian pada perusahaan sub sektor farmasi yaitu karena perusahaan farmasi merupakan perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang besar di Indonesia.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, Leverage, Likuiditas dan Growth terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020 ?
2. Apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020 ?
3. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020?
4. Apakah Likuiditas berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020?

5. Apakah *Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020?
6. Apakah *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan *Growth* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020.
2. Untuk menganalisis pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020.
3. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020.
4. Untuk menganalisis pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020.
5. Untuk menganalisis pengaruh *Growth* terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020.
6. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Sosial Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan *Growth* terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI 2017-2020?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun dari hasil penelitian, diharapkan nantinya dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak antara lain :

- A. Bagi Penulis : Untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan dan menambah pengetahuan serta informasi mengenai factor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan
- B. Bagi Perusahaan : Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan
- C. Bagi Penelitian Selanjutnya : Dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan latar belakang masalah penyusunan penelitian ini, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori yang mendukung penelitian ini, hasil-hasil penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi penjelasan mengenai objek penelitian, definisi variable penelitian, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil dan pembahasan mengenai bagaimana *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan *Growth* berpengaruh terhadap Nilai perusahaan

BAB V : SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diajukan yaitu berkaitan dengan penelitian dan merupakan anjuran yang dapat berguna bagi penelitian selanjutnya



BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Telaah Pustaka

2.1.1 Nilai Perusahaan

2.1.1.1 Pengertian Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang ditunjukkan berdasarkan harga saham yang dibentuk oleh penawaran dan permintaan pasar modal yang mewakili penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan (Harmono (2009:233))

Nilai perusahaan merupakan nilai jual sebuah perusahaan sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi dimana kelebihan nilai jual nilai likuiditas adalah nilai dari manajemen organisasi yang dijalankan perusahaan (Sartono (2010:487))

Dalam sebuah perusahaan perlu meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan itu penting bagi perusahaan karena dengan hal tersebut berarti juga memaksimalkan tujuan utama dari sebuah perusahaan. Meningkatkan nilai perusahaan ialah sebuah prestasi yang diharapkan oleh para pemilik perusahaan, karena dengan meningkatnya sebuah nilai perusahaan maka akan memberikan kesejahteraan bagi pemilik perusahaan.

2.1.1.2 Jenis-jenis Nilai perusahaan

Menurut yulius dan Tarigan (2007:3) berdasarkan metode perhitungan yang digunakan terdapat lima jenis nilai perusahaan yaitu:

a) Nilai Pasar

Disebut dengan nilai pasar karena terjadi dari proses tawar-menawar dipasar saham dengan kurs harga yang bisa ditentukan jika penjualan saham dilakukan di pasar saham

b) Nilai Nominal

Nilai nominal ialah nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan yang disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan dan ditulis secara jelas dalam surat saham kolektif

c) Nilai Buku

Nilai buku merupakan nilai perusahaan yang dihitung berdasarkan konsep dasar akuntansi. Perhitungannya yaitu dengan cara membagi selisih antara total aset dan total utang dengan jumlah saham yang beredar.

d) Nilai Intrinsik

Nilai intrinsik merupakan konsep yang paling abstrak, karena mengacu pada perkiraannya nilai riil dalam suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep intrinsik bukan sekedar harga dari sekumpulan asetnya, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan dalam menghasilkan keuntungan kedepannya.

e) Nilai Likuiditas

Nilai likuiditas merupakan nilai jualnya seluruh aset perusahaan setelah dikurangnya semua kewajiban yang harus dikurangi. Perhitungan nilai likuiditas yaitu dengan cara yang sama dengan nilai buku, yaitu berdasarkan neraca performa yang disiapkan ketika suatu perusahaannya akan dilikuiditas

2.1.1.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio yang disebut rasio penilaian. Rasio penilaian menurut Sudana (2011:23) ialah rasio yang terkait dengan penilaian kinerja saham perusahaan yang telah diperdagangkannya dipasar modal. Ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam mengukur nilai perusahaan yaitu sebagai berikut :

a) *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Brigham dan Houston (2006:110) *Price earning ratio* (PER) menunjukkan berapa banyak uang yang rela dikeluarkan oleh para investor untuk membayar setiap dolar laba yang dilaporkan. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besarnya perbandingan antara harga saham perusahaan dengan keuntungan yang diperolehnya para pemegang saham.

Price earning ratio (PER) berfungsi untuk mengukur laba yang diharapkan dimasa yang akan datang. Perhitungan PER yaitu semakin besar PER, maka semakin besar pula kemungkinannya perusahaan untuk tumbuh sehingga dapat meningkatkannya nilai suatu perusahaan.

Rumus PER :

$$PER = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Earning per Share}}$$

b) *Price to Book Value* (PBV)

Menurut Fakhruddin dan Hadianto (2001) *Price to Book Value* (PBV) ialah rasio apakah harga saham yang diperdagangkannya overvalued (diatas) atau undervalued (dibawah) nilai buku saham tersebut.

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar dalam menghargai nilai buku saham dalam suatu perusahaan. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang relative terhadap jumlah modal yang telah diinvestasikan. Perhitungan PBV yaitu semakin tinggi rasio maka pasar percaya akan sebuah prospek perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio PBV juga akan semakin tinggi pula perusahaan dapat dinilai oleh para investor dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Rumus PBV:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

c) Tobin's Q

Alternative lain yang digunakan dalam mengukur nilai perusahaan ialah dengan menggunakan metode Tobin's Q yang dikembangkan oleh James Tobin. Tobin's Q dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham perusahaan dengan nilai buku ekuitas perusahaan (Weston dan Copeland, 2001). Rasio Q lebih unggul dibandingkan dengan rasio nilai pasar terhadap nilai buku karena rasio Q ini hanya fokus pada beberapa nilai perusahaan saat ini secara relative terhadap berapa biaya yang dibutuhkan untuk menggantinya saat ini.

Rumus Q :

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

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

EMV : Nilai pasar Ekuitas

EBV : Nilai buku dari total aktiva

D : Nilai buku dari total hutang

2.1.2 Corporate Social Responsibility

2.1.2.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

Menurut Sudana (2011:10) *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah “...tanggung jawab sebuah organisasi perusahaan terhadap dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatannya kepada masyarakat dan lingkungan”

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) dalam Hery (2012:138) mendefinisikan CSR sebagai berikut :

“*Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi para pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan, keluarga, komunitas setempat, maupun masyarakat umum untuk pembangunan” *Trinidad dan Tobacco Bureau of Standards* (TTBS) dalam Hery (2012:138), mendefinisikan CSR sebagai berikut : “*Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai komitmen usaha untuk bertindak etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas”

Dari definisi-definisi diatas dapat disimpulkan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu komitmen perusahaan dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan berkontribusi yang memperhatikan tanggung jawab social perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan terhadap aspek ekonomis, social, dan lingkungan. Dalam suatu konsep CSR diharapkan mampu memberikan inovasi baru dalam pemberdayaan masyarakat miskin. Dalam sisi

perusahaan pelaksanaan CSR diharapkan mampu memberikan kelancaran operasional perusahaan tanpa ada gangguan.

Stakeholder Theory

Stakeholder Theory adalah teori yang menjelaskan bagaimana manajemen mengelola atau memenuhi harapan para stakeholder. Teori ini juga digunakan untuk suatu organisasi agar dapat mengungkapkan informasi mengenai kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka melebihi permintaan wajibnya untuk memenuhi harapan para stakeholder.

Signaling Theory

Teori sinyal ini dapat memberikan dorongan perusahaan yang berkualitas baik untuk memberikan sinyal pada pasar. Dengan adanya teori sinyal ini diharapkan pasar dapat melihat perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Teori sinyal ini digunakan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal, misalnya investor atau kreditor.

2.1.2.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut princess of wales foundation dalam sukmadi (2010:138), ada lima hal yang dapat mempengaruhi implementasi CSR yaitu :

1. Menyangkut human capital atau pemberdayaan manusia
2. *Environment* yang berbicara tentang lingkungan
3. *Good corporate governance*
4. Social cohesan, yaitu dalam pelaksanaan CSR jangan sampai menimbulkan kecemburuan sosial

5. Economic strength, atau memberdayakan lingkungan menuju kemandirian dibidang ekonomi

2.1.2.3 Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Chrowther David dalam Hadi (2014:59) prinsip-prinsip CSR adalah sebagai berikut :

Sustainability

Sustainability berkaitan dengan dampak yang akan terjadi dimasa depan akibat tindakan perusahaan dalam mencakup jumlah dan kualitas sumber daya alam yang dikonsumsi oleh korporasi yang mampu dipulihkan kembali untuk kehidupan masa depan

Accountability

Accountability merupakan upaya tanggung jawab perusahaan atas aktivitas yang telah dilakukan. Aktivitas perusahaan tidak hanya berfokus pada pemiliknya saja tetapi juga harus pada seluruh stakeholder baik internal maupun eksternal. Dalam pengambilan keputusan harus mempertimbangkan manfaat dan dampaknya terhadap internal dan eksternal stakeholder

Transparency

Transparency merupakan prinsip penting bagi lingkungan eksternal. Karena apapun tindakan perusahaan yang berdampak dan berpengaruh terhadap lingkungan eksternal maka perlu dikomunikasikan terlebih dahulu secara detail latar belakang tindakan yang dilakukan dan tujuannya pada masyarakat sekitar.

2.1.2.4 Manfaat *Corporate Social Responsibility* bagi perusahaan

- a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan

- b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara social
- c. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
- d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha
- e. Membuka peluang pasar yang lebih luas
- f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah
- g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders
- h. Memperbaiki hubungan dengan regulator
- i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
- j. Peluang mendapatkan penghargaan

2.1.2.5 Pengukuran *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Terdapat lima pendekatan pengukuran CSR, yaitu : pengukuran yang didasari dari sisi analisis laporan tahunan dan laporan pengungkapan yang diperoleh dari survey berdasarkan kuesioner, indikator-indikator reputasi perusahaan, dan data yang dihasilakn dari pengukuran organisasi. Pendekatan pertama pengukuran CSR dengan menggunakan analisis laporan keuangan dan laporan pengungkapan CSR. Metode pengukuran CSR tersebut berfokus pada pengungkapan laporan CSR yang diterbitkan khusus oleh perusahaan. Pendekatan CSR yang kedua yaitu dengan metode pengukuran CSR yang berfokus pada satu dimensi CSR yaitu sosial yang umumnya dilaksanakan oleh bagian eksternal perusahaan. Pendekatan CSR yang ketiga yaitu pendekatan berdasarkan kuesioner yang merupakan sebuah wujud pengukuran persepsi. Pendekatan CSR yang keempat yaitu menggunakan indicator reputasi perusahaan dalam pengukuran CSR. Indicator reputasi tersebut seperti yang dirasakan oleh pihak eksternal perusahaan. Pendekatan yang terakhir atau yang kelima yaitu dengan metode yang

menggunakan data yang dihasilkan oleh pengukuran organisasi yang merupakan hasil dari agen eksternal menggunakan pengukuran multidimensional.

Total item CSR terdiri dari item *environment, community, dan employment* dengan total item berjumlah antara 63-78, tergantung sektor industry perusahaan. Menurut Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa perhitungan indeks CSRDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan ekonomi yaitu:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pengungkapan

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pengungkapan

Rumus perhitungan indeks CSRDI adalah sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI = *Corporate Social Responsibility Disclousure Index*

X_{ij} = Dummy variabel; 1 = jika 1 item diungkapkan, 0 = jika 1 item tidak diungkapkan dengan demikian $0 \leq CSRDI \leq 1$

n_j = jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

2.1.3 Profitabilitas

2.1.3.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Hery (2016:143) Profitabilitas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang dikelola dengan baik akan menghasilkan kinerja keuangan yang baik pula, yaitu dengan terciptanya laba yang besar. Dengan adanya laba yang besar dapat menarik kreditor dan investor untuk menanamkan modal diperusahaan.

Profitabilitas yang baik juga menunjukkan seberapa baik pengelolaan manajemen keuangan dalam suatu perusahaan.

2.1.3.2 Tujuan dan manfaat Rasio Profitabilitas

Menurut Kasmir (2016:197) Tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

- a. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam periode tertentu
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri
- e. Untuk mengukur profitabilitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri
- f. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri
- g. Dan tujuan lainnya

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

- a. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- b. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri

- e. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan modal pinjaman maupun modal sendiri
- f. Manfaat lainnya

2.1.3.3 Jenis-jenis Pengukuran Rasio Profitabilitas

Sesuai tujuan yang akan dicapai, terdapat beberapa jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Dan masing-masing jenis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi keuangan perusahaan dalam satu periode atau untuk beberapa periode tertentu. Rasio profitabilitas antara lain:

a) *Gross Profit Margin*

Rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba kotor dengan tingkat penjualan

Rumus *Gross Profit Margin* :

$$\text{Margin laba kotor} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

b) *Net Profit Margin*

Rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba bersih setelah pajak dengan tingkat penjualan

Rumus *Net Profit Margin* :

$$\text{Margin laba bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

c) *Return On Assets (ROA)*

Menurut Kasmir (2016:201) Return ini digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan menggunakan total asset yang telah dimiliki. *Return On Assets (ROA)* juga sering disebut dengan

Return On Investment (ROI) cara perhitungannya yaitu dengan diperolehnya perbandingan antara laba bersih setelah pajak terhadap total aktiva.

Rumus ROA :

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Assets}}$$

d) *Return On Equity*

Rasio yang digunakan untuk mengukur laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.

Rumus ROE :

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

e) *Earning per Share of Common Stock* (Laba Per lembar Saham Biasa)

Rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham.

Rumus *Earning per Share of Common Stock* :

$$\text{Laba per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang beredar}}$$

2.1.4 Leverage

2.1.4.1 Pengertian *Leverage*

Menurut Kasmir (2016:151) rasio *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiaya dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivitya.

Rasio *leverage* digunakan perusahaan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjang.

Pengukuran rasio *leverage* dapat dilakukan dengan dua pendekatan yaitu :

Pendekatan neraca, yaitu mengukur rasio-rasio neraca dan sejauh mana pinjaman digunakan untuk permodalan

Pendekatan labaporan laba rugi, yaitu mengukur dengan menggunakan rasio-rasio yang ada dilaporan laba rugi.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Menurut Kasmir (2016:153) Tujuan dan manfaat rasio *Leverage* adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor)
- b. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
- c. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
- d. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
- e. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva
- f. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
- g. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki
- h. Tujuan lainnya

Sementara itu, manfaat rasio *leverage* adalah:

- a. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban modal kepada pihak lainnya
- b. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga)
- c. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
- d. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang
- e. Untuk menganalisis seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva
- f. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
- g. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri
- h. Manfaat lainnya

2.1.4.3 Jenis-jenis Pengukuran Rasio *Leverage*

Rasio leverage terdiri dari beberapa bagian antara lain :

- a) *Debt to Assets Ratio* atau *Debt Ratio*

Rasio ini terlibat perbandingan utang perusahaan yaitu dengan cara melihat perbandingan total utang dibagi dengan total asset.

Rumus *Debt to Assets Ratio* :

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{Total debt}}{\text{Total Assets}}$$

- b) *Debt to Equity Ratio*

Perhitungan rasio ini yaitu dengan membandingkan seluruh jumlah utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas

Rumus *Debt to Equity Ratio* :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Total Ekuitas (Equity)}}$$

c) *Times Interest Earned Ratio*

Perhitungan rasio ini yaitu dengan membandingkan laba perusahaan dengan beban bunga yang ditanggungnya. Rasio ini juga menggunakan laporan laba rugi untuk menilai kemampuan perusahaan dalam membayar hutang-hutangnya.

Rumus *Times Interest Earned* :

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{EBIT}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

d) *Long-Term Debt to Total Capitalization*

Rasio ini bersumber dari utang jangka panjang yang terdapat dalam sumber dana pinjaman seperti obligasi dan sejenisnya.

Rumus LTDtER :

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{Equity}}$$

e) *Fixed Charge Coverage*

Rasio ini disebut juga dengan rasio menutup beban tetap, yaitu kemampuan perusahaan yang luas dapat menutup beban tetap dibandingkan dengan rasio kelipatan pembayaran bunga karena pembayaran beban bunga tetap yang berkenaan dengan sewa guna usaha.

Rumus *Fixed Charge Coverage* :

$$\text{Fixed Charge Coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya Bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}$$

2.1.5 Likuiditas

2.1.5.1 Pengertian Likuiditas

Menurut Hery (2016:142) rasio likuiditas merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya yang segera jatuh tempo. Rasio likuiditas diperlukan untuk kepentingan analisis kredit atau analisis risiko keuangan.

Menurut Kasmir (2016:130) Rasio likuiditas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Dengan cara membandingkan komponen yang ada di neraca, yaitu total aktiva lancar dengan total passiva lancar (utang jangka pendek). Rasio likuiditas juga digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam membiayai dan memenuhi kewajiban atau utang yang sudah jatuh tempo pembayaran.

2.1.5.2 Tujuan dan Manfaat Rasio Likuiditas

Menurut Kasmir (2016:131) berikut ini adalah tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas:

- 1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih. Artinya kewajiban yang sudah seharusnya dibayar sesuai dengan waktu yang sudah ditetapkan atau disepakati bersama.
- 2) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya yaitu

jumlah aktiva yang berumur dibawah satu tahun atau sama dengan satu tahun dibandingkan dengan total aktiva lancar.

- 3) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Cara perhitungannya yaitu aktiva lancar dikurangi dengan sediaan dan piutang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
- 4) Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan
- 5) Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia dip perusahaan untuk membayar utang
- 6) Sebagai alat perencanaan kedepannya, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang
- 7) Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya dalam beberapa periode
- 8) Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar
- 9) Sebagai alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki sistem kinerjanya yaitu dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini.

Rasio likuiditas memberikan cukup banyak manfaat bagi banyak pihak seperti kreditor, investor, distributor, dan masyarakat luas dalam menilai kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban kepada pihak ketiga. Kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban tersebut akan memberikan jaminan kepada kreditor untuk nantinya dapat memberikan pinjaman selanjutnya. Kemudian, bagi pihak distributor adanya kemampuan perusahaan dalam

membayar kewajiban tersebut dapat mempermudah dalam memberikan keputusan untuk menyetujui penjualan barang dagangan secara angsuran. Artinya ada jaminan perusahaan dalam membayar pinjaman yang diberikan yang nantinya akan mampu dibayar secara tepat waktu.

2.1.5.3 Jenis-jenis Pengukuran Rasio Likuiditas

Secara umum tujuan utama dari rasio likuiditas adalah untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. Namun disamping kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya jenis rasio likuiditas yang digunakan perlu juga diperhatikan. Dalam mengukur rasio keuangan yang lengkap terdapat jenis-jenis rasio likuiditas yang ada yaitu :

a) Rasio lancar (*Current Ratio*)

Rasio yang digunakan untuk mengukur kewajiban jangka pendek atau utang yang akan jatuh tempo pembayaran. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang akan jatuh tempo. Perhitungan rasio lancar yaitu dengan cara membandingkan antara total aktiva lancar dengan total utang lancar. Aktiva lancar merupakan asset yang dapat digunakan atau dapat dicairkan dalam jangka waktu singkat. Sedangkan utang lancar merupakan kewajiban yang harus segera dilunasi dalam jangka waktu yang singkat atau kurang lebih satu tahun.

Rumus *Current Ratio* :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Utang Lancar}}$$

b) Rasio Cepat (*Quick Ratio*)

Rasio ini dapat digunakan dengan membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai sediaan (*inventory*). Cara mencari rasio ini yaitu dengan diukur dari total aktiva lancar kemudian dikurangi dengan sediaan. Namun terkadang perusahaan juga memasukkan biaya yang dibayar dimuka jika memang ada kemudian dibandingkan dengan seluruh utang lancar.

Rumus *Quick Ratio* :

$$\text{Quick Ratio (Acid Test Ratio)} = \frac{\text{Current Assets} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

c) Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar kewajiban/utang. Ketersediaan uang kas dapat dilihat dari dana kas yang ada di rekening giro atau tabungan di bank yang dapat di tarik sewaktu-waktu.

Rumus *Cash Ratio* :

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Current liabilities}}$$

d) Rasio Perputaran Kas

Rasio ini digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan modal kerja perusahaan yang dibutuhkan untuk membayar tagihan dan membiayai penjualan

Rumus Rasio Perputaran Kas :

$$\text{Rasio Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

e) *Inventory to Net Working Capital*

Rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antar jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja dalam perusahaan.

Rumus *Inventory to NWC* :

$$\text{Inventory to NWC} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}}$$

2.1.6 Growth

2.1.6.1 Pengertian Growth

Menurut Kasmir (2012:107) *growth* merupakan rasio yang dapat menggambarkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan perkembangan perekonomian dalam suatu perusahaan.

Menurut Sofyan (2013:309) *growth* merupakan rasio pertumbuhan yang menggambarkan presentase pertumbuhan pos-pos perusahaan dari tahun ketahun.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertumbuhan asset untuk mengukur pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan asset sendiri mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan asset dihitung sebagai berikut (Rositawati, 2015):

$$\text{Growth Asset} = \frac{St - (St - 1)}{(St - 1)}$$

Keterangan :

St : Asset pada tahun ke t

St-1 : Asset pada periode sebelumnya

2.1.7 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Corporate social responsibility yang baik dilakukan perusahaan untuk memudahkan para *stakeholder* dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Perusahaan juga berharap dengan *Corporate social responsibility* dapat menjaga hubungan yang baik dengan *stakeholder* dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Dengan hal-hal tersebut dapat menjadi reaksi yang positif bagi pasar untuk meningkatkan harga saham. Meningkatnya harga saham mencerminkan bahwa nilai perusahaan adalah meningkat sehingga menjadi daya tarik bagi para investor untuk melakukan kegiatan investasi dengan perusahaan tersebut.

2.1.8 Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas sangatlah penting untuk perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan usahanya dalam jangka panjang. Profitabilitas menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik perusahaan di mata investor dari segi keuangannya. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham. Perusahaan yang memperoleh keuntungan besar, berhubungan juga dengan kemampuan perusahaan untuk membayarkan dividennya sehingga berdampak kepada nilai perusahaan yang semakin meningkat. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut semakin diminati

oleh investor karena tingkat keuntungan akan semakin besar. Kinerja perusahaan yang meningkat akan turut meningkatkan nilai perusahaan.

2.1.9 Pengaruh *Leverage* terhadap Nilai Perusahaan

Secara teori leverage berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Penggunaan kebijakan hutang bisa digunakan untuk menciptakan nilai perusahaan yang diinginkan, namun kebijakan hutang juga tergantung dari pertumbuhan perusahaan yang juga terkait dengan ukuran perusahaan. perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan perusahaan yang baik menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar bunga hutang jika menggunakan hutang untuk dana operasional perusahaan tersebut. Leverage merupakan kebijakan pendanaan yang berkaitan dengan keputusan perusahaan dalam membiayai perusahaan.

2.1.10 Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Likuiditas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang segera harus dipenuhi atau pada saat ditagih. Likuiditas dalam teori berhubungan positif dengan nilai perusahaan. Semakin tinggi likuiditas maka nilai perusahaan tinggi dan semakin rendah likuiditas maka nilai perusahaan rendah. Kemampuan kas yang tinggi akan berdampak terhadap kemampuan kewajiban jangka pendek perusahaan dan berdampak positif terhadap nilai perusahaan

2.1.11 Pengaruh *Growth* terhadap Nilai Perusahaan

Pertumbuhan aset sangat diharapkan bagi perkembangan perusahaan baik secara internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang tinggi memberi tanda bagi perkembangan perusahaan. Hal ini sesuai dengan

Signalling Theory, peningkatan pertumbuhan aset yang dialami oleh perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan berada dalam kondisi kinerja yang baik sehingga mengalami perkembangan dalam perusahaan, ini menjadi sinyal positif bagi investor untuk berinvestasi pada perusahaan, sehingga nilai perusahaan akan menjadi tinggi yang dapat dilihat dari harga saham terdapat dalam perusahaan tersebut. Permintaan saham perusahaan meningkat dan pada akhirnya nilai perusahaan juga meningkat.

2.1.12 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu. Penelitian tersebut antara lain :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil
1	Auliya Kusuma Wardani Mahardikari (2021)	Pengaruh <i>Profitability, Liquidity, Leverage, Dividend Policy, Firm Size, Dan Firm Growth</i> Terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan industri yang ada di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019	Variabel Independen : <i>growth; size; leverage; liquidity, profitability</i> Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	<i>Profitability</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Liquidity</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Leverage</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Dividend policy</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Firm Size</i> tidak adanya pengaruh pada nilai perusahaan. <i>Firm Growth</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

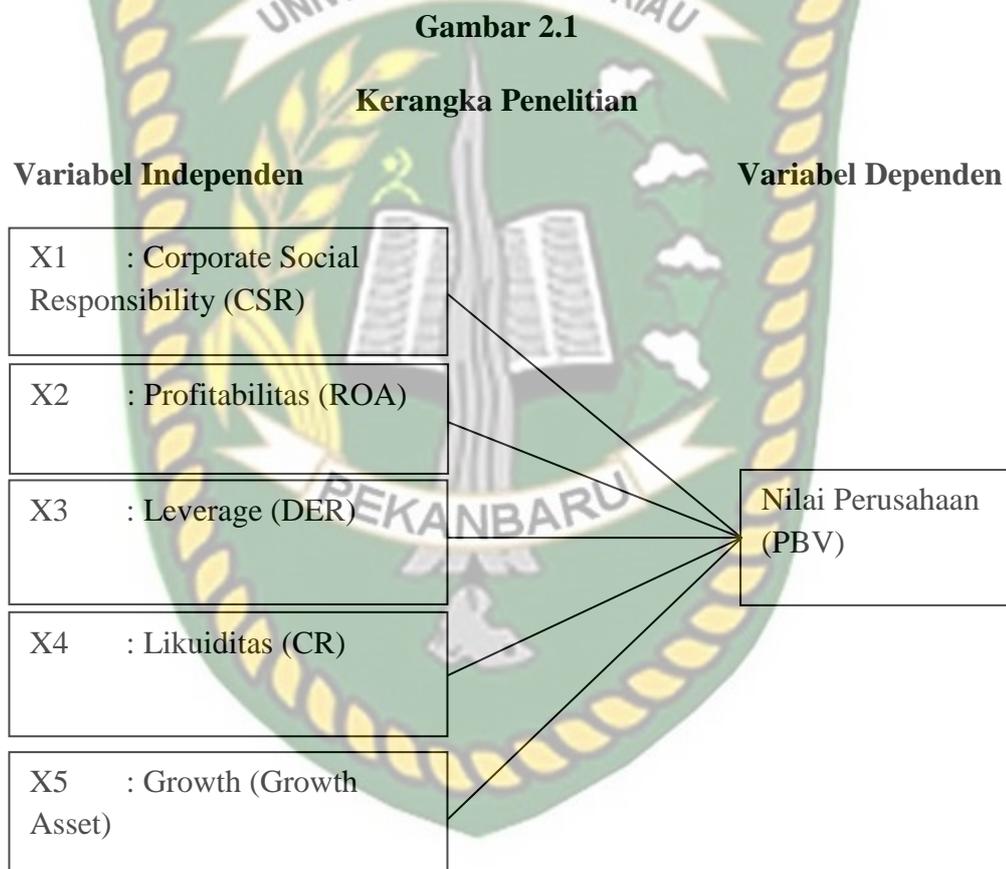
2	I Putu Sukarya, Gde Kajeng Baskara (2019)	Pengaruh Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor <i>food And Beverages</i> di Bursa Efek Indonesiatahun 2014-2016.	Variabel Independen : Profitabilitas, <i>Leverage</i> , Dan Likuiditas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Secara simultan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, dan likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara parsial profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, dan Likuiditas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
3	Santy kusumaningrum (2016)	Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, <i>Growth Opportunity</i> Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2015)	Variabel Independen : Struktur Modal, Profitabilitas, dan <i>Growth</i> Variabel Dependen : Nilai perusahaan	Struktur modal, Profitabilitas, dan <i>Growth</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan
4	Dwi Novitasari (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris	Variabel Independen : <i>Corporate social Responsibility</i> (CSR), Kebijakan Deviden, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran perusahaan Variabel	Variabel CSR, Likuiditas, dan Variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel profitabilitas dan kebijakan deviden berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

		pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017)	Dependen : Nilai Perusahaan	
5	Alfian Halid Sofian (2019)	Analisis Nilai Perusahaan Bank Umum Di Indonesia	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR), Likuiditas, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, dan <i>Growth</i> Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Variabel CSR, Likuiditas, <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan sedangkan Profitabilitas dan <i>Growth</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan
6	Ni Komang Yulan Surmadewi (2019)	Pengaruh Likuiditas, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2017	Variabel Independen : Likuiditas, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Variabel Dependen : Nilai perusahaan	Variabel Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan variabel <i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan
7	Vincent Loekito dan Loh Wenny Setiawati	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-	Variabel Independen : <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran perusahaan dan profitabilitas Variabel Dependen : Nilai Perusahaan	Variabel CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan sedangkan variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

		2019		
--	--	------	--	--

2.1.13 Kerangka Penelitian

Untuk lebih menjelaskan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini maka berikut digambarkan model penelitian yang digunakan



2.2 Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut :

H₁ : *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI

H₂ : Profitabilitas (ROE) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI

H₃ : *Leverage* (DER) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI

H₄ : Likuiditas (CR) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI

H₅ : *Growth* (*Growth Asset*) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI

H₆ : *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan *Growth* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di BEI.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis datanya bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2017-2020 yang mempunyai laporan keuangan yang lengkap

3.3 Definisi Variabel Penelitian

Berdasarkan data penelitian, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena perhitungannya mengacu pada analisis data penelitian yang berupa angka-angka. Variabel-variabel dalam penelitian, antara lain :

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel bebas. Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah Nilai perusahaan yang dapat diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Menurut Fakhruddin dan Hadianto (2001) *Price to*

Book Value (PBV) ialah rasio apakah harga saham yang diperdagangkannya overvalued (diatas) atau undervalued (dibawah) nilai buku saham tersebut.

Price to Book Value (PBV) menggambarkan seberapa besar pasar dalam menghargai nilai buku saham dalam suatu perusahaan. PBV juga menunjukkan seberapa jauh suatu perusahaan dapat menciptakan nilai perusahaan yang relatife terhadap jumlah modal yang telah diinvestasikan. Perhitungan PBV yaitu semakin tinggi rasio maka pasar percaya akan sebuah prospek perusahaan tersebut. Semakin tinggi rasio PBV juga akan semakin tinggi pula perusahaan dapat dinilai oleh para investor dibandingkan dengan dana yang telah ditanamkan di perusahaan.

Rumus PBV:

$$PBV = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.3.2.1 *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility dalam penelitian ini diukur menggunakan CSRDI. Menurut Sayekti dan Wondabio (2007) menyatakan bahwa perhitungan indeks CSRDI dilakukan dengan menggunakan pendekatan ekonomi yaitu:

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pengungkapan

Score 1 : jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pengungkapan

Selanjutnya skor dari keseluruhan item dijumlahkan agar dapat memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Rumus perhitungan indeks CSRDI adalah sebagai berikut :

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRI = *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

X_{ij} = Dummy variabel; 1 = jika 1 item diungkapkan, 0 = jika 1 item tidak diungkapkan dengan demikian $0 \leq CSRDI \leq 1$

n_j = jumlah item untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

3.3.2.2 Profitabilitas

Profitabilitas diukur menggunakan *Return On Equity* (ROE). Menurut Kasmir (2016) Karena dengan menggunakan perhitungan ROE perusahaan dapat menghasilkan laba bersih dengan memakai modal sendiri dan menghasilkan laba bersih bagi investor dan semakin tinggi nilai rasio ROE maka semakin tinggi pula nilai perusahaan maka dapat menjadi daya tarik bagi investor untuk menanamkan modal di perusahaan.

Rumus ROE :

$$Return\ on\ Equity = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.3.2.3 Leverage

Leverage diukur dengan menggunakan DER (*Debt to Equity Ratio*). Menurut Kasmir (2016) perhitungan DER yaitu dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini

berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditur) dengan pemilik perusahaan. Rumus DER adalah sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

3.3.2.4 Likuiditas

Likuiditas diukur dengan menggunakan *Current Ratio*. Menurut Hery (2016) Rasio Lancar (*Current Ratio*) adalah kemampuan aktiva lancar perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar yang dimiliki. Semakin tinggi rasio lancar seharusnya semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek. Tetapi rasio lancar yang terlalu tinggi juga menunjukkan kemampuan manajemen yang buruk atas sumber likuiditas. Rumus *Current Ratio* adalah sebagai berikut :

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Asset Lancar}}{\text{Hutang Lancar}}$$

3.3.2.5 Growth

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertumbuhan asset untuk mengukur pertumbuhan perusahaan. Menurut Rositawati (2015) Pertumbuhan asset sendiri mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan di periode masa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan asset dihitung sebagai berikut:

$$\text{Growth Asset} = \frac{St - (St - 1)}{St - 1}$$

Keterangan :

St : Asset pada tahun ke t

St-1 : Asset pada periode sebelumnya

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan jumlah dari keseluruhan subjek yang diteliti. Populasi pada penelitian ini yakni perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdaftar di BEI dengan jumlah 10 perusahaan. Berikut adalah nama perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdata di BEI dari tahun 2017-2020.

Tabel 3.1

Populasi Perusahaan Farmasi

No.	Nama Perusahaan	Kode Saham
1	Darya-Varia Laboratoria Tbk.	DVLA
2	Indofarma (Persero) Tbk.	INAF
3	Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk.	SIDO
4	Kalbe Farma Tbk.	KLBF
5	Kimia Farma Tbk.	KAEF
6	Merck Sharp Dohme Pharma Tbk.	SCPI
7	Merck Tbk.	MERK
8	Pharos Tbk.	PEHA
9	Pyridam Farma Tbk.	PYFA
10	Tempo Scan Pacific Tbk.	TSPC

Metode pengumpulan sampel didalam penelitian ini yakni dengan Teknik Non Probability Sampling yang dipilih yaitu dengan Sampling Jenuh (sensus) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil, kurang dari 30 orang (Supriyanto dan Machfudz, 2010). Berdasarkan pemilihan metode sampel di atas, maka sampel dari penelitian ini adalah 10 perusahaan manufaktur sub sektor farmasi yang terdata di BEI dari tahun 2017-2020

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder data sekunder adalah data yang berasal dari suatu pihak atau suatu lembaga yang telah menggunakan atau mempublikasi datanya, Candrarin(2017:124). Variable dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Sedangkan variable independen nya adalah *Corporate Sosial Responsibility*, profitabilitas, *leverage*, likuiditas dan *growth*. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini didapat dari situs www.idx.co.id

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan, mencatat data penelitian yang sumbernya berasal dari sumber yang telah tersedia. Data ini berasal dari laporan keuangan tahunan perusahaan Sub Sektor Farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2020 yang telah dipublikasikan melalui situs resmi masing-masing perusahaan. Penelitian ini juga menggunakan studi kepustakaan, yaitu dengan mereview jurnal, buku, dan makalah untuk mendapatkan landasan teori yang komprehensif yang berhubungan dengan permasalahan yang sama dengan penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah bagian dari statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau mendeskripsikan data atau membuat kesimpulan dan hanya

menjelaskan kelompok datanya saja. Pada penelitian ini program data yang digunakan adalah SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 22. SPSS adalah sebuah program aplikasi yang termasuk jenis program komputer yang dipergunakan dalam pembuatan analisis statistika. SPSS sangat populer di kalangan peneliti dan statistikawan untuk membantu melakukan perhitungan terkait analisis data. SPSS menyediakan pustaka untuk perhitungan statistika dengan antarmuka interaktif yang menjadikannya sebagai software analisis data tingkat lanjut paling populer di berbagai universitas, instansi, dan perusahaan.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengukur kelayakan data sebelum dilakukan analisis hipotesis dan untuk mengetahui beberapa penyimpangan pada data yang digunakan untuk penelitian. Apabila sebelum dilakukan analisis data tidak lolos uji ini, maka analisis hipotesis akan bias. Uji asumsi klasik terdiri dari Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas. Dan Uji Autokorelasi.

A. Uji Normalitas Data

Menurut Ghazali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen atau keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Ghazali (2011), dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik normal *probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-smirnov Z (1-Sample KS)*.

Ghozali (2011), dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik normal *probability plot* adalah :

1. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Di dalam Ghozali (2011), untuk mendeteksi normalitas data dapat diuji dengan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan pedoman pengambilan keputusan :

1. Nilai sig < 0,05, distribusi adalah tidak normal.
2. Nilai sig > 0,05, distribusi adalah normal.

B. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011), uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi, dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur setiap variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolonieritas yang

tinggi. Nilai *cut-off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $\text{tolerance} \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $\text{VIF} \geq 10$.

Ghozali (2011), model regresi yang bebas multikolinieritas adalah yang mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 atau VIF di bawah 10. Apabila *tolerance variance* di bawah 0,1 atau VIF di atas 10, maka terjadi multikolinieritas. Jika ternyata dalam model regresi terdapat multikolinieritas, maka harus menghilangkan variabel independen yang mempunyai korelasi tinggi dari model regresi.

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Ghozali (2011), salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ Prediksi} - Y \text{ Sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*.

Untuk mendukung hasil pengujian dengan metode grafik tersebut digunakan *Uji Glejser*. *Uji Glejser* dilakukan dengan meregresikan absolut residual (AbsUt) sebagai variabel dependen sedangkan variabel independen tetap. Pengujian

dengan *Uji Glejser* pada model regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut :

- 1) Jika memiliki variabel yang signifikan maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak memiliki variabel yang signifikan maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen, maka ada terjadi Heteroskedastisitas dan apabila terlihat nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

D. Uji Autokorelasi

Di dalam Ghazali (2011), 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). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan menggunakan Uji Durbin-Watson (DW test). Uji DW hanya digunakan untuk autokorelasi tingkat satu dan mensyaratkan adanya intercept dalam model regresi dan tidak ada variabel lagi diantara variabel independen.

Tabel 3.3
Kriteria Autokorelasi Uji Durbin-Watson

Hipotesis nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No Decision</i>	$dl = d = du$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4-dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	<i>No Decision</i>	$4-du = d = 4-dl$
Tidak ada autokorelasi positif/negatif	Tdk ditolak	$du < d < 4-du$

Sumber: Ghozali (2011)

3.7.3 Teknik Analisis Data

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), profitabilitas, Leverage, Likuiditas, growth, dan nilai perusahaan pada perusahaan sub sector farmasi yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai *minimum*, nilai *maximum*, *mean*, dan standar deviasi.

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y	=	PBV
α	=	Konstanta
X1	=	<i>Corporate Social Responsibility</i>
X2	=	Profitabilitas
X3	=	Leverage
X4	=	Likuiditas
X5	=	Growth

$B_1 - \beta_2$ = Koefisien Regresi

e = *Error*

3.7.4 Pengujian Hipotesis

A. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2011) tujuan dari uji signifikasi simultan atau uji statistik F ini adalah menunjukkan apa semua variabel independen yang ada dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hipotesis yang hendak diuji (hipotesis nol) :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq \dots \neq b_k \neq 0$$

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan dengan cara membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F tabel. Bila nilai f hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_1 (Ghozali, 2011).

B. Uji Parsial (t-test)

Menurut Ghozali (2011) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05. Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Ini berarti bahwa secara parsial variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi signifikan). Ini berarti secara simultan kelima variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Semakin R^2 mendekati satu maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R^2 semakin kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen sangat terbatas.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian pada penelitian ini adalah sepuluh perusahaan sub sektor farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Perusahaan yang pertama yakni PT Darya-Varia Laboratoria Tbk (“Perusahaan”) didirikan tanggal 28 Mei 1976 dimana pabrik dan kantor pusat perusahaan masing-masing berlokasi di Bogor dan Jakarta. Entitas induk Perusahaan adalah Blue Sphere Singapore Pte. Ltd. Sementara entitas induk terakhir adalah Unam (BVI) Limited, perusahaan yang berdomisili di British Virgin Islands. Selanjutnya PT Indonesia Farma Tbk, disingkat dengan PT Indofarma (Persero) Tbk dan selanjutnya disebut “Perseroan” didirikan berdasarkan akta No.1 tanggal 2 Januari 1996 dengan tujuan pendirian Perseroan adalah melaksanakan dan menunjang kebijakan serta program Pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya di bidang farmasi, diagnostik, alat kesehatan, serta industry produk makanan, dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

Kemudian PT Kimia Farma (Persero) Tbk. (“Perusahaan”) didirikan berdasarkan Akta No 18 tanggal 16 Agustus 1971 mulai beroperasi secara komersial sejak tahun 1817 yang pada saat itu bergerak dalam bidang distribusi obat dan bahan baku obat. Kantor Pusat Perusahaan beralamat di Jalan Veteran Nomor 9 Jakarta. Ada juga PT Kalbe Farma Tbk.

(“Perusahaan”) didirikan tanggal 12 September 1967, kantor pusat berada di Gedung KALBE, Jl. Let. Jend. Suprpto Kav. 4, Cempaka Putih, Jakarta 10510 sedangkan fasilitas pabriknya berlokasi di Kawasan Industri Delta Silicon, Jl. M.H. Thamrin, Blok A3-1, Lippo Cikarang, Bekasi, Jawa Barat.

Perusahaan selanjutnya yakni perusahaan yang didirikan pada tahun 1970, PT Merck Tbk menjadi perusahaan publik pada tahun 1981, dan merupakan salah satu perusahaan pertama yang terdaftar di Bursa Saham Indonesia. Hingga kini, PT Merck Tbk berkembang bersama 640 karyawan yang berkantor pusat di Pasar Rebo, Jakarta Timur. Kemudian PT Phapros, Tbk yang merupakan anak perusahaan PT Kimia Farma (Persero) yang saat ini menguasai saham sebesar 56,7% dan sisanya dipegang oleh publik termasuk karyawan. Sejak didirikan lebih dari enam dasawarsa yang lalu, tepatnya pada 21 Juni 1954, PT Phapros, Tbk yang semula merupakan bagian dari pengembangan usaha Oei Tiong Ham Concern dengan nama NV Pharmaceutical Processing Industries sejak awal menumbuhkan budaya perusahaan yang berbasis pada profesionalisme dan berorientasi pada kualitas.

Pyridam Farma Tbk didirikan dengan nama PT Pyridam pada tanggal 27 Nopember 1977 dan memulai kegiatan usaha komersialnya pada tahun 1977. Kantor pusat PYFA terletak di Ruko Villa Kebon Jeruk Blok F3, Jl. Raya Kebon Jeruk, Jakarta 11530 dan pabrik berlokasi di Desa Cibodas, Pacet, Cianjur, Jawa Barat. Perusahaan yang dijadikan sampel penelitian juga adalah PT Sido Muncul dimana berawal ketika membangun pabrik

jamu modern dengan luas 30 hektar di Klepu, Kecamatan Bergas, Ungaran. Pembangunan pabrik ditandai dengan peletakan batu pertama oleh Sri Sultan Hamengkubuwono X pada 21 Agustus 1997. Sido Muncul meresmikan pabrik baru pada 11 November 2000. Peresmian dilakukan oleh Menteri Kesehatan dan Kesejahteraan Sosial Republik Indonesia Dr. dr. Achmad Sujudi MHA. Pada saat bersamaan, Sido Muncul menerima dua sertifikat yang setara dengan farmasi, yaitu Cara Pembuatan Obat Tradisional yang Baik (CPOTB) dan Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB).

Perusahaan kesembilan yang dijadikan sampel adalah PT Tempo Scan Pacific Tbk (“Perseroan”) dan entitas anaknya merupakan bagian dari Tempo Grup yang memulai kegiatan usahanya melalui pendirian PT PD Tempo pada tanggal 3 Nopember 1953 yang bergerak di bidang perdagangan produk farmasi. Perseroan dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula Perseroan bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Terakhir PT Merck Sharp Dohme Pharma Tbk (dahulu PT Schering-Plough Indonesia Tbk) (SCPI) didirikan dengan nama PT Essex Indonesia pada 07 Maret 1972 dan mulai beroperasi secara komersial pada bulan Januari 1975. Kantor pusat SCPI berlokasi di Wisma BNI 46, Lt. 27 Jalan Jendral Sudirman Kav. 1, Jakarta 10220 dan pabrik berlokasi di Pandaan, Jawa Timur.

4.2 Hasil Penelitian

A. Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data kuantitatif yang terlihat dari nilai rata-rata (mean), minimum, maksimum, dan standar deviasi dari masing-masing variabel yang digunakan di dalam penelitian.

Tabel 4.1
Analisa statistic Deskriptif pada perusahaan manufaktur sub sektor farmasi tahun 2017-2020
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	40	0.37	0.57	0.46	0.05
Profit	40	-4.10	224.46	23.45	47.57
Leverage	40	0.09	298.15	56.43	70.15
Likuiditas	40	90.00	780.00	260.55	142.77
Growth	40	-0.43	1.09	0.12	0.24
PBV	40	0.00	41.00	6.03	9.92
Valid N (listwise)	40				

Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada Tabel 4.1, ditemukan hal-hal berikut.

1. CSR dengan indeks nilai minimum sebesar 0,37 dimiliki oleh PT. Merch Sharp Dhome Pharma, Tbk, sedangkan untuk indeks nilai maksimum sebesar 0,57 dimiliki oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul. Nilai mean, CSR memiliki indeks nilai 0,46 dengan standar deviasi sebesar 0,05.
2. Profitabilitas dengan rasio nilai minimum sebesar -4,10 dimiliki oleh PT Indofarma dan rasio nilai maksimum sebesar 224,46 dimiliki oleh

PT Merck. Untuk nilai mean, profitabilitas memiliki rasio nilai 23,45 dengan standar deviasi sebesar 47,57.

3. Leverage dengan rasio nilai minimum sebesar 0,09 dimiliki oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul dan rasio nilai maksimum sebesar 298,15 dimiliki oleh PT Indofarma. Untuk nilai mean, leverage memiliki rasio nilai 56,43 dengan standar deviasi sebesar 70,15.
4. Likuiditas dengan rasio nilai minimum sebesar 90,00 dimiliki oleh PT Kimia Farma dan rasio nilai maksimum sebesar 780 dimiliki oleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul. Untuk nilai mean, likuiditas memiliki rasio nilai 260,55 dengan standar deviasi sebesar 142,77.
5. Growth asset dengan rasio nilai minimum sebesar -0,43 dimiliki oleh PT Merck dan rasio nilai maksimum sebesar 1,09 dimiliki oleh PT Kalbe Farma. Untuk nilai mean, growth asset memiliki rasio nilai 0,12 dengan standar deviasi sebesar 0,24.
6. *Price Book Value* dengan rasio nilai minimum sebesar 0,00 kali dimiliki oleh PT Tempo Scan Pasific dan rasio nilai maksimum sebesar 41,00 kali dimiliki oleh PT Indofarma. Untuk nilai mean, nilai perusahaan memiliki rasio nilai sebesar 6,03 kali dengan standar deviasi sebesar 9,92 kali.

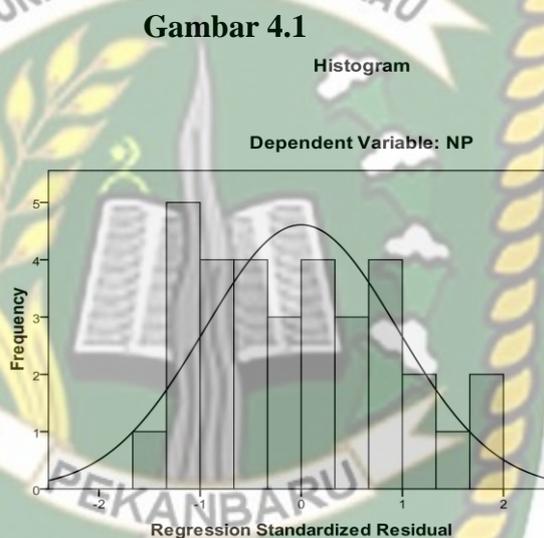
B. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data penelitian adalah untuk menguji apakah dalam model statistik variabel-variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak normal.

Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Untuk menentukan data berdistribusi normal dapat dilihat dari histogram maupun *normal probability plot*.

Cara untuk menguji normalitas data dengan melihat histogram, yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati normal seperti gambar berikut:



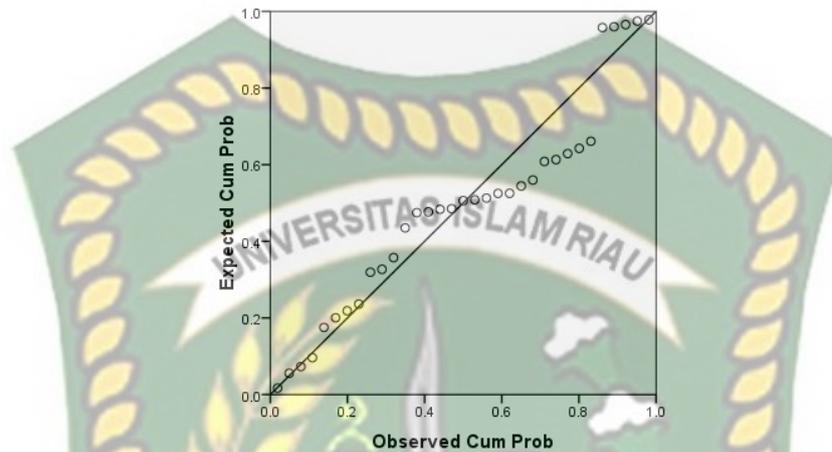
Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan grafik histogram, data dikatakan berdistribusi normal apabila data tidak ada yang berada diluar outlier (data tidak boleh berada diluar -3 sampai dengan 3). Dengan melihat tampilan grafik histogram diatas dapat disimpulkan bahwa data tidak ada yang bersifat ekstrim atau tidak ada yang berada diluar outlier (diluar outlier -3 atau +3). Maka dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang telah medekati normal.

Metode lain adalah dengan melihat *normal probability plot*, dimana penyebarannya data terhadap garis diagonal sebagaimana ditampilkan pada gambar berikut:

Gambar 4.2

Normal P-P Plot of PBV



Sumber : Data Olahan SPSS

Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik menyebar mendekati garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan melihat normal *probability plot*, dimana pada grafik normal *plot* diatas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Sehingga data berdistribusi secara normal. Berdasarkan grafik histogram dan grafik normal *plot*, menunjukkan bahwa model regresi telah layak dipakai dalam penelitian ini karena telah memenuhi asumsi normalitas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa uji normalitas telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas menunjukkan ada tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas antar variabel independen digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Data dikatakan terbebas dari masalah multikolinearitas apabila nilai *Variance Inflation*

Factor (VIF) > 10. Berikut adalah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) variabel independen penelitian ini.

Tabel 4.2
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Corporate Social Responsibility	0.497	2.103
Profitabilitas	0.592	1.150
Leverage	0.283	1.629
Likuiditas	0.165	1.478
Growth	0.377	1,263

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

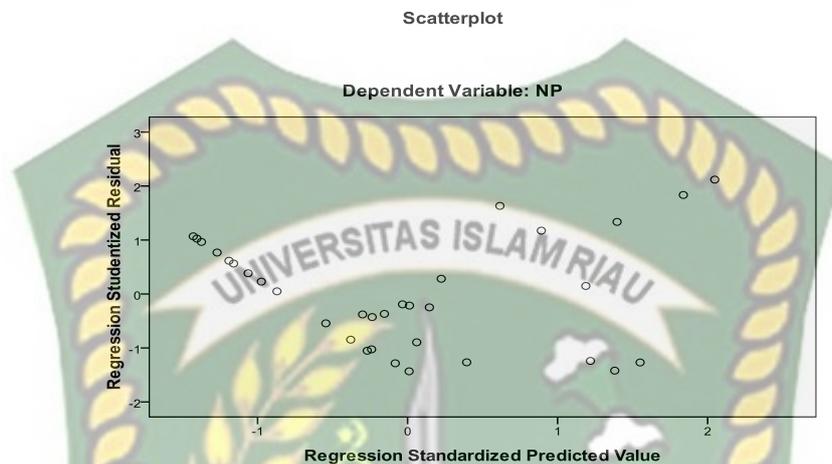
Sumber : Data Output SPSS

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel independen penelitian < 10 yang menandakan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas dalam model penelitian ini. Maka asumsi multikolinearitas telah terpenuhi.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Cara untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Dasar pengambilan keputusannya, apabila sebaran nilai residual terstandar tidak membentuk pola tertentu namun tampak random dapat dikatakan bahwa model regresi bersifat homogen atau tidak mengandung heteroskedastisitas. Lebih jelasnya dapat dilihat dari gambar berikut:

Gambar 4.3



Sumber : Data Olahan SPSS

Dari gambar diatas titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau terlihat acak, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas, yang berarti tidak terjadi kesamaan varians dari satu variabel independen ke satu variabel lainnya.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Cara yang digunakan untuk mendiagnosis adanya autokorelasi adalah dengan uji Durbin-Watson (*DW test*). Apabila nilai Durbin Watson diantara -2 dan $+2$ maka tidak terdapat autokorelasi. Hasil pengujian autokorelasi penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3
Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.642 ^a	.761	.737	2.0070	1.653

a. Predictors: (Constant), CSR, P, Le, L, G

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.642 ^a	.761	.737	2.0070	1.653

a. Predictors: (Constant), CSR, P, Le, L, G

b. Dependent Variable: NP

Sumber : Data Olahan SPSS

Pada tabel diatas dapat dilihat hasil uji Durbin-Watson (*DW test*) adalah sebesar 1.653 dimana angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi, maka menunjukkan bahwa data penelitian terbebas dari gejala autokorelasi. Dikarenakan telah memenuhi uji asumsi klasik normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas dan autokorelasi maka penelitian ini telah dapat dikatakan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*).

4.2.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *Corporate social Responsibility*, profitabilitas, leverage, likuiditas dan geowth asset terhadap Nilai Perusahaan dapat dilihat dari analisis regresi linier berganda yang selengkapnya terangkum pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-27.090	21.056		-1.287	.174
	CSR	-14.485	52.341	-.067	-.277	.042
	Profit	.177	.100	.597	1.773	.024
	Leverage	.250	.065	1.706	3.868	.031
	Likuiditas	.077	.034	.948	2.240	.111
	Growth	-11.934	19.258	-.143	-.620	.579

Nilai-nilai pada output diatas kemudian dimasukka kedalam persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = -27,090 + -14,485X_1 + 0,177X_2 + 0,250X_3 + 0,077X_4 - 11,934X_5 + e$$

Angka – angka pada persamaan diatas adalah sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a) sebesar -27,090 artinya, jika *corporate social responsibility*, profitabilitas, leverage, likuiditas dan growth asset bernilai 0 (nol) maka nilai perusahaan bernilai -27,090.
2. Nilai koefisien regresi variabel *corporate social responsibility* (X_1) bernilai -14,485 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan *corporate social responsibility* sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan nilai perusahaan sebesar -14,485 dengan asumsi nilai profitabilitas, leverage, likuiditas dan growth asset adalah konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel profitabilitas (X_2) bernilai 0,177 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan profitabilitas sebesar 1 maka akan terjadi peningkatan nilai perusahaan sebesar 0,177 dengan asumsi CSR, leverage, likuiditas dan growth asset adalah konstan.
4. Nilai koefisien regresi variabel leverage (X_3) bernilai 0,250 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan leverage sebesar 1 maka akan terjadi penurunan nilai perusahaan sebesar 0,250 dengan asumsi CSR, profitabilitas, likuiditas dan growth asset adalah konstan.
5. Nilai koefisien regresi variabel likuiditas (X_4) bernilai 0,077 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan likuiditas sebesar 1 maka akan terjadi

penurunan nilai perusahaan sebesar 0,077 dengan asumsi CSR, profitabilitas, leverage dan growth asset adalah konstan.

6. Nilai koefisien regresi variabel growth asset (X_5) bernilai -11,934 dapat diartikan bahwa setiap peningkatan growth asset sebesar 1 maka akan terjadi penurunan nilai perusahaan sebesar -11,934 dengan asumsi CSR, profitabilitas, likuiditas dan leverage adalah konstan.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yaitu *corporate social responsibility*, profitabilitas, leverage, likuiditas dan growth asset yang dimasukkan kedalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap nilai perusahaan. Untuk mengetahui pengaruhnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.5
Uji Anova

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2163.309	5	432.662	8.293	.000 ^a
	Residual	1565.211	30	52.174		
	Total	3728.520	35			

a. Predictors: (Constant), Growth, Profit, CSR, Likuiditas, Leverage

b. Dependent Variable: PBV

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai signifikansi sebesar 0.000. karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05. Hipotesis **diterima**, artinya *corporate social responsibility*, profitabilitas,

leverage, likuiditas dan growth asset secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh parsial setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan melihat tingkat signifikan dari masing-masing variabel. Apabila signifikansi $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan apabila signifikansi $> 0,05$ maka hipotesis ditolak. Hasil uji t terhadap variabel penelitian sebagai berikut:

Tabel 4.6
Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-27.090	21.056		-1.287	.174
	CSR	-14.485	52.341	-.067	-.277	.042
	Profit	.177	.100	.597	1.773	.024
	Leverage	.250	.065	1.706	3.868	.031
	Likuiditas	.077	.034	.948	2.240	.111
	Growth	-11.934	19.258	-.143	-.620	.579

Hasil pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk CSR sebesar 0,042 lebih kecil dari 0,05, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh pada nilai perusahaan.

b. Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk profitabilitas sebesar 0,024, lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan.

c. Pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk profitabilitas sebesar 0,031 lebih kecil dari 0,05, sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa leverage berpengaruh pada nilai perusahaan.

d. Pengaruh likuiditas terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk likuiditas sebesar 0,111, lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_4 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa likuiditas tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

e. Pengaruh growth terhadap nilai perusahaan

Nilai signifikansi yang didapatkan untuk grwth sebesar 0,579, lebih besar dari 0,05, sehingga H_0 diterima dan H_5 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa growth asset tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

4.2.5 Koefisien Determinasi

Secara simultan variabel independen yaitu *corporate social responsibility*, growth, Profit, CSR, Likuiditas, Leverage berpengaruh

signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.672	.648	1.0060

a. Predictors: (Constant) Growth, Profit, CSR, Likuiditas, Leverage

b. Dependent Variable: NP

Sumber : Data Olahan SPSS

Pada tabel *model summary* diatas dapat diterangkan bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,768 mendekati nilai 1, artinya hubungan antara variabel *corporate social responsibility*, Growth, Profit, CSR, Likuiditas, Leverage terhadap nilai perusahaan sangat erat. Korelasinya bersifat positif artinya jika nilai variabel independen naik, maka direspon dengan kenaikan nilai variabel dependen.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,648 artinya bahwa 64,8% nilai perusahaan dijelaskan oleh *corporate social responsibility*, Growth, Profit, CSR, Likuiditas, Leverage. Sedangkan sisanya sebesar 35,2% dapat dijelaskan oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model atau persamaan regresi ini.

4.3 Pembahasan

1. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Kusumadilaga, 2010) yang mengatakan bahwa

variabel CSR berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sesuai dengan teori bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Apabila perusahaan dapat memaksimalkan manfaat yang diterima stakeholder maka akan timbul kepuasan bagi stakeholder yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini juga menunjukkan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Sehingga dukungan dari stakeholder ini mampu meningkatkan nilai perusahaan sebagai akibat dari adanya pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) yang sudah dilakukan oleh perusahaan tersebut.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan atau Corporate Social Responsibility (CSR) adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan stakeholders, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum (Umro, 2018).

Menurut The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), 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. 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). Sustainability Reporting meliputi pelaporan mengenai ekonomi, lingkungan dan pengaruh sosial terhadap kinerja organisasi. Sustainability report harus menjadi dokumen strategis yang berlevel tinggi yang menempatkan isu, tantangan dan peluang Sustainability Development yang membawanya menuju kepada core business dan sektor industrinya (Novitasari, 2019).

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel ROE dalam profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Analisis data diperoleh profitabilitas berpengaruh pada nilai perusahaan. Temuan tersebut sejalan dengan *signaling theory*, bahwa profitabilitas akan jadi sinyal yang baik dilihat dari laba yang dihasilkan, jika laba tinggi maka kesempatan perusahaan dalam merencanakan kegiatan di masa mendatang akan tinggi maka nilai perusahaan yang dilihat dari saham perusahaan akan meningkat.

Dengan hal tersebut maka kepercayaan investor akan meningkat pula (Anjarwati *et al.*, 2016). Adanya pengaruh dari *profitabiliby* terhadap nilai

perusahaan karena pemegang saham akan mendapat pengembalian investasi yang tinggi, jika perusahaan dapat mengelola laba dengan baik. Sejalan dengan Lubis *et al.* (2020) tingginya tingkat pengembalian tersebut akan menjadi pemicu investor untuk membeli saham perusahaan tersebut dan permintaan saham yang meningkat akan memengaruhi secara langsung dalam meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian atmikasari (2019) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

3. Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Variabel DER yang digunakan untuk mengukur leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. DER berpengaruh terhadap nilai perusahaan mengindikasikan bahwa keputusan perusahaan mengenai komposisi pendanaan yang akan digunakan akan mempengaruhi nilai perusahaan. Laba yang semakin besar akan berdampak pula terhadap nilai pasar saham perusahaan, sehingga hal tersebut akan berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan maka akan menarik minat investor untuk berinvestasi. Modigliani miller menyimpulkan bahwa penggunaan hutang akan meningkatkan nilai perusahaan karena biaya bunga hutang adalah biaya yang mengurangi pembayaran pajak.

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pratama & Wiksuana (2016) yang menemukan bahwa leverage berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar perusahaan

menggunakan pendanaan yang diperoleh dari hutang, maka semakin tinggi pula efektifitas perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba

4. Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan

Variabel CR yang digunakan untuk mengukur likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan mengindikasikan bahwa kenaikan dari likuiditas ini mempengaruhi menurunnya nilai perusahaan, likuiditas yang di proyeksikan oleh current ratio ini apabila terlalu tinggi dapat memberikan dampak terhadap perkembangan perusahaan. Current ratio atau likuiditas yang tinggi disebabkan oleh asset lancar yang terlalu tinggi atau bisa dikatakan adanya asset yang terlalu banyak mengganggu sehingga tidak produktif (Sugeng 2017). Hasil penelitian ini sejalan oleh penelitian terdahulu oleh Salim dan Susilawati (2019) yang menyatakan bahwa Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

5. Pengaruh Growth terhadap Nilai Perusahaan

Variabel growth asset yang digunakan untuk mengukur growth tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayuningrum (2017). Pertumbuhan aset perusahaan yang tinggi dapat menyebabkan kebutuhan dana yang semakin meningkat untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan karena perusahaan cenderung memilih untuk menahan laba perusahaan untuk keperluan pertumbuhan perusahaan dibandingkan dengan kesejahteraan para investor atau pemegang saham. Hal ini yang menyebabkan investor tidak

mempercayai perusahaan dan akan berpengaruh buruk pada nilai perusahaan sehingga mengalami penurunan pada nilai perusahaan.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, leverage, likuiditas dan growth asset terhadap nilai perusahaan. Dari lima hipotesis yang diajukan, satu hipotesis diterima dan empat hipotesis ditolak. Berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari kesimpulan ini:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder kepada perusahaan tersebut. Sehingga dukungan dari stakeholder ini mampu meningkatkan nilai perusahaan sebagai akibat dari adanya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sudah dilakukan oleh perusahaan tersebut.
2. Variabel profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh laba yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bagi investor dimana kemampuan tersebut akan menentukan seberapa baik nilai perusahaan.
3. Variabel leverage berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena penggunaan hutang yang besar akan meningkatkan nilai perusahaan.

4. Variabel likuiditas tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena kenaikan dari likuiditas ini mempengaruhi menurunnya nilai perusahaan, likuiditas yang di proyeksikan oleh current ratio ini apabila terlalu tinggi dapat memberikan dampak terhadap perkembangan perusahaan.
5. Variabel growth asset tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena pertumbuhan aset perusahaan yang tinggi dapat menyebabkan kebutuhan dana yang semakin meningkat untuk mengelola kegiatan operasional perusahaan karena perusahaan cenderung memilih untuk menahan laba perusahaan untuk keperluan pertumbuhan perusahaan dibandingkan dengan kesejahteraan para investor atau pemegang saham.

5.2 Saran

Saran yang dapat disampaikan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi investor dan kreditor untuk memperhatikan kemungkinan-kemungkinan yang mampu mempengaruhi perusahaan agar dapat memilih tempat investasi dengan hati-hati.
- b. Penambahan variabel-variabel pada penelitian selanjutnya yang lebih banyak, tidak hanya focus pada variabel yang diuji dalam penelitian ini yaitu, leverage, profitabilitas, dan likuiditas dalam menerapkan variabel dependen yaitu nilai perusahaan.
- c. Penambahan atau perluasan sektor dalam penelitian selanjutnya sehingga memperoleh hasil yang lebih mewakili keseluruhan keadaan pada pasar.
- d. Periode penelitian selanjutnya diperbanyak untuk memperoleh jumlah sampel yang lebih banyak.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Alfredo, Mahendra D.j. 2011. *Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Kebijakan Deviden sebagai Variabel Moderating) pada Perusahaan Manufaktur di BEI*. Universitas Udayana
- Angga Pratama, I G B dan I G B Wiksuana. (2016). *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi*. E-Jurnal Manajemen Unud. 5 (2),1338-1367
- Atmikasari, Dwi. 2019. *Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Manggala
- Ayunimgrum, Niken. 2016. *Analisis Pengaruh Profitabilitas dan Struktur Kepemilikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan BUMS yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Jurnal Akuntansi Politeknik Sekayu (ACSY) Volume V No 2, Juli 2016 hal. 1-8. ISSN-P: 2407-2184.
- Brigham, Eugene F and Joel F.Houston. 2015. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan Edisi 11 buku 1*. Jakarta : Salemba Empat
- Brigham, Eugene F dan Houston. 2006. *Fundamental Of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat
- Candrarin, Grahita (2017), *Metode Riset Akuntansi (2nd ed)*. Jakarta : Salemba empat
- Christiawan, Yulius Jogi dan Josua Tarigan. 2007. *Kepemilikan Manajerial: Kebijakan Hutang, Kinerja dan Nilai Perusahaan*. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 9 No. 1. Hal 1-8. Surabaya. Universitas Kristen Petra
- Fakhruddin dan Hadianto, Sopian. 2001. *Perangkat dan Model Analisis Investasi di Pasar Modal, Buku satu*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Ghozali, imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Nor. 2014. *Corporate Social Responsibility*. Graha Ilmu. Yogyakarta

- Harmono. 2009. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hery. 2011. *Teori Akuntansi*. Cetakan 2. Jakarta:Kencana
- Hery. 2012. *Analisis Laporan keuangan*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Hery. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Jariah, Ainun. 2016. *Likuiditas, Leverage, Profitabilitas Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Indonesia Melalui Kebijakan Dividen*. STIE Widya Gama Lumajang
- Kasmir. 2012. *Analisis Laporan keuangan*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Kasmir. 2016. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kusumadilaga, Rimba, 2010. *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating*. Universitas Diponegoro Semarang
- Kusumaningrum, Santy. 2016. *Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Growth Opportunity terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Loekito & Setiawati. 2021. *Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017–2019* . Universitas Katolik Atmajaya.
- Mahardikari,A,K,W. 2021. *Pengaruh Profitability, Liquidity, Leverage, Dividen Policy, Firm Size, dan Firm Growth Terhadap Nilai Perusahaan*. Vol. 9, No. 2. Universitas Negeri Surabaya
- Ni Komang Yulan Surmadewi, 2019. *Pengaruh Likuiditas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Farmasi*. Universitas Udayana (Unud) Bali

- Novitasari, Dwi. 2019. *Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kebijakan Dividen, Likuiditas, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sartono, Agus. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: BPFE
- Sayekti, Y. dan L. S. Wondabio. 2007. *Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earning Response Coefficient*. Simposium Nasional Akuntansi X. Makassar
- Sobirin, Ahcmad. 1999. *Memahami Makna dan Budaya Organisasi*, Jurnal Sinergi, Magister Manajemen UII. Vol 2, No 2, Hal 189-215
- Sofian, Alfian Halid. 2019. *Analisis Nilai Perusahaan Bank Umum Syariah di Indonesia*. Jurnal manajemen & Kewirausahaan. Vol. 4. No. 2. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Madura
- Sofyan, Syafri Harahap. 2013. *Teori Akuntansi*. Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada
- Soliha, E & Taswan. 2002. *Pengaruh Kebijakan Hutang Terhadap Nilai Perusahaan Serta Beberapa Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi
- Sudana, I Made. 2011. *Manajemen Keuangan Perusahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga
- Sugeng, Bambang. 2017. *Manajemen Keuangan Fundamental*. Yogyakarta: Deepublish
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sukarya, I Putu & Baskara, I Gde Kajeng. 2019. *Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Sub Sektor Food and Beverage*. Vol. 8, No. 1. Universitas Udayana, Bali, Indonesia

Sukmadi. 2010. Pengantar Ekonomi Bisnis. Bandung : Humaniora

Susilawati. 2019. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. Jurnal Studi Akuntansi dan Keuangan, 2(1), 31-46.

Umro, Madinatul & Fidiana. 2016. *Pengaruh Social Responsibility dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan*. Vol 5.No 1. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Wati, L. N. 2019. Model Corporate Social Responsibility (CSR). Ponorogo:Myria Publisher.

Weston, J. Fred dan Copeland, Thomas E. 2001. *Manajemen Keuangan Jilid I, Edisi ke-9*. Jakarta: Binarupa Aksara

