

PENGARUH ROA, ROE, NPM DAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN BUMN DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017- 2019

1stTegar Santoso
Akuntansi
Sekolah Tinggi Ekonomi Indonesia
Jakarta, Indonesia
Tegarsantoso10@gmail.com

***Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh ROA, ROE, NPM dan Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan BUMN di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 - 2019.*

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini menggunakan seluruh perusahaan BUMN yang terdaftar di BEI. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan sampel jenuh berjumlah 20 perusahaan selama 3 tahun (2017-2020), sehingga keseluruhan data berjumlah 60 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Alat pengolahan data adalah Eviews 10 tahun 2017

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1). Variabel ROA tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi nilai perusahaan (PER). 2) Variabel ROE tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi nilai perusahaan (PER). 3) Variabel NPM tidak berpengaruh signifikan dalam memprediksi nilai perusahaan (PER). 4) Variabel Pengungkapan CSR berpengaruh signifikan dalam memprediksi nilai perusahaan (PER)

Keywords: Nilai Perusahaan, PER, ROE, ROE, NPM

I. Pendahuluan

Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menemukan dugaan penyalahgunaan dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Garuda Indonesia. PKBL sering juga disebut dengan upaya perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (corporate social responsibility/CSR). Dugaan tersebut didapat dari bukti transfer. Transfer terjadi dari PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk kepada Ikatan Awak Kabin Garuda Indonesia (Ikagi). Dana itu diatasmamakan sebagai bentuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) Garuda Indonesia. Dana itu dikirimkan dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk atau BNI ke rekening PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk (BRI) pada 17 September 2019. Dalam bukti transaksi tertulis tujuan pengiriman dana untuk pemilihan umum 2019 Ikagi.

Kementerian BUMN juga memerintahkan komisaris Garuda Indonesia untuk mengaudit penggunaan dana PKBL atau CSR yang selama ini digunakan perusahaan. Jika terbukti ada penyalahgunaan dana, maka ada sanksi administratif yang siap diberikan kepada Garuda Indonesia. Dengan kejadian ini, Arya menyatakan pemerintah akan mengecek seluruh penggunaan dana CSR atau PKBL perusahaan pelat merah. Kementerian BUMN akan menata ulang sistem tersebut agar lebih transparan.

Perusahaan merupakan tulang punggung bagi perekonomian dunia usaha di suatu negara. Setiap perusahaan baik yang bergerak dibidang usaha dagang maupun manufaktur pada umumnya bertujuan untuk mendapatkan laba. Hal ini dikarenakan laba merupakan syarat perusahaan dapat terus hidup dan berkembang. Pada saat banyak perusahaan menjadi semakin berkembang, maka pada saat itu pula kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan sekitarnya dapat terjadi, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan kemakmuran pemegang saham yang merupakan tujuan utama perusahaan.

Menurut Zuredah (2012) pengukuran kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang sangat penting perusahaan, karena pengukuran tersebut digunakan sebagai dasar untuk menyusun sistem imbalan dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dalam perusahaan dan memberikan informasi yang berguna dalam membuat keputusan yang penting mengenai aset yang digunakan untuk membuat keputusan yang menyalurkan kepentingan perusahaan. Dalam menjalankan operasi perusahaan yang terangkum di dalam laporan neraca dan unsur-unsur dalam neraca ditunjukkan oleh rasio-rasio keuangan. Salah satu rasio keuangan yang digunakan sebagai alat ukur kinerja keuangan adalah Return on Asset, Return On Equity dan Net

Profit Margin. Return on Asset adalah rasio yang membandingkan laba bersih sebelum pajak untuk mengetahui besarnya tingkat pengembalian dari penggunaan asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Menurut Keown (2012) nilai perusahaan merupakan nilai pasar atas surat berharga hutang dan ekuitas pemegang saham yang beredar. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini, namun juga pada prospek perusahaan di masa depan. Kinerja keuangan perusahaan merupakan hasil dari banyak keputusan individual yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen. Penilaian atas kinerja keuangan suatu perusahaan dapat dilakukan dengan menganalisis laporan keuangannya. Laporan keuangan memberikan banyak informasi kepada pemegang saham dan masyarakat umum tentang usaha suatu perusahaan. Laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan harus memuat informasi keuangan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang perusahaan tersebut. Pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholder) terhadap informasi keuangan suatu entitas secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok. Pertama adalah pihak internal perusahaan dan kedua adalah pihak eksternal seperti kreditor, investor, pemasok, pemerintah serta masyarakat.

Disamping mementingkan kinerja keuangan, perusahaan juga diwajibkan melaksanakan Corporate Social Responsibility (CSR). Banyak perusahaan swasta kini mencapai suatu tujuan perusahaan dengan menerapkan Corporate Social Responsibility. Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini bukan lagi bersifat komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: "Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam, wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan."(Mardikanto, 2014).

Corporate Social Responsibility (CSR) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau shareholder) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (stakeholder) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas (ekonomi dan legal). CSR merujuk pada semua hubungan yang terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk didalamnya adalah pelanggan atau customers, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, supplier bahkan juga kompetitor.

Penelitian ini mengacu pada penelitian (Rimba, 2014) yang dahulu meneliti tentang pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan pada tahun 2006 sampai 2008 dan

digunakannya profitabilitas sebagai variabel moderating, hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif di dalam peningkatan luas pengungkapan pertanggung jawaban sosial perusahaan (CSR) terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian lainnya yang menunjukkan hasil yang berbeda adalah yang dilakukan oleh Antinie dan Herry (2013) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan yang pada akhirnya meningkatkan profit yang akan berdampak pada nilai perusahaan di mata para pemegang saham.

Return on asset adalah rasio yang digunakan untuk mengukur keuntungan bersih yang diperoleh dari penggunaan aktiva. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik pula produktivitas aset (Asset) dalam memperoleh keuntungan bersih. Semakin besar ROA menunjukkan bahwa keuntungan/laba yang dicapai perusahaan semakin besar, sehingga akan menarik minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Meningkatnya permintaan akan saham tersebut nantinya akan dapat meningkatkan harga saham perusahaan tersebut di pasaran (Brigham 2010). Return on equity adalah rasio untuk mengukur laba bersih pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menggambarkan beberapa persen diperoleh laba bersih bila diukur dari modal sendiri. Semakin besar rasio ROE menggambarkan semakin baik keadaan perusahaan, sehingga akan meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modalnya (Lukman Syamsuddin 2010). Peneliti memilih rasio ROA dan ROE sebagai faktor yang memengaruhi harga saham, karena ROA dan ROE merupakan rasio yang mewakili pengambilan atas seluruh aktivitas perusahaan dan dapat memengaruhi harga saham

II. Landasan Teori

2.1. Teori Sinyal (Signalling Theory)

Signalling Theory atau teori sinyal dikembangkan oleh (Ross, 1977), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat. Hal positif dalam signalling theory dimana perusahaan yang memberikan informasi yang bagus akan membedakan mereka dengan perusahaan yang tidak memiliki “berita bagus” dengan menginformasikan pada pasar tentang keadaan mereka, sinyal tentang bagusnya kinerja masa depan yang diberikan oleh perusahaan yang kinerja keuangan masa lalunya tidak bagus tidak akan dipercaya oleh pasar (Wolk dan Tearney dalam Dwiyantri, 2010). Manajer pada umumnya termotivasi untuk menyampaikan informasi yang baik mengenai perusahaannya ke publik secepat mungkin, misalnya melalui jumpa pers. Namun pihak diluar perusahaan tidak tahu kebenaran dari informasi yang disampaikan tersebut. Isyarat atau sinyal adalah suatu tindakan yang diambil manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham and Ehrhardt: 2006).

Informasi dalam Teori Sinyal atau Signalling Theory:

a. Kualitas Informasi dalam Teori Sinyal

Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakikatnya menyajikan keterangan, catatan atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi. Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada waktu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

b. Efek Sinyal

Signalling theory menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi karena terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang akan datang daripada pihak luar (investor dan kreditor). Kurangnya informasi bagi pihak luar mengenai perusahaan menyebabkan mereka melindungi diri mereka dengan memberikan harga yang rendah untuk perusahaan.

Shanty (2014) teori sinyal (signaling theory) menjelaskan mengapa perusahaan memiliki dorongan untuk memberikan laporan keuangan kepada pihak eksternal. Dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajemen perusahaan dan pihak luar (investor). Asimetri informasi dapat terjadi apabila salah satu pihak memiliki sinyal informasi yang lebih lengkap dari pihak lain. Asimetri informasi terjadi jika manajemen tidak menyampaikan semua informasi yang diperoleh secara penuh sehingga mempengaruhi nilai perusahaan yang terefleksi pada perubahan harga saham karena pasar akan merespon informasi yang ada sebagai sinyal.

Perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi informasi asimetri. Salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetri adalah dengan memberikan sinyal pada pihak luar. Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (good news) atau sinyal buruk (bad news).

Teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna laporan keuangan. Sinyal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Sinyal dapat berupa promosi atau

informasi lain yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain (Mustafa dan Handayani, 2014).

2.2. Stakeholder Theory

Stakeholder Theory adalah kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan. Menurut Sugiharto (2010:36) Stakeholder theory mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain).

Kartajaya (2012:50) mengatakan bahwa organisasi akan memilih stakeholder yang dipandang penting dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dengan stakeholder. Stakeholder memiliki kemampuan untuk mempengaruhi pemakaian sumber-sumber ekonomi yang digunakan perusahaan, seperti halnya untuk mempengaruhi konsumsi atas barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Perlunya perusahaan memonitor aktivitas stakeholder agar stakeholder tidak berbuat seenaknya sendiri bila tidak akibat yang mungkin timbul dari kurangnya perhatian terhadap stakeholder adalah rendahnya tingkat pengungkapan informasi sosial dan rendahnya kinerja sosial perusahaan. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh stakeholder dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut

III. Metode Pengumpulan

Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Menurut Sugiyono (2017) pengertian data sekunder adalah : “Sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang atau dokumen”. Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan, laporan historis yang telah tersusun dalam laporan keuangan tahunan yang diterbitkan oleh perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2019. Data tersebut diperoleh di situs resmi internet yaitu BEI, www.sahamok.com, dan www.idx.co.id

Metoda Pengumpulan Data

Metoda Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dokumentasi mengumpulkan, mempelajari, dan menelaah data-data sekunder yang berhubungan dengan objek yang akan penulis teliti dan melakukan Riset Internet (Online Research) untuk memperoleh berbagai data dan informasi tambahan dari situs-situs yang berhubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini penulis

menggunakan sumber data sukender, dimana laporan tahunan diperoleh melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI), yaitu www.idx.com, www.sahamok.co.id dan lain sebagainya.

Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel diperlukan untuk menjabarkan penelitian ke dalam konsep dimensi dan indikator. Disamping itu tujuannya adalah untuk memudahkan pengertian dan menghindari perbedaan persepsi dalam penelitian ini. Pada penelitian ini yang digunakan dalam operasional variabel adalah sebagai berikut :

Variabel Dependen – Terikat (Y)

Variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan Price Earning Ratio (PER) yaitu rasio yang menunjukkan perbandingan antara harga saham di pasar atau harga perdana yang ditawarkan dibandingkan dengan pendapatan yang diterima (Harahap, 2013:311). PER pada penelitian ini merupakan harga saham terhadap laba per lembar saham pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif dan komponen di BEI tahun 2011-2014.

Variabel Independen – Bebas (X)

Variabel independen dalam pengukuran nilai perusahaan adalah:

Return on asset (X1). Menurut kasmir (2016) Merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan menggunakan aktivityanya. Return On Asset dihitung dengan menggunakan rasio antara laba bersih setelah pajak dengan total asset
 $ROA = (\text{Laba Bersih Setelah Pajak}) / (\text{Total Asset})$

Return on Equity (X2). Menurut Saputra (2013) Rasio ini mengukur berapa banyak keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dibandingkan dengan modal yang disetor oleh pemegang saham.

$ROE = (\text{Laba Bersih}) / (\text{Modal Sendiri})$

Net Profit Margin (X3) adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan bersih.

$NPM = (\text{Laba Bersih}) / \text{Penjualan}$

Corporate Social Responsibility (X4). Menurut Mardikanto (2014) Corporate Social Responsibility adalah kepedulian perusahaan yang didasari tiga prinsip yang disebut sebagai triple bottom lines. Konsep ini mengandung makna bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari laba (profit), tetapi juga turut mensejahterakan masyarakat (people) dan menjamin keberlangsungan hidup (planet). Pengungkapan CSR menurut Global Reporting Initiative diukur dengan proksi Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI). Rumus yang digunakan dalam perhitungan CSRDI adalah :

$CSRDI_j = (\sum X_{ij}) / n_j$

Keterangan :

CSRDI_j = Corporate Social Responsibility Disclosure Index Perusahaan

$\sum_{i=1}^{nj} X_{ij}$ = Jumlah pengungkapan CSR dalam laporan tahunan

n_j = Jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 91 sehingga 0 ≤ CSRI_j ≤ 1

Analisis Regresi Data Panel

Menurut Widarjono (2013:354), persamaan model regresi data panel dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_i \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan:

Y = *Price Earning Ratio* (PER)

α = Konstanta

$\beta_1 - \beta_3$ = Koefisien regresi variabel bebas

X₁ = *Return on Asset* (ROA)

X₂ = *Return on Equity* (ROE)

X₃ = *Net Profit Margin* (NPM)

X₄ = Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

ε = Variabel Pengganggu

i = 10 Perusahaan Sampel

t = Periode observasi 2013-2016



Dalam mengestimasi parameter model dengan data panel, terdapat tiga teknik yang dapat digunakan yaitu *Ordinary Least Square* (OLS) atau *Common Effect*, model *Fixed Effect*, dan model *Random Effect* (Nachrowi dan Usman (2013:311)

IV. Hasil

4.4.1. Pengaruh ROA terhadap nilai perusahaan (PER)

Hipotesis dalam Uji ini adalah:

H₀ : Return on Asset secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

H_a : Return on Asset secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

Dari hasil pengujian diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel ROA sebesar 0.887557, nilai tersebut menggambarkan setiap kenaikan ROA sebesar 1 persen maka akan menyebabkan penurunan PER sebesar 0.88 persen. Berdasarkan hasil uji t (uji signifikan parsial) menunjukkan bahwa ROA dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PER. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0.8472 yang mana nilainya lebih besar dari alpha (0,05). Angka koefisien ROA yang positif menunjukkan hubungan yang positif terhadap PER, dimana jika ROA turun maka PER cenderung naik. Hal ini mengindikasikan bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Sundus Nur Halimah dan Euis Komariah (2017) yang menyatakan ROA berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hasil pengujian statistik t untuk variabel Return On Asset (ROA) menunjukkan sebesar 4,759 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel ROA mempunyai pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang artinya H₀ ditolak dan H_a diterima.

4.4.2. Pengaruh ROE terhadap nilai perusahaan (PER)

Hipotesis dalam Uji ini adalah:

H₀ : Return on Equity secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

H_a : Return on Equity secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

Dari hasil pengujian diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel ROE adalah sebesar 1.622559, nilai tersebut menggambarkan setiap kenaikan ROE sebesar 1 persen maka akan menyebabkan penurunan PER sebesar 1.622559 persen. Berdasarkan hasil uji t (uji signifikan parsial) menunjukkan bahwa ROE dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap PER. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0.5302 yang mana nilainya lebih besar dari alpha (0,05). Angka ROE yang positif menunjukkan hubungan yang positif terhadap PER, dimana jika ROE turun maka PER akan cenderung naik. Hal ini mengindikasikan bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Octavia Languju (2016) Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi ROE yaitu sebesar $0.002 < 0.05$ dan nilai t hitung sebesar $3.168 > t$ tabel sebesar 2.44, maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima atau ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dibuktikan bahwa variabel ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4.4.3. Pengaruh NPM terhadap nilai perusahaan (PER)

Hipotesis dalam Uji ini adalah:

H₀ : Net Profit Margin secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

Ha : Net Profit Margin secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

Dari hasil pengujian diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel NPM sebesar -2.368540, nilai tersebut menggambarkan setiap kenaikan NPM sebesar 1 persen maka akan menyebabkan penurunan PER sebesar 2.36 persen. Berdasarkan hasil uji t (uji signifikan parsial) menunjukkan bahwa NPM dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PER. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0.2310 yang mana nilainya lebih besar dari alpha (0,05). Angka koefisien NPM yang negatif menunjukkan hubungan yang negatif terhadap PER, dimana jika NPM turun maka PER cenderung naik. Hal ini mengindikasikan bahwa H0 diterima dan Ha ditolak. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Cintamy Prananti (2016) Net Profit Margin (NPM) memiliki thitung sebesar -2,453 dengan tingkat signifikan sebesar 0,019 yang berarti lebih kecil dari taraf nyata signifikansi sebesar 0,05, maka Ha diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Net Profit Margin (NPM) memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

4.4.4. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan (PER)

Hipotesis dalam Uji ini adalah:

H0 : Pengungkapan Corporate Social Responsibility secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

Ha : Pengungkapan Corporate Social Responsibility secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER)

Dari hasil pengujian diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien variabel Pengungkapan CSR sebesar -475.0661, nilai tersebut menggambarkan setiap kenaikan Pengungkapan CSR sebesar 1 persen maka akan menyebabkan kenaikan PER sebesar 475.06 persen. Berdasarkan hasil uji t (uji signifikan parsial) menunjukkan bahwa Pengungkapan CSR dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap PER. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0.0037 yang mana nilainya lebih kecil dari alpha (0,05). Angka koefisien Pengungkapan CSR yang negatif menunjukkan hubungan yang negatif terhadap PER, dimana jika Pengungkapan CSR turun maka PER cenderung turun. Hal ini mengindikasikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Hasil Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Rika Nurlela (2015) Corporate Socil Responsibility yang di proksi dengan variable dummy menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan thitung sebesar 0,927 sedangkan ttabel sebesar 2,021, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa thitung < ttabel dengan tingkat signifikansi sebesar 0,360 atau probabilitas di atas $\alpha = 5\%$. Artinya bahwa penerapan CSR di dalam perusahaan bukan merupakan faktor yang menentukan nilai perusahaan baik atau sebaliknya. Karena di dalam penelitian ini tidak berhasil menjawab H1 yaitu praktik CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini tidak mendukung H0 dan

menerima Ha, karena kualitas pengungkapan CSR pada perusahaan yang terdaftar di BEJ untuk tahun 2005 sangat rendah dan belum mengikuti standar yang dikeluarkan oleh GRI. Dengan demikian kualitas pengungkapan CSR di dalam perusahaan menjadi faktor yang menyebabkan praktik CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan

V. Simpulan

Adapun hasil analisis yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Return on Asset (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER). Dengan nilai koefisien yang positif hal ini terjadi dikarenakan perusahaan dalam subsektor ini memiliki data komponen ROA yaitu laba setelah pajak dan asset yang tidak stabil setiap tahun selama periode 2017–2019.
2. Return on Equity (ROE) tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER). Dengan nilai koefisien yang positif hal ini terjadi dikarenakan perusahaan dalam subsektor ini memiliki data komponen ROE yaitu laba setelah pajak dan ekuitas yang tidak stabil setiap tahun selama periode 2017–2019.
3. Net Profit Margin (NPM) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan (PER). Dengan nilai koefisien yang negatif hal ini terjadi dikarenakan para pemegang saham cenderung tidak memperhitungkan besar kecilnya nilai NPM. NPM menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba bersih, karena besar laba bersih suatu perusahaan tidak sepenuhnya menjadi indikator bahwa suatu perusahaan telah memiliki kinerja yang baik selama periode tertentu.
4. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR Disclosure) berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan (PER). Nilai koefisien yang negatif menunjukkan bahwa semakin rendah nilai Pengungkapan CSR maka mengakibatkan semakin rendah pula Nilai Perusahaan (PER) tersebut. Hasil pengujian yang dilakukan secara simultan (bersama–sama) menunjukkan bahwa return on asset, return on equity, net profit margin, dan pengungkapan corporate social responsibility mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan yang diprosikan dengan price earning ratio (PER)
5. Nilai ROA, ROE, dan NPM dipengaruhi oleh performa perusahaan dalam mengelola keuntungan laba yang dapat mempengaruhi naik turunnya harga saham. Dan pada tahun 2018-2019 rata – rata perusahaan mengalami penurunan / minus dalam laporan ROA, ROE, dan NPM. Ini yang menyebabkan ROA, ROE, dan NPM tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan CSR dipengaruhi kinerja program yang diadakan oleh manajemen perusahaan sehingga hampir dikatakan program yang dijalankan bersifat tetap dan jarang perusahaan menghilangkan program CSR dan yang ada menambah program CSR untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Daftar Referensi

- Akgun. et al. 2018. 'The Impact of Profitability on Market Value Added: Evidence from Turkish Informatics and Technology Firms'. *International Journal of Economics and Financial Issues* 8(4):105–12.
- Bidhari. et al. 2013. 'Effect of Corporate Social Responsibility Information Disclosure on Financial Performance and Firm Value in Banking Industry Listed at Indonesia Stock Exchange'. 5(18):39–47.
- Brigham, et al. 2010. *Intermediate Financial Management, 5th ed.* The Dryden Harcourt Brace Collage Publishers. USA
- Brigham and Houston. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi 11.* (Jakarta: Salemba Empat,m) h: 148.
- Li-Hui, at al. 2017. 'The Impact Effect of Corporate Governance and Corporate Social Responsibility on Company Performance After the Financial Tsunami'. *Asian Journal of Economic Modelling* 5(4):465–79.
- Kurniawan and Wibowo. 2017. 'The Influence Of Corporate Social Responsibility (Empirical Study of the Companies That Always Listed on SRI KEHATI Index during the Period 2010-2014)'. *Modus* 29(1):69–89.
- goleman. et al. 2019. 'Analisis Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Go Public'. *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Kartajaya, Herman 2012, *Siasat Memenangkan persaingan Global.* Edisi Sembilan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Keown, A. J. 2012. *Manajemen Keuangan Jilid I.* Jakarta: Indeks.
- Syamsuddin, Lukman. 2010. *Manajemen Keuangan Perusahaan,* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, h. 74
- Manokaran. et al. 2018. 'The Impact of Corporate Social Responsibility on Financial Performance: Evidence from Insurance Firms'. *Management Science Letters* 8(9):913–32.
- Mardikanto. 2014. Kebijakan dalam Penentuan dan Pendanaan Modal Kerja Perusahaan, *Jurnal Economic,* Volume 8, Nomor 2
- Meiyana. et al. 2019. 'Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening'. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 8(1):1–18.
- Rafid. et al. 2017. 'Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Pemoderasi'. *Jurnal Akuntansi Trisakti* 0832(September):245–58.
- Rimba. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderating. *Journal Of Accounting* 5(3) :29
- Setiawan. et al 2018. 'Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Perusahaan Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang

Terdaftar Di Bursa'. *Journal Of Accounting 2018 VIII(1):1–12.*

Shanty. 2014. *Peran Corporate Social Responsibility dalam meningkatkan Profitabilitas (Studi Kasus pada PT Astra Otoparts tbk, divisi NUSAMETAL.* Skripsi Strata-1 Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Sianipar, and Mulyani. 2019. 'Peran Investment Opportunity Set Sebagai Pemoderasi Pengaruh Kinerja Keuangan, *Goodcorporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan*'. *Jurnal Akuntansi Trisakti 4(2):85.*

Sugiharto, et al. 2010. *BUMN Indonesia : Isu, Kebijakan dan Strategi.* Jakarta: Elex Media Komputindo.

Zuredah. 2012. Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Pemoderasi. *Journal Of Accounting 4(2):14*

