

PENGARUH CSR DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERSUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN KEPERLUAN RUMAH TANGGA

**(Studi Empiris Pada Perusahaan Sub Sektor Kosmetik dan Keperluan Rumah
Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019)**

**Juan Felix Panderaja Situmorang
Romulo Sinabutar**

***ABSTRACT.** The purpose of this research is to know the Corporate Social Responsibility and Leverage on the value of the company in the Indonesian Stock Exchange index in 2015-2019. The method on this study is purposive sampling. This study was conducted on the company's Sub-sector cosmetics and household use listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019 with the number of samples 4 companies that have been arranged by the authors. The results showed that Corporate Social Responsibility and Leverage influenced the company's value simultaneously. The CSR and leverage are not significantly significant in the value of the company registered in the Indonesian Stock exchange in 2015-2019*

***Keyword:** CSR, DER, PER*

PENDAHULUAN

Dengan banyaknya barang-barang kosmetik sekarang ini membuat orang berniat jahat dengan menjual barang yang palsu tetapi mengatas namakan produk yang asli. Dimana CSR (Corporate Social Responsibility) pada perusahaan yang asli menjadi kurang baik, dikarenakan mereka yang menjual produk yang palsu ini mengambil nama produk tanpa adanya perjanjian secara resmi dan menjual barang tersebut dengan bebas. Akibatnya jika konsumen membeli barang yang palsu tetapi tidak mendapatkan hasil yang memuaskan akan membuat nama perusahaan jadi jelek dan citra akan perusahaan tersebut pudar.

Banyak hal yang dapat memengaruhi nilai perusahaan tetapi penulis mengambil CSR (Corporate Social Ratio) yang dimana CSR ini adalah rasa tanggung jawab oleh perusahaan terhadap lingkungan disekitarnya. Jika perusahaan dikenal baik oleh masyarakat di sekelilingnya itu dapat menjadi nilai tambah bagi perusahaan, dimana perusahaan akan mendapat cap baik dari masyarakat, masyarakat pula menjadi tertarik dengan barang yang kita jual, dll sebagainya.

Leverage penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap, berarti dari sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham Satriana (2017). Untuk penggunaan leverage ini disesuaikan dengan tujuan dari perusahaan tersebut karena leverage ini bisa menjadi pedang bermata dua, bisa menguntungkan dan bisa sangat merugikan.

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Karena harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi dan meningkatkan kepercayaan pasar, tidak hanya kepercayaan pasar tetapi kinerja perusahaan dimasa yang akan datang. Itulah yang membuat nilai perusahaan baik. Namun jika nilai perusahaan buruk/tidak baik maka terdapat kemungkinan perusahaan tidak mampu membayar kewajibannya. Maka penulis meneliti bagaimana hubungan antara leverage terhadap nilai perusahaan.

Menurut Konstan.co.id tahun 2019 Sektor kosmetik pada paruh pertama tahun ini sedang kurang cantik, tercatat bahwa rata-rata pendapatannya merosot hingga 13,14% *year on year* (yoy) dan labanya pun minus hingga 83,73% yoy sejumlah analis menilai saat ini kosmetik sulit berkembang karena persaingan dengan produk impor.

Seperti yang dilansir market.bisnis.com tahun 2018 PT. Mustika Ratu Tbk, turun sebesar 1,9% ke level 206 tahun terakhir. PT. Martina Berto (MBTO), turun sebesar 27,01% ke level 135 tahun lalu. PT. Kino Indonesia (KINO) menutup tahun lalu dengan harga saham 2.120 atau turun sebesar 30,03% sejak pembukan hari pertama pada tahun 2017. PT. Mandom Inonesia Tbk (TCID) memperoleh kinerja positif dengan harga saham naik melesat 43,2%.

Modal sangat dibutuhkan jika ingin menjalankan suatu kegiatan operasi dalam perusahaan. Untuk mendapatkan modal tersebut perusahaan membutuhkan para-para investor, saham, dll sebagainya agar menambah modal mereka.

Sebagai seorang investor harus mengetahui benar-benar keadaan perusahaan tersebut agar tidak rugi menanamkan modalnya di perusahaan yang mengalami penurunan seperti data dari konstan.co.id.

Untuk mengukur apakah perusahaan memiliki modal atau mampu untuk memenuhi kewajibannya, maka solvabilitas dapat digunakan, karena rasio solvabilitas atau leverage ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh manakah perusahaan dibiayai dengan utang Kasmir (2016). Untuk pengukurannya penulis menggunakan rumus:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Equity(modal)}} \times 100\%$$

Untuk dapat mengukur nilai perusahaan penulis mengambil PER, dimana PER merupakan rasio untuk menunjukkan seberapa besar investor menilai harga saham terhadap kelipatan earnings Harmono (2015). Untuk pengukurannya penulis menggunakan rumus:

$$\text{PER} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Rumusan masalah

1. Secara partial apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?

2. Secara partial apakah Leverage Keuangan (*Financial Leverage*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Secara simultan apakah CSR dan Leverage mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan?

KAJIAN PUSTAKA

CSR (CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY)

CSR (Corporate Social Responsibility) adalah suatu konsep atau tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap sosial serta lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri karena jika perusahaan dikenal baik oleh masyarakat di sekitarnya maka itu menjadi nilai lebih untuk perusahaan. Sebagai contohnya membangun fasilitas umum, menjaga kebersihan agar masyarakat sekitar tetap merasa nyaman walaupun ada ada sebuah perusahaan yang akan dibangun, dan lain-lain sebagainya

Menurut Nor Hadi (2011) CSR merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan serta keluarganya, sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas

Leverage

Leverage adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha yaitu meningkat profitabilitas pada perusahaan. Leverage ini seperti pedang bermata dua yang dimana leverage ini dapat memberikan keuntungan pada perusahaan dan juga dapat membuat kerugian pada perusahaan pula. Menurut Sjahrial (2009:147), leverage adalah penggunaan aktiva dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) berarti sumber dana yang berasal dari pinjaman karena memiliki bunga sebagai beban tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham.

Dalam manajemen keuangan terdapat dua macam pembagian pada leverage, yaitu leverage operasi (*operating leverage*) dan leverage keuangan (*financial leverage*). Dari kedua leverage ini sama-sama juga untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan jika dengan perhitungan dan yang benar dan akurat, dan dapat pula merugikan pula jika tidak dengan hitungan yang tepat dan akurat.

a). Leverage Operasi (*Operating Leverage*)

Gallagher, Timothy dan Joseph (2000:30) memberikan pengertian tentang leverage operasi sebagai berikut: “operating leverage refers to phenomenon where by a small change in sales triggers a relatively large change in operating income or earnings before interest and tax”.

Dapat disimpulkan leverage operasi sebagai penggunaan aktiva dengan biaya tetap dengan harapan bahwa revenue atau penerimaan yang dihasilkan oleh pengguna aktiva

itu akan cukup untuk menutup biaya tetap dan biaya variabel atau dengan kata lain yaitu suatu cara untuk mengukur resiko usaha dari suatu perusahaan. Biaya tetap tersebut

b). Leverage Keuangan (Financial Leverage)

Yaitu penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar sehingga akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham atau memperbesar pendapatan per lembar saham, dengan menunjukkan perubahan laba per lembar saham (Earning Per Share = EPS)

$$EPS = \frac{EAT - Dividend}{Outstanding\ Checks}$$

Namun disisi lain perusahaan harus mempertimbangkan adanya peningkatan resiko dari penggunaan hutang tersebut. Hal ini karena adanya beban tetap berupa beban bunga yang akan menyertai pokok pinjaman. Untuk lebih jelasnya dikemukakan beberapa pendapat mengenai leverage keuangan sebagai berikut:

Solvabilitas

Menurut Kasmir (2016) Rasio Solvabilitas atau bisa disebut juga leverage ratio merupakan ratio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktifa perusahaan dibiayai dengan utang. Aritnya seberapa besar beban utang yang ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan aktivitya. Dalam arti luas solvabilitas ini adalah bagaimana cara perusahaan untuk dapat membayar seluruh kewajibannya.

Debt to Equity Ratio

Rasio ini menggambarkan sejauh mana modal pemilik dapat menutupi hutangnya kepada pihak luar dan rasio yang dapat memperlihatkan sampai sejauh mana perusahaan tersebut dibiayai oleh hutang. Rasio ini di ukur dengan:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Equity(modal)}} \times 100$$

NILAI PERUSAHAAN

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi menaikkan pula nilai perusahaan. Oleh sebab itu tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pada perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan adalah hal penting, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan kemakmuran kepada pemegang saham yang merupakan sumber modal perusahaan.

Semakin tinggi harga saham membuat nilai perusahaan semakin tinggi. Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran kepada pemegang saham secara maksimum jika harga saham meningkat. Oleh sebab itu dapat disimpulkan semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula kemakmuran para pemegang saham.

Menurut Harmono (2009:233), nilai Perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Untuk pengukurannya ada 2 metode

1. PER

$$\text{PER} = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Tujuan nilai perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan dimana perusahaan dapat dikenal baik bagi masyarakat. Sedangkan manfaat nilai perusahaan: Dengan baiknya nama perusahaan di mata masyarakat sekitar perusahaan itu dapat menguntungkan perusahaan dan penjualan dari perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

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

Lokasi penelitian

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

Variabel yang diamati/diukur

Variable yang digunakan dalam penelitian ini adalah Nilai perusahaan (Y) sebagai variable dependent, Corporate Social Responsibility (X1) dan Leverage (X2) sebagai variabel independent.

Model yang digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data sekunder, yaitu data kuantitatif yang diperoleh di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id). Data tersebut berupa laporan keuangan, laporan tahunan. Sumber data tersebut diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015 sampai dengan 2019 untuk laporan keuangan masing-masing perusahaan sampel yang dikeluarkan oleh perusahaan yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).

Teknik Pengumpulan Data

Data sampel diambil menggunakan *purposive* sampling dengan kriteria yaitu: Perusahaan tercatat dalam BEI periode 2015 hingga tahun 2019 secara berturut-turut; Data laporan keuangan dalam laporan tahunan tersedia berturut-turut untuk tahun 2015-2019; Ada 7 perusahaan yang terdaftar di BEI sub sektor Kosmetik & Keperluan Rumah Tangga. Penulis hanya mengambil 4 perusahaan dikarenakan 3 perusahaan yang sisa belum mengeluarkan laporan keuangan pada tahun 2019. Daftar perusahaan adalah sebagai berikut:

| No | Kode | Nama Perusahaan |
|----|------|------------------------|
| 1 | KINO | Kino Indonesia Tbk |
| 2 | MBTO | Martina Berto Tbk |
| 3 | TCID | Mandom Indonesia Tbk |
| 4 | UNVR | Unilever Indonesia Tbk |

Berikut adalah tabel proses pengambilan sampel yang dibuat penulis sehingga didapatkan sampel yang memenuhi kriteria penelitian ini:

| Kriteria Sampel | Jumlah Sampel |
|--|--|
| Perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019 | 7 Perusahaan x 5 tahun periode = 35 sampel laporan keuangan. |
| Menerbitkan Laporan tahunan dan laporan keuangan auditan tahun 2015-2019 | 3 Perusahaan x 5 tahun periode = 15 sampel laporan keuangan. |
| Perusahaan yang dijadikan sampel | 4 Perusahaan = 20 periode laporan keuangan |

Variable penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel Independen

Variabel independen/bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah CSR dan Leverage. Mengenai variabel-variabel tersebut, adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

CSR (Corporate Social Responsibility)

CSR adalah operasi bisnis yang berkomitmen tidak hanya untuk meningkatkan perusahaan secara finansial tetapi juga meningkatkan komunitas terhadap masyarakat luas dan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. Yang disimbol dengan (X1), yang diukur dengan menggunakan variable dummy yaitu;

Score 0: Jika perusahaan tidak mengungkapkan dan menjelaskan item pada laporannya

Score 1: Jika perusahaan mengungkapkan dan menjelaskan item pada laporannya.

Pengukuran pengungkapan CSR dalam penelitian ini menggunakan ceklist item Jizi (2014) yang dimana indikator pengungkapan CSR sebagai berikut: Komunikasi keterlibatan (6 item), lingkungan (4 item), karyawan (13 item), produk dan layanan kesehatan (8 item).

Rumusnya ialah:

$$CSR_{Dj} = \frac{\sum X_{ij}}{n_i}$$

Keterangan:

CSR_{Dj} : CSR disclosure indeks perusahaan j.

n_i : Jumlah item untuk perusahaan j.

$\sum X_{ij}$: Jumlah pengungkapan, dummy variable: 1= jika item I diungkapkan; 0 jika item i tidak diungkapkan.

Leverage

Leverage adalah suatu penggunaan asset dan juga merupakan sumber dana oleh perusahaan dan memiliki beban tetap dengan maksud untuk meningkatkan keuntungan pemegang saham.

Yang disimbol dengan (X2), penulis memakai rasio solvabilitas dengan pengukuran:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Equity(modal)}} \times 100$$

Variabel Dependen

Variable dependen dalam penelitian ini adalah Nilai Perusahaan. Nilai Perusahaan (X3) ini menunjukkan apakah perusahaan tersebut baik atau buruk. Dengan pengukuran:

1. PER

$$PER = \frac{\text{Market price per share}}{\text{Earning per share}}$$

Metode Analisis Data

Metode Analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk memproses hasil penelitian untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Analisi Regresi Berganda

Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel independen yaitu: CSR dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen.

Hipotesis Penelitian

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

Ha: $r \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

Ha: $r \neq 0$: Terdapat pengaruh yang signifikan *Leverage* Nilai Perusahaan.

Ho: $r = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Corporate Social Responsibility* Nilai Perusahaan.

Ho: $r = 0$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan *Leverage* Nilai Perusahaan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Statistik Deskriptif

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|--------------------|----|-----------|----------|------------|----------------|
| X1_CSR | 20 | .67740 | .87090 | .8096300 | .06527951 |
| X2_DER | 20 | .21414 | 2.90949 | 1.0641593 | .88084291 |
| Y_NILAI PERUSAHAAN | 20 | -10.65450 | 60.89325 | 20.4848834 | 18.55111794 |
| Valid N (listwise) | 20 | | | | |

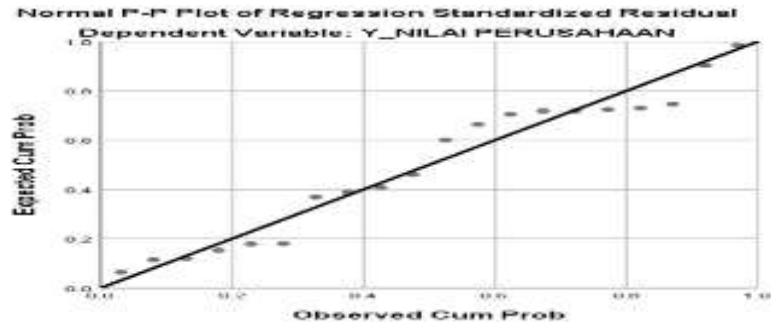
Berdasarkan tabel statistik diatas, dapat dilihat ada 20 perusahaan yang telah di observasi. Nilai perusahaan (*price earning per shere*) diketahui memiliki nilai maksimal 60.89325 dimiliki oleh PT Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2017 dan nilai minimum - 10.65450 dimiliki oleh PT Martina Berto Tbk. Tahun 2015 dan memiliki rata-rata 20.4848834. Variabel CSR (*Corporate Social Responsibility*) memiliki nilai maksimum 0.87090 dimiliki oleh PT. Kino Indonesia Tbk. Tahun 2016 dan PT Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2017-2019 dan nilai minimum 0.67740 dimiliki oleh PT. Martina Berto Tbk. Tahun 2016 dan memiliki rata-rata 0.8096300. Variabel DER (*Debt to Equity Ratio*) memiliki nilai maksimum 2.90949 dimiliki oleh PT. Unilever Indonesia Tbk. Tahun 2019 dan nilai minimum 0.21414 dimiliki oleh PT. Mandom Indonesia Tbk. Tahun 2015 dan memiliki nilai rata-rata 1.0641593.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Penggunaan uji normalitsa untuk melihat apalah model regeresi variabel residual memiliki distribusi normal. Untuk mengujinya penulis menggunakan analisi grafik melalui grafik *normal p-p plot*, serta analisis kolmogrov – smirnov (uji K-S)

Analisi Grafis



Dengan melihat gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal. Hal menjelaskan bahwa data residual berdistribusi normal.

Analisi Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 20 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 11.83979377 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .142 |
| | Positive | .142 |
| | Negative | -.121 |
| Test Statistic | | .142 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari hasil uji statistik diperoleh nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0.200 yang berarti data terdistribusi secara normal, karena terlihat $0.200 > 0.05$ dimana tingkat signifikan yang ditetapkan adalah $\alpha = 0,05$.

Uji Multikolinearitas

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|--------|-------------------------|-------|
| | | Collinearity Statistics | |
| Model | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1_CSR | .807 | 1.240 |
| | X2_DER | .807 | 1.240 |

a. Dependent Variable: Y_NILAI PERUSAHAAN

Standard untuk uji multikolinearitas yaitu, jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* < 10 bisa dikatakan tidak terjadinya multikolinearitas dan begitu juga sebaliknya Ghazali (2016). Berdasar perhitungan spss diatas, diketahui bahwa nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 yaitu 0.807, demikian juga dengan perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan angka lebih kecil dari 10 yaitu 1,240, maka dapat disimpulkan variabel penelitian terbebas dari multikolinearitas atau dengan kata lain tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedasititas

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients | | |
| 1 | (Constant) | 79.571 | 17.937 | | 4.436 | .000 |
| | X1_CSR | -.88341 | 22.877 | -.755 | -3.862 | .051 |
| | X2_DER | 1.521 | 1.436 | .207 | 1.060 | .304 |

a. Dependent Variable: ABSRED

Berdasarkan tabel uji spss diatas, dapat dilihat dari kedua variabel diatas CSR ratio 0.051 dan DER ratio) 0.304 lebih besar dari standard heterokedasititas > 0.05 . Sehingga disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah model regresi linear terdapat kesalahan sebelumnya pada periode t dengan kesalahan di periode t1 (sebelumnya). Untuk mendeteksi adanya autokorelasi maka dilakukan uji DW (Durbin - Watson). Dengan standard pengujian:

1. Jika nilai DW $< 0 - 1.5$ maka tidak terjadi auto korelasi
2. Jika nilai DW diantara $1.5 - 2.5$ maka tidak adanya autokorelasi
3. Jika nilai DW $> 2.5 - 4$ maka adanya autokorelasi negative.

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .770 ^a | .593 | .545 | 12.51689121 | 1.999 |

a. Predictors: (Constant), X2_DER, X1_CSR
b. Dependent Variable: Y_NILAI PERUSAHAAN

Hasil dari uji autokorelasi diatas adalah tidak adanya autokorelasi positif atau negative pada model regresi. Karena hasil dari uji autokorelasi adalah 1.999 karena nilai DW diantara $1.5 - 2.5$.

Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik – F)

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

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 3875.302 | 2 | 1937.651 | 12.368 | .000 ^b |
| | Residual | 2663.434 | 17 | 156.673 | | |
| | Total | 6538.736 | 19 | | | |

a. Dependent Variable: Y_NILAI PERUSAHAAN
b. Predictors: (Constant), X2_DER, X1_CSR

Dari gambar diatas Fhitung 12.368 Ftabel pada standardnya $\alpha = 5\%$ adalah 3,33. Nilai Fhitung (12.368) $>$ Ftabel (3.33) dengan tingkat signifikan 0.000. Dapat disimpulkan sig = 0.000 $<$ α 0.05, yang berarti tolak hipotesis Ho, terima Hipotesis H1 yang menyatakan

corporate social responsibility dan DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Uji Signifikansi Parsial (Uji Statistik – t)

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

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients | | |
| 1 | (Constant) | -119.931 | 45.350 | | -2.645 | .017 |
| | X1_CSR | 161.671 | 57.840 | .482 | 2.795 | .012 |
| | X2_DER | 8.949 | 3.630 | .425 | 2.465 | .025 |

a. Dependent Variable: Y_NILAI PERUSAHAAN

Kriteria pengambilan keputusan menggunakan taraf nyata 5% untuk uji dua arah ($\alpha/2 = 0,05/2 = 0,025$) dengan derajat bebas (df) = $n - k = 20 - 3 = 17$. Nilai t tabel dengan taraf nyata $\alpha/2 = 0,025$ dan df 17 adalah 2,045.

- Jika t hitung > t tabel (2,045) atau t hitung < t tabel (-2,045), maka H_0 ditolak atau hipotesis yang diajukan diterima (berpengaruh).
- Jika t hitung \leq t tabel \leq t hitung \leq t tabel (2,074), maka H_0 diterima atau hipotesis yang diajukan ditolak (tidak berpengaruh). 0.012

Dari tabel yang diatas Uji T diperoleh sebagai berikut:

Variabel CSR: $t_{hitung} = 2.795 > t_{tabel} = 2.045$. dengan signifikansi = $0.012 > \alpha = 0,05$. Tolak H_0 , terima H_1 yang menyatakan CSR secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel DER: $t_{hitung} = 2.465 > t_{tabel} = 2,074$, dengan signifikansi = $0,025 > \alpha = 0,05$. Tolak H_0 , terima H_1 yang menyatakan DER berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari uraian tersebut maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$\text{Nilai Perusahaan} = -119.931 + 161.671 X1 + 8.949 X2$$

Model persamaan regresi berganda tersebut bermakna:

1. Nilai konstanta sebesar -119.931 artinya apabila nilai variabel independen (CSR dan DER) dianggap konstan, maka nilai perusahaan sebesar -119.931
2. Variabel CSR berpengaruh positif terhadap Nilai perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 161.671, artinya jika CSR index naik sebesar 1 satuan, maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar 161.671 satuan, dengan asumsi nilai variabel lain dianggap konstan.
3. Variabel DER berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan dengan nilai koefisien sebesar 8.949. Artinya setiap penambahan 1% variabel leverage akan menaikkan Nilai Perusahaan sebesar 8.949 atau 894% dengan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Koefisien Determinasi

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

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .770 ^a | .593 | .545 | 12.51689121 | 1.999 |

a. Predictors: (Constant), X2_DER, X1_CSR
b. Dependent Variable: Y_NILAI PERUSAHAAN

Dari gambar tabel diatas di peroleh nilai R Square adalah 0.593 dan nilai Adjusted R Square 0.545. Dapat dikatakan bahwa 54.5% variasi variabel Nilai Perusahaan dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen corporate social responsibility dan leverage, sedangkan sisanya sebesar 45.5% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak disertakan pada model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian variabel Corporate Social Responsibility (X1) terhadap nilai perusahaan menggunakan uji t adalah nilai thitung sebesar 2.795, sedangkan nilai ttabel sebesar 2.045 dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0.05. Hasil ini menunjukkan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikansi terhadap nilai perusahaan.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Umbara, Dewa Made Bagus dan Suryanawa, I Ketut. (2014), Helmi (2018) yang menyatakan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena para investor akan bisa mengenal perusahaan tersebut jika lingkungan social mendukung juga perusahaan tersebut. Pada penelitian saat ini hasilnya tidak signifikan karena para investor melihat tanggung jawab social, tetapi bukan menjadi hal utama sebagai dasar para investor mengambil keputusan.

Pengaruh DER terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian variabel DER (X2) terhadap nilai perusahaan menggunakan uji t diperoleh nilai thitung senilai 2.565 sedangkan nilai ttabel 2.074 dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 Hal ini menyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Helmi Arif Prasetya (2018), Afni Hilmiyati Zahara, Nurdiana Mulyatini, dan Aziz Basari (2019) yang menyatakan DER berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini hasilnya berpengaruh positif tidak signifikan karena semakin tinggi atau rendahnya hutang perusahaan tidak terlalu diperhatikan oleh para investor, walaupun ada juga para investor yang

mephatikan bagaimana para management menggunakan dana tersebut dengan efektif untuk mencapai nilai tambah bagi perusahaan.

Pengaruh corporate social responsibility dan DER terhadap nilai perusahaan

Hasil penelitian variabel CSR dan DER terhadap nilai perusahaan menggunakan uji F diperoleh nilai Fhitung senilai 12.368 sedangkan nilai Ftabel senilai 3,33 dengan nilai signifikan 0,000 (kurang dari 5%). Hal ini memperlihatkan bahwa CSR dan DER secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan analisa yang telah dilakukan penulis diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara simultan CSR dan DER berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019
- b. Secara parsial variabel CSR dan DER berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa para investor tidak terlalu memenitngkar CSR dan DER saat mengambil keputusan.
- c. Tanggung jawab sosial pada perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar pada BEI bervariasi. Hal ini diperlihatkan pada persentasi pemenuhan ceklist item Jizi (2014), menunjukkan bahwa belum semua perusahaan memenuhi 31 index ceklist item. Tetapi ada beberapa perusahaan yang hampir mencapai 31 cek list item. Dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan harus tetap meningkatkan tanggung jawab social pada perusahaanya, kerena itu penting juga untuk mebuat nama perusahaan baik dan go public

Saran

Perusahaan harus tetap memaksimalkan CSR pada perusahaan mereka, karena dimana di zaman sekarang orang akan lebih mengenal perusahaan tersebut dari jika lingkungan sekitarnya merasa nyaman dan aman.

Untuk penelti selanjutnya diharapkan untuk dapat membantu melanjutkan penelitian ini, dikarenakan peneliti tidak mendapat pengaruh yang signifikan antara CSR dan nilai perusahaan dan DER dengan nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan keperluan rumah tangga tahun 2015-2019. Diharapkan juga pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan periode tahun dan menggunakan pengukuran yang berbeda pula.

DAFTAR PUSTAKA

Afni Hilmiyati, Nurdiana Mulyatini dan Aziz Basari. (2019). Pengaruh Biaya Corporate Social Responsibility Terhadap Peningkatan Nilai Perusahaan (Suatu Studi Pada Pt.

Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2017). *Business Management and Entrepreneurship Journal Volume 1. Nomor 3. September 2019*

Gallagher, Timothy J., and Andrew Jr., Joseph D. (2000). *Financial Management*. 2nd Edition. New Jersey: Prentice-Hall International Inc.

Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hadi, Nor. (2011). *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Harmono, (2009), *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard (Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis)*, Bumi Aksara, Jakarta.

Helmi Arif Prasetya. (2018). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kinerja Keuangan (Price Earning Ratio). <https://ejournal.stiedewantara.ac.id>

Jizi, M., Salama, A., Dixon, R., & Stratling, R. (2014). Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence from The US Banking Sector. *Journal of Business Ethics*

Kasmir. (2016). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Rahayu, A.C. (2019). *Sektor Kosmetik Kurang Cantik Sepanjang Semester 1, Begini Penjelasan Analisi*. [Online]. Available: <https://investasi.kontan.co.id/news/sektor-kosmetik-kurang-cantik-sepanjang-semester-i-begini-penjelasan-analisis?page=all> [30 April 2020].

Satriana, G.C. (2017). “*Pengaruh Likuiditas, Pertumbuhan Penjualan, Efisiensi Moda Kerja dan Leverage Terhadap Profitabilitas (Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Tahun 2008-2014)*”. Skripsi.

Wibawa, A.A. (2015). *Tak Semua Kinerja Emiten Kosmetik Tetap Cantik*. [Online]. Available: <https://investasi.kontan.co.id/news/tak-semua-kinerja-emiten-kosmetik-tetap-cantik>. [08 April 2015].

THE EFFECT OF LIQUIDITY RATIOS AND RATIO OF RENTABILITY TO SOLVABILITY RATIOS.

(Empirical Study of Plactics and Packaging Sub Sector Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019)

**Fritz Dholly Heilmich Hutapea
Paul Eduard Sudjiman**