**BAB I**

**PENDAHULUAN**

#  Latar Belakang

Perkembangan dunia saat ini menjadi salah satu faktor perusahaan dituntut untuk bisa bersaing di era modern dan menunjang kinerja perusahaan yang efektif agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Pada dasarnya tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan dan memaksimalkan keuntungan para pemilik perusahaan melalui nilai perusahaan. Disini peranan pasar modal sangat penting dalam pembangunan nasional, selain itu pasar modal juga menyediakan alternatif investasi jangka pendek maupun jangka panjang bagi pemilik modal.

Dengan adanya pasar modal, investor bisa memperluas bisnis mereka dan memperoleh dividen atau keuntungan dengan jual beli saham. Saham adalah surat berharga yang menunjukkan bagian kepemilikan atas perusahaan tersebut. Hal yang harus diperhatikan oleh investor adalah harga saham dan sifat dari harga saham yang berfluktuasi atau bisa berubah-ubah. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*) dan manajemen aset.

 Laporan keuangan dirancang untuk membantu para pemakai laporan keuangan seperti : pihak manajemen, karyawan, investor, kreditor, *supplier*, pelanggan maupun pemerintah untuk mengidentifikasi hubungan variabel-variabel dari laporan keuangan. Pada sektor keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 4 sub sektor yaitu sub sektor asuransi, sub sektor bank, sub sektor lembaga pembiayaan dan sub sektor perusahaan efek. Peran sektor keuangan dalam perekonomian sangat menentukan, utamanya sebagai penyedia dana bagi pembiayaan perekonomian khususnya investasi. Perkembangan sektor keuangan berpengaruh penting terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara dan jika terhambat, maka akan menghambat laju pertumbuhan ekonomi. Untuk mendukung pertumbuhan ekonomi diperlukan lembaga-lembaga keuangan yang mampu memfasilitasi kebutuhan masyarakat.

Dalam suatu sistem perekonomian, peran utama sektor keuangan ialah menjalankan kembali dana yang telah dihimpun dalam bentuk pinjaman atau kredit kepada sektor-sektor usaha riil dalam upaya pengembangan usaha masyarakat. Di Indonesia, sektor keuangan masih didominasi oleh perbankan. Hal ini menimbulkan tingginya ketergantungan kepada perbankan sebagai sumber pembiayaan pembangunan dan perekonomian. Pada masa pemulihan ekonomi bank masih belum secara optimal melakukan fungsi utamanya sebagai intermediasi keuangan yang digambarkan oleh angka perbandingan jumlah kredit yang disalurkan dengan dana pihak ketiga yang dihimpun perbankan atau lazim disebut dengan Loan to Deposit Ratio (LDR) untuk mendorong pertumbuhan ekonomi.

Berdasarkan ringkasan laporan keuangan sektor keuangan yang telah dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia mulai dari tahun 2012 sampai 2016 maka didapatkan informasi :

**Tabel 1.1 Rata-rata Nilai Perusahaan (PBV) Sektor Keuangan**

**Tahun 2012-2016**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | Sub Sektor | Jumlah Emiten | Nilai Perusahaan (PBV) (Rp) | Rata Rata |
| 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
| 1 | Asuransi  | 10 | 1,83 | 3,23 | 3,38 | 4,05 | 3,45 | **3,19** |
| 2 | Bank | 30 | 1,04 | 1,05 | 0,89 | 0,82 | 4,1 | **1,58** |
| 3 | Lembaga Pembiayaan | 7 | 1,14 | 1,16 | 2,84 | 1,9 | 1,23 | 1,65 |
| 4 | Perusahaan Efek | 9 | 1,26 | 3,14 | 3,33 | 3,58 | 8,16 | 3,89  |
| Total | 56 | 5,27 | 8,58 | 10,44 | 10,35 | 16,94 | 10,32 |

Sumber : [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) / 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 4 sub sektor yang terdapat pada sektor keuangan ternyata rata-rata nilai perusahaan terendah terdapat pada sub sektor bank dengan rata-rata senilai Rp1,58,- dan rata-rata tertinggi senilai Rp3,89,- pada sub sektor lembaga pembiayaan. Dengan nilai rata-rata bank yang rendah, hal ini berdampak buruk bagi perusahaan, karena nilai perusahaan yang rendah akan menyebabkan pandangan investor terhadap perusahaan kurang baiknya pengelolaan perusahaan dan berfikir ulang untuk menanamkan modal pada sub sektor bank tersebut. Apalagi pengembangan sistem keuangan di Indonesia lebih dekat kepada tipe “*bank-based system*” dimana perbankan mendominasi sektor keuangan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk memilih sub sektor bank sebagai objek dalam penelitian ini.

Nilai perusahaan merupakan kondisi tertentu yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini. Menurut Sujoko dan Soebiantoro (2007) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang digunakan umumnya mengacu pada harga penutupan (*clossing price*), dan merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Fakhruddin dan Hadianto, 2001).

Nilai perusahaan merupakan cerminan dari tingkat kemakmuran yang diperoleh investor. semakin tinggi nilai perusahaan semakin tinggi pula kemakmuran pemegang saham. Kemakmuran pemegang saham erat kaitannya dengan *return* yang akan diperoleh oleh pemegang saham. Maka dari itu nilai perusahaan biasanya dilihat oleh investor dalam berinvestasi. Banyak faktor yang mampu menunjang *return* yang tinggi untuk pemegang saham. Antara lain adalah *growth opportunity*, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility*. Ketiga faktor ini akan mampu menarik investor dan mempengaruhi keputusan investor dalam berinvestasi di perusahaan, sehingga akan mempengaruhi cara pandang investor terhadap nilai perusahaan.

*Growth opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Perusahaan-perusahaan yang mempunyai prediksi akan mengalami pertumbuhan tinggi di masa mendatang akan lebih memilih menggunakan saham untuk mendanai operasional perusahaan. Dengan demikian perusahaan yang memiliki peluang pertumbuhan yang rendah akan lebih banyak menggunakan utang jangka panjang. *Growth opportunity* bagi setiap perusahaan berbeda-beda, hal ini menyebabkan perbedaan keputusan pembelanjaan yang diambil oleh manajer keuangan.

Terkait dengan *growth opportunity*, perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi sebaiknya menggunakan ekuitas sebagai sumber pembiayaan untuk menghindari biaya keagenan *(agency cost)* antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan. Sebaliknya, perusahaandengan tingkat pertumbuhan yang rendah sebaiknya menggunakan hutang sebagai sumberpembiayaannya karena penggunaan hutang mengharuskan perusahaan tersebut membayarbunga secara teratur.Potensi pertumbuhan ini dapat diukur dari besarnya biaya penelitian dan pengembangan.Semakin besar R&D *cost-*nya maka berarti ada prospek perusahaan untuk tumbuh (Sartono,2001).

Perusahaan dengan *growth opportunity* tinggi akan membutuhkan dana yang besar. Peluang pertumbuhan yang tinggi pada dasarnya merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak internal perusahaan maupun investor dan kreditor. Peluang pertumbuhan yang tinggi mencerminkan produktivitas perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hermuningsih (2013) *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Rosma Pakpahan (2010) menyatakan bahwa *growth opportunity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Profitabilitas adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Salah satu indikator penting bagi investor dalam menilai prospek perusahaan di masa depan adalah dengan melihat sejauh mana pertumbuhan profitabilitas perusahaan (Tandelilin, 2001). Semakin baik pertumbuhan profitabilitas perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Rasio profitabilitas merupakan alat ukur kesuksesan sebuah perusahaan yang utama dan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja manajer. Dalam penelitian ini profitabilitas yang dijadikan sebagai variabel bebas adalah ROE. ROE (*return on equity)* merupakan suatu pengukuran dari penghasilan (*income)* yang tersedia bagi para pemilik perusahaan (baik pemegang saham biasa maupun saham preferen) atas modal yang mereka investasikan di dalam perusahaan, maka semakin tinggi nilai rasio ini maka semakin baik pula bagi pemegang saham perusahaan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pangulu (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan Moniaga (2013) menyatakan bahwa profitabilitas secara signifikan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah bentuk pengaturan diri perusahaan yang diintegrasikan kedalam model bisnis. Kebijakan CSR berfungsi sebagai mekanisme pengaturan sendiri dimana suatu bisnis memantau dan memastikan kepatuhan aktifnya dengan semangat hukum, standar etika dan norma nasional atau internasional. Aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan memiliki *dampak* produktif yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku etis perusahaan berupa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitarnya memberikan dampak positif, yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan kinerja keuangan (Dahlia dan Siregar, 2008). Penelitian yang dilakukan oleh Agustina (2013) menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Puspaningrum (2014) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Dari beberapa penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pendapat dari hasil penelitian pada beberapa peneliti untuk variabel dependen penelitian yang sama, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian kembali mengenai pengaruh *growth opportunity*, profitabilitas dan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan dimana perbedaan didalam penelitian yang dilakukan saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu terletak pada variabel penelitian yaitu pada sub sektor keuangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia, tahun yang digunakan yaitu tahun 2012-2016. Penelitian ini dimaksudkan untuk melakukan penelitian kembali mengenai kinerja keuangan yang dilihat dari nilai perusahaan. Alasan untuk memilih nilai perusahaan karena nilai perusahaan mencerminkan kinerja perusahaan, dari ukuran nilai perusahaan maka dapat dilihat apakah perusahaan mempunyai kinerja yang bagus atau tidak.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Growth Opportunity*, Profitabilitas Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Sub Sektor Bank Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016)”**

#  Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 ?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 ?
3. Bagaimana pengaruh *corporate social responsibility*  terhadap nilai perusahaan pada sub sektor yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 ?

#  Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *growth opportunity* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor bankyang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.
2. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan pada sub sektor bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.
3. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada sub sektor bank yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

#  Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan mempunyai manfaat, yaitu :

1. Bagi Akademis

Penelitian ini bisa dijadikan bahan pembanding untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan masalah yang sama namun periode berbeda dan juga sebagai bahan referensi ilmu ilmu manajemen, khususnya manajemen keuangan. Sebagai referensi dan bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya dengan masalah yang sama yaitu nilaiperusahaan.

1. Bagi Masyarakat dan Perusahaan

Memberitahukan tentang faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan memberikan informasi tentang faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan penyampaian laporan keuangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti investor dan pemerintah.

**BAB II**

**LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

## Landasan Teori

### Nilai Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengkombinasikan dan mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk dijual (Salvataro, 2005). Perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan tanggung jawab sosial sebagai keunggulan kompetitif perusahaan. Apabila perusahaan memiliki kinerja lingkungan dan sosial yang buruk maka akan muncul keraguan dari investor sehingga direspon negatif melalui penurunan harga (Rustriani, 2010). Tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Wahidawati, 2002). Nilai perusahaan pada dasarnya diukur dari beberapa aspek salah satunya adalah harga pasar saham perusahaan, karena harga pasar saham perusahaan mencerminkan penilaian investor atas keseluruhan ekuitas yang dimiliki (Wahyudi dan Pawestri, 2006).

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar (Nurlela dan Ishlahuddin, 2008). Alasannya karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran atau keuntungan bagi pemegang saham secara maksimum. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi keuntungan pemegang saham sehingga keadaan ini akan diminati oleh investor karena dengan permintaan saham yang meningkat menyebabkan nilai perusahaan juga meningkat. Tandelilin (2010) mengatakan hubungan antara harga pasar dan nilai buku per lembar saham bisa juga dipakai sebagai pendekatan alternatif untuk menentukan nilai suatu saham, karena secara teoritis nilai pasar suatu saham haruslah mencerminkan nilai bukunya. Nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham sangatlah dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Gitosudarmo (2002) dalam memaksimalkan nilai perusahaan tidak sama dengan memaksimalkan keuntungan atau laba. Memaksimalkan nilai perusahaan meliputi aspek yang lebih luas dari memaksimalkan keuntungan atau laba. Adapun aspek-aspek sebagai pedoman perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Menghindari resiko yang tinggi

Bila perusahaan sedang melaksanakan operasi yang berjangka panjang, maka harus dihindari tingkat resiko yang tinggi. Proyek-proyek yang memiliki kemungkinan laba yang tinggi tetapi mengandung resiko yang tinggi perlu dihindarkan. Menerima proyek-proyek tersebut dalam jangka panjang berarti suatu kegagalan yang dapat mematahkan kelangsungan hidup perusahaan.

1. Membayarkan deviden

Dividen adalah pembagian laba kepada para pemegang saham oleh perusahaan. Dividen harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan para pemegang saham. Pada saat perusahaan sedang mengalami pertumbuhan dividen kemungkinan kecil, agar perusahaan dapat memupuk dana yang diperlukan pada saat pertumbuhan itu. Akan tetapi jika keadaan perusahaan sudah mapan dimana pada saat itu penerimaan yang diperoleh sudah cukup besar, sedangkan kebutuhan pemupukan dana tidak begitu besar maka dividen secara wajar, maka perusahaan dapat membantu memelihara nilai perusahaan.

1. Mengusahakan pertumbuhan

Apabila perusahaan dapat mengembangkan penjualan, hal ini dapat berakibat terjadinya keselamatan usaha di dalam persaingan di pasar, maka perusahaan yang akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan harus secara terus menerus mengusahan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya.

1. Mempertahankan tingginya harga pasar saham

Harga saham di pasar adalah merupakan perhatian utama dari perhatian manajer keuangan untuk memberikan kemakmuran kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan. Manajer harus selalu berusaha kearah itu untuk mendorong masyarakat agar bersedia menanamkan uangnya ke dalam perusahaan itu. Dengan pemilihan investasi yang tepat maka perusahaan akan mencerminkan petunjuk sebagai tempat penanaman modal yang bijaksana bagi masyarakat. Hal ini akan membantu mempertinggi nilai dari perusahaan.

Nilai perusahaan dapat diukur melalui nilai harga saham di pasar, berdasarkan terbentuknya harga saham perusahaan di pasar, yang merupakan refleksi penilaian oleh publik terhadap kinerja perusahaan secara riil. Wahyudi dan Pawestri (2006) menyatakan bahwa nilai perusahaan yang dibentuk melalui indikator nilai pasar saham, sangat dipengaruhi oleh peluang-peluang investasi. Peluang investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga meningkatkan harga saham sebagai indikator nilai perusahaan (*signaling theory*). Apabila harga saham perusahaan meningkat maka keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan juga dapat meningkat sehingga perusahaanpun akan semakin baik.

### *Growth Opportunity*

Salah satu faktor yang menentukan nilai perusahaan adalah *Growth Opportunity. Growth Opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan dimasa depan (Mai, 2006). Perusahaan-perusahaan yang memiliki pertumbuhan yang cepat seringkali harus meningkatkan aktiva tetapnya (Hermuningsih, 2012). Perusahaan-perusahaan dengan tingkat pertumbuhan yang tinggi lebih banyak membutuhkan dana di masa depan dan juga lebih banyak menahan laba. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan perusahaan maka semakin baik juga perusahan tersebut.

Pada umumnya perusahaan yang tumbuh dengan cepat memperoleh hasil positif dalam artian pemantapan posisi di era globalisasi, menikmati penjualan yang meningkat secara signifikan dan di iringi oleh adanya peningkatan pangsa pasar (Suryani, 2015). *Growth Opportunity* dapat dihitung dengan total aset. Total aset adalah perubahan (penurunan atau peningkatan) total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan total aset dihitung dengan persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap saham sebelumnya.

Jika perusahaan memiliki total aset yang besar maka manajemen perusahaan dengan leluasa dapat menggunakannya, namun kebebasan yang dimiliki oleh manajemen perusahaan ini berdampak kepada kekhawatiran pemilik perusahaan atas asetnya. Dilihat dari sisi manajemen dengan aset kemudahan yang dimiliki dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Dari sisi pemilik perusahaan jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan. Sedangkan pertumbuhan penjualan merupakan indikator pertumbuhan perusahaan yang dapat dilihat dari tingkat penjualan perusahaan. Laju pertumbuhan suatu perusahaan akan mempengaruhi kemampuan mempertahankan keuntungan dalam menandai kesempatan-kesempatan yang akan datang. Pertumbuhan penjualan dihitung dengan persentase perubahan penjualan pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya.

### Profitabilitas

Profitabilitas adalah suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Semakin tinggi kemampuan memperoleh laba, maka semakin besar *return* yang diharapkan investor. Seringkali pengamatam menunjukan bahwa perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan hutang yang relatif kecil (Bringham dan Houston, 2006). Profitabilitas dapat diukur dengan beberapa rasio keuangan yaitu :

1. Margin laba atau penjualan yang dihitung dengan membagi laba bersih dengan penjualan, ini menunjukkan laba per nilai penjualan
2. Kemampuan dasar untuk menghasilkan laba, dihitung dengan membagi keuntungan sebelum beban bunga dan pajak dengan total aktiva
3. Tingkat pengembalian ekuitas saham biasa, rasio laba bersih terhadap ekuitas saham biasa, dimana mengukur tingkat pengembalian atas investasi dari pemegang saham biasa.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva atau dengan modal. Dengan ini dapat dijelaskan untuk mengetahui profitabilitas suatu perusahaan sangatlah penting bagi investor maupun kreditur. Menurut Kasmir (2014) *Return on Equity* merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efesiensi penggunaan modal sendiri, semakin tinggi rasio ini semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian sebaliknya.

### *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan yang membuat perusahaan tidak hanya bertanggung jawab dalam hal keuangan saja, tetapi juga terhadap masalah sosial dan lingkungan sekitar perusahaan agar perusahaan dapat tumbuh secara berkelanjutan. Menurut Sari (2012) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan lebih luas lagi, sampai pada kemasyarakatan. CSR saat ini sudah menjadi isu global dimana perusahaan nasional maupun internasional kini kerap mengungkapkan CSR dalam laporan keuangannya. Hal ini dikarenakan adanya dampak yang positif terbahadap pengungkapan CSR, bagi perusahaan dan lingkungan.

Menurut Maignan dan Ferrell (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai memberikan perhatian secara seimbang terhadap kepentingan berbagai *stakeholders* yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggung jawab. Penelitian Zuhron dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang termasuk kategori *high profile*. Artinya investor sudah mulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin banyak pengungkapan sosial yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan akan memberikan pengaruh terhadap volume perdagangan saham perusahaan dimana terjadi lonjakan perdagangan pada seputar publikasi laporan tahunan sehingga meningkatkan nilai perusahaan.

## Teori Nilai Perusahaan

#### Teori *Stakeholder*

Menurut Ghozali dan Chariri (2007) teori *stakeholder* merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri, namun harus memberikan manfaat kepada seluruh *stakeholder* nya (pemegang saham, kreditur, konsumen, supplier, pemerintah, ,masyarakat dll). Dengan keberadaan *stakeholder* inilah yang menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengungkap atau tidak suatu informasi di dalam laporan perusahaan tersebut. Tujuan utama dari teori *stakeholder* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktifitas-aktifitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang muncul bagi *stakeholder*. Menurut Riswari (2012) pengungkapan CSR bagi suatu perusahaan bersifat penting hal demikian karena para *stakeholder* perlu untuk mengevaluasi dan mengetahui sejauh mana perusahaan dalam melaksanakan perannya sesuai dengan keinginan *stakeholder*, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan CSR yang telah dilakukannya.

#### Teori sinyal

Menurut Husnan (2001) Teori sinyal menyatakan pengeluaran investasi memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang semakin baik pertumbuhan profitabilitas berarti prospek perusahaan dimasa depan dinilai semakin baik juga, artinya semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. Teori sinyal merupakan teori yang mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pengguna keuangan, ini disebabkan oleh terdapat asimetri informasi antara perusahaan dan pihak luar karena perusahaan mengetahui lebih banyak mengenai perusahaan dan prospek yang datang dari luar.

#### *Agency Theory*

Teori keagenan dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang menurut manakala adanya ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak (perikatan). Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham sebagai partisipal dan manajemen sebagai agen. Pemegang saham sebagai partisipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah, sedangkan agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Menurut Husnan (2012) Manajemen perusahaan memiliki kecenderungan untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan biaya pihak lain. Menyatakan bahwa *agency problem* akan terjadi bila proporsi kepemilikan manajer atas saham kurang dari 100% sehingga manajer bertindak untuk mengejar kepentingan sendiri dan tidak berdasarkan memaksimalkan nilai perusahaan dalam pengambilan keputusan keuangan khususnya keputusan pendanaan.

## Pengembangan Hipotesis

#####  Pengaruh *Growth Opportunity* Terhadap Nilai Perusahaan

*Growth Opportunity* adalah peluang pertumbuhan suatu perusahaan di masa depan (Mai, 2006). Pertumbuhan dinyatakan sebagai pertumbuhan total aset dimana pertumbuhan aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas dan pertumbuhan yang datang (Taswan, 2003). Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan, karena pertumbuhan perusahaan memberikan tanda bagi perkembangan suatu perusahaan tertentu. Pertumbuhan perusahaan dapat dilihat dari bertambahnya ukuran perusahaan dimana bisa dilihat dari bertambah besarnya volume penjualan perusahaan. Informasi tersebut dapat diketahui dari laporan keuangan perusahaan.

*Growth Opportunity* yang tinggi akan memberikan peluang mendapatkan laba yang lebih tinggi pula dimasa yang akan datang. Dengan pembagian laba yang besar maka investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Hal ini memberikan efek positif bagi nilai perusahaan. Dengan demikina maka *growth opportunity* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sriwardany (2006) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap perubahan harga saham. Artinya informasi tentang adanya pertumbuhan perusahaan direspon positif oleh investor, sehingga akan meningkatkan harga saham. Harga saham ini nantinya akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Begitupun penelitian yang dilakukan oleh Sri Hermuningsih (2013) berkesimpulan bahwa *growth opportunity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

*H1: Growth Opportunity berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

##### Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Penelitian Dewi (2013) menyatakan bahwa profitabilitas yang diukur dengan *return on equity* berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap nilai perusahaan, temuan tersebut menunjukkan semakin efektif pengelolaan ekuitas untuk mendorong peningkatan laba akan menaikkan nilai perusahaan. Tingginya minat investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan dengan ROE yang tinggi akan meningkatkan harga saham. Maka, akan terjadi hubungan positif antara profitabilitas dengan harga saham dimana tingginya harga saham merupakan indikasi naiknya nilai perusahaan. Profitabilitas secara parsial dalam hasil penelitian ini menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (Dj Alfaredo, 2012). Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

*H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

##### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan juga masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Rika dan Islahuddin, 2008). *Corporate Social Responsibility* adalah bentuk pertanggung jawaban yang berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat. Penelitian Zuhron dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan sosial dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* telah terbukti berpengaruh terhadap volume perdagangan saham bagi perusahaan yang masuk kategori *high profile*. Artinya investor sudah memulai merespon dengan baik informasi-informasi sosial yang disajikan perusahaan dalam laporan tahunan. Dari hasil penelitian Adnantara (2013) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanif (2015) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan penelitian Agustina (2013) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

*H3: Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

**Gambar 1**

**Kerangka Penelitian**

Nilai Perusahaan (Y)

*Corporate Social Responsibility* (X3)

Profitabilitas (X2)

*Growth Opportunity* (X1)

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

###### Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu (Sugiyono, 2012). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 dengan jumlah populasi sebanyak 30 perusahaan.

1. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dianggap mewakili. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode sensus. Dimana seluruh populasi digunakan sebagai sampel, ini berarti jumlah sampel sama dengan jumlah populasi. Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 30 perusahaan sub sektor bank yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016.

###### Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2009) mendefinisikan data kuantitatif sebagai data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Data penelitian ini diperoleh dari laporan tahunan perusahaan yang telah dipublikasikan oleh sub sektor bank di *Indonesia Stock Exchange* (IDX) dan Bursa Efek Indonesia (BEI) . Dengan metode ini penulis mengumpulkan data tertulis yang berhubungan dengan objek penelitian serta variabel penelitian untuk mendapatkan data sekunder.

###### Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh investor seandainya suatu perusahaan dijual (Husnan, 2004). Nilai perusahaan yang telah go publik dapat menggunakan rasio PBV (*Price Book Value*), PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasar saham terhadap nilai bukunya. Nilai perusahaan dengan rumus PBV adalah sebagai berikut (Rositawati, 2015) :

$$PBV=\frac{Harga saham per lembar saham}{Nilai buku per lembar saham}$$

*Price Book Value* menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham pada suatu perusahaan. Semakin tinggi rasio ini berarti pasar percaya akan prospek perusahaan tersebut. Perusahaan yang berjalan dengan baik, umumnya jika rasio PBV nya mencapai diatas satu, yang menunjukkan bahwa nilai pasar lebih besar dari nilai bukunya.

1. Variabel Independen
2. *Growht Opportunity*

*Growth Opportunity* dapat dihitung dengan perubahan total asset setiap tahunnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pertumbuhan aset untuk mengukur pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan aset mencerminkan keberhasilan operasional perusahaan diperiode pertumbuhan dimasa lalu yang dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan dimasa yang akan datang. Pertumbuhan aset dihitung sebagai berikut (Rositawati, 2015) :

$$Growth=\frac{TAt-TAt-1}{TAt-1}x100$$

Keterangan:

Total asset (t) = Nilai total asset pada tahun bersangkutan

Total Asset (t-1) = Nilai total asset pada tahun sebelumnya

1. Profitabilitas

Rasio profitabilitas yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan aset dan modal saham tertentu (Hanafi, 2013). Profitabilitas juga digunakan untuk mengetahui sejauh mana kinerja yang dilakukan manajemen selama mengelola kekayaan perusahaan. Selain itu dengan rasio profitabilitas investor dapat mengetahui sejauh mana perusahaan dalam memberikan *return* yang sesuai dengan tingkat yang disyaratkan investor. Secara garis besar laba yang dihasilkan perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Profitabilitas dapat diukur menggunakan ROE (*Return On* *Equity*) yang merupakan tingkat pengembalian atas modal. Menurut Hanafi (2013), ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus :

$$ROE=\frac{laba bersih}{total modal}$$

1. *Corporate Social Responsibility*

Informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* berdasarkan standar GRI (*Global* *Reporting Initiative*) sumber dari ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)).

Perhitungan CSR dilakukan dengan menggunakan :

Score 0 : Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan

Score 1 : Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan

Indeks pengungkapan CSR berdasarkan standar GRI (*Global Reporting Initiative*) yaitu sebagai berikut :

1. Indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator kinerja sosial (*social performance indicator*)
4. Tenaga kerja (labor practices and decent work)
5. Hak asasi manusia (human rights performance)
6. Social (society)
7. Tanggung jawab produk (product responsibility performance)

Rumus untuk menghitung CSRDI adalah sebagai berikut :

$$CSRDIj=\frac{\sum\_{}^{}Xj}{Nj}$$

Keterangan :

CSRDIj : *corporate social responsibility disclosure* index perusahaan j

Xj : jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

Nj : jumlah item pengungkapan CSR

###### Metode Analisis Data

Untuk membuktikan dan menganalisis data-data yang ada agar memberikan hasil dan kesimpulan dalam kebenaran hipotesis, dilakukan dengan menggunakan berbagai macam uji yaitu :

1. Analisis Regresi Berganda

Menurut Ajija (2011) jika dalam penelitian terdapat dua atau lebih variabel independen, untuk melihat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel independennya digunakan metode analisis regresi linier berganda. Persamaan regresi yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Y= a + b1 X1it+ b2 X2it + b3 X3it + e**

Keterangan :

Y = Nilai perusahaan

a = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien regresi untuk x1, x2, x3

X1 = *Growth opportunity*

X2 = Profitabilitas

X3 = *Corporate social responsibility*

e = Standart error (variabel penggangu)

1. Uji Asumsi Klasik

Asumsi model regresi klasik yaitu masalah normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Jika semua asumsi terpenuhi maka akan menghasilkan estimator yang linear, tidak biasa mempunyai varian yang minimum yang biasa disebut BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Untuk mengetahui apakah model regresi benar-benar menunjukkan hubungan yang signifikan dan mewakili (*representative*), maka model tersebut harus memenuhi uji asumsi klasik, yang meliputi :

3.4.2.1 Uji Normalitas

Menurut Nachrowi (2006) menyatakan bahwa uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya pola distribusi data. Dalam pengujian normalitas digunakan uji *Jargue-Bera*. Normalnya sebuah variabel dilihat dari nilai probability>alpha 0,05. Secara umum pengujian normalitas *Jargue-Bera* dilakukan dengan rumus Winarno (2015) yaitu :

$$JB=\frac{N-k}{6}(S^{2}+\frac{(K-3)^{2}}{4}$$

Keterangan:

S = Skewness

K = Kurtosis

k = Jumlah koefisien diestimasi

N = Jumlah data

Dengan pedoman berikut :

1. Jika nilai probability < α 0,05 menunjukan variabel penelitian yang akan dibentuk kedalam model regresi berganda belum berdistribusi normal
2. Jika nilai propability > α 0,05 menunjukan variabel penelitian yang akan dibentuk kedalam model regresi berganda berdistribusi normal

3.4.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2011) pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen, jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolineritas. Pada penelitian ini pengujian multikolineritas dilakukan dengan *statistic correlations*. Menurut Winarno (2009) terdeteksi atau tidaknya multikolineritas dapat diketahui dari koefisien korelasi masing-masing variabel bebas. Jika koefisien masing-masing korelasi diantara masing-masing variabel bebas lebih besar dari 0,80 maka terjadi multikolineritas.

3.4.2.3 Uji Heterokedastisitas

Menurut Winarno (2009) uji heterokedestisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual atau pengamatan yang lain. Jika varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi keberadaan heteroskedastisitas digunakan metode uji *white*, dimana apabila nilai probabilitas observasi *R-squared* lebih besar dibandingkan tingkat resiko kesalahan yang diambil (digunakan α= 0,05), maka residual digolongkan homoskedastisitas.

3.4.2.4 Uji Autokorelasi

 Menurut Winarno (2015) menyatakan bahwa gejala autokorelasi merupakan korelasi yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam rangkaian waktu. Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t, dengan kesalahan pada periode t1 (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini muncul karena residual tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Dengan kata lain, masalah ini seringkali ditemukan apabila menggunakan runtun waktu. Pengujian dapat menggunakan *Durbin Watson Test*. Secara umum nilai DW dapat dicari dengan menggunakan rumus :

$$D=\frac{\sum\_{t=2}^{n}et^{2}(et-et-1)^{2}}{\sum\_{t=2}^{n}et^{2}}$$

Keterangan :

D = Nilai D-W stat

et = Nilai residu dari persamaan regresi pada periode t-1

et-1 = Nilai residu dari persamaan regresi pada periode t-1

Menurut Santoso (2014), dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Angka DW dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif
2. Angka DW antara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi
3. Angka DW diatas +2 berarti ada autokorelasi negative
4. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi R2 dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi R2 antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai R2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Dengan rumus Ghozali (2010), yaitu :

$$R^{2}=\frac{ESS}{TSS}$$

Keterangan :

R2 = Koefisien determinan

ESS = *Explained sum square* (jumlah kuadrat yang dijelaskan)

TSS = T*otal sum square* (jumlah total kuadrat)

1. Kelayakan Model (uji F)

Uji F digunakan untuk menguji suatu kelayakan model regresi dimana variabel independen berpengaruh terhadap dependen. Ghozali (2011) merumuskan uji F statistik sebagai berikut :

$$F=\frac{\frac{R}{K}^{2}-1}{\frac{1-R^{2}}{n-K}}$$

Keterangan :

R2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah data dalam variabel

Dalam melakukan estimasi data maka akan digunakan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5% dengan kriteria pengujian:

* + 1. Jika signifikansi < alpha maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima berarti dapat disimpulkan bahwa model regresi yang akan dibentuk memang tepat.
		2. Jika signifikansi > alpha maka keputusannya adalah Ho diterima dan Ha ditolak berarti dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel model regresi yang akan dibentuk tidak memenuhi syarat atau tidak tepat.
1. Pengujian Hipotesis (Uji statistic t)

Nachrowi (2006) menyatakan bahwa untuk membuktikan adanya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial atau individu terhadap variabel dependen maka dilakukan pengujian t-statistik. Untuk melakukan uji t-statistik digunakan rumus yaitu :

$$t=\frac{β}{Sβ}$$

Keterangan :

t = Nilai parameter yang dihitung

β = Koefisien regresi masing-masing variabel

Sβ = Standar error

Kriteria pengujian:

1. Jika Signifikansi < alpha maka keputusannya adalah Ho ditolak dan Ha diterima berarti dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual.
2. Jika Signifikansi > alpha maka keputusannya adalah Ho diterima dan Ha ditolak berarti dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara individual.