

**PENGARUH KEPEMILIKAN SAHAM DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG
TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2013-2017**

SKRIPSI

Oleh :

PUTRI YURI ASTIKA

15.832.0026



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2019

Judul Skripsi : Pengaruh Kepemilikan Saham dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017
Nama : PUTRI YURI ASTIKA
NPM : 15.832.0026
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :
Komisi
Pembimbing



Drs. Patar Marbun, M.Si
Pembimbing I



Eka Dewi Setia Tarigan, SE.M.Si
Pembimbing II



Dr. Hsany Effendi, SE.M.Si
Dekan



Teddi Priadi, SE.MM
Ka. Prodi

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 09 April 2019

HALAMAN PERNYATAAN


Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 09 April 2019




Putri Yuri Astika

15.832.0026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kepemilikan Saham (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (X2) baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu dengan mengumpulkan laporan keuangan Perusahaan Manufaktur berupa neraca dan laporan laba rugi tahun 2013 sampai dengan tahun 2017 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 10 sampel.

Hasil uji F, diperoleh nilai F sebesar 5.694 dengan tingkat signifikan 0,000 berarti dengan demikian secara serempak (simultan) Kepemilikan Saham (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil uji t secara parsial menunjukkan tingkat signifikansi yang diperoleh dari variabel bebas yaitu kepemilikan saham sebesar 0,003 dan *Corporate Social Responsibility* sebesar 0,001. Hal ini menunjukkan kepemilikan saham dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti menyarankan agar perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dapat meningkatkan kepemilikan saham dengan demikian meningkatkan nilai perusahaan agar laba yang didapatkan perusahaan tersebut tinggi dan berimbang pula terhadap pembayaran dividen karena pasar menganggap bahwa pembayaran dividen yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan memberikan prospek yang bagus dimasa mendatang.

Kata kunci: **Kepemilikan Saham, CSR, dan Nilai Perusahaan**

ABSTRACT

This study aims to determine whether Share Ownership (X1) and Corporate Social Responsibility (X2) both partially and simultaneously have a significant effect on the Value of Manufacturing Companies Listed on the IDX. The data analysis method used is the classic assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. The data used in this study is secondary data, by collecting financial statements of Manufacturing Companies in the form of balance sheets and income statements for 2013 up to 2017 which are listed on the Indonesia Stock Exchange. The sample used in this study was 10 samples.

The results of the F test, obtained F value of 5.694 with a significant level of 0.000 means that simultaneously (simultaneous) Stock Ownership (X1) and Corporate Social Responsibility (X2) have a significant effect on firm value. The results of the t-test partially show the level of significance obtained from the independent variable namely share ownership of 0.003 and Corporate Social Responsibility of 0.001. This shows that share ownership and corporate social responsibility have a significant effect on firm value

Based on the results of the study, the researchers suggested that manufacturing companies listed on the Stock Exchange can increase share ownership thereby increasing the value of the company so that the profits obtained by the company are high and also affect dividend payments because the market considers that high dividend payments reflect good corporate performance and provide good prospects in the future.

Keywords: Stock Ownership, CSR, and Corporate Value

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriringan salam juga dipersembahkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan bagi setiap mahasiswa yang ingin menyelesaikan studinya di Universitas Medan Area. Sehubungan dengan itu, disusun skripsi ini yang berjudul: **“Pengaruh Kepemilikan Saham dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017.”**

Dengan selesainya skripsi ini, secara khusus penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta atas segala perhatian, pengertian dan doa yang diberikan serta kepada pihak-pihak lain yang telah memberikan dukungan dalam pembuatan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-sebesarannya kepada:

1. Bapak Dr. Ihsan Effendi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area atas kesempatan dan fasilitas yang telah diberikan untuk mengikuti dan menyelesaikan pendidikan program sarjana ini
2. Bapak Hery Syahril, SE, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area

3. Bapak Ir. M. Yamin Siregar, MM., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Medan Area
4. Bapak Drs. Patar Marbun, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini
5. Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran dan masukan untuk kesempurnaan skripsi ini
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah banyak berjasa dalam membesarkan saya dan mensupport semua kebutuhan saya
7. Semua sahabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan

Terima kasih atas semua bantuan yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas amal baik saudara/i dan semua pihak yang telah bermurah hati memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi ilmu pengetahuan dibidang manajemen keuangan. Aamiin ya robbal 'alamin.

Medan, Februari 2019

Penulis

Putri Yuri Astika
158320026

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Hipotesis	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1. Nilai Perusahaan.....	7
2.2. Struktur Kepemilikan.....	9
2.2.1. Kepemilikan Institusional	10
2.2.2. Kepemilikan Manajerial.....	11
2.2.3. Kepemilikan Publik.....	12
2.3. Teori Agency.....	12
2.3.1. Teori Legitimasi	14
2.4. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)	17
2.4.1. Manfaat <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).	20
2.4.2. Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR)... ..	22
2.4.3. Komisaris Independen.....	22
2.5. Penelitian Terdahulu.	27
2.6. Kerangka Konseptual	28

BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	31
	3.1. Jenis Penelitian	31
	3.2. Populasi dan Sampel Penelitian	32
	3.3. Defenisi Operasional	34
	3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	35
	3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
	3.6. Teknik Analisis Data	36
	3.7. Pengujian Hipotesis	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN	41
	4.1. Data Penelitian	41
	4.2. Analisi Deskriptif	42
	4.3. Hasil Uji Asumsi Klasik	43
	4.3.1. Hasil Uji Normalitas	43
	4.3.2 Hasi Uji Multikolinearitas	46
	4.3.3 Hasil Uji Autokorelasi	47
	4.3.4 Hail Uji Heterokedastisitas	47
	4.3.5 Hasil Uji Hipotesis	49
	4.4. Pembahasan	53
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	55
	5.1. Kesimpulan	55
	5.2. Saran	56
	Daftar Pustaka	57

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel2.1.	Penelitian Terdahulu	27
Tabel3.1.	Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2.	Sampel Penelitian.....	33
Tabel 3.3.	Defenisi Operasional	34
Tabel4.1.	Kriteria Sampel Perusahaan	41
Tabel4.2.	Jumlah Sampel Perusahaan.....	42
Tabel4.3.	Statistik Deskriptif Periode 2013 – 2017.....	42
Tabel4.4.	Uji Normalitas.....	44
Tabel4.5.	Uji Multikolinearitas	46
Tabel4.6.	Uji Autokorelasi.....	47
Tabel4.7.	Uji Heterokedastisitas	49
Tabel4.8.	Uji Koefisien Determinasi	50
Tabel4.9.	Uji F (Uji serempak).....	51
Tabel4.10.	Uji t (uji Parsial).....	52

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kategori Perusahaan Berdasarkan CSR.....	19
Gambar 2.2.	Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan CSR.....	20
Gambar 2.3.	Kerangka konseptual.....	28
Gambar 4.1.	Histogram.....	44
Gambar 4.2.	Grafik <i>Normality Probability Plot</i>	45
Gambar 4.3.	Grafik <i>Scatterplot</i>	48



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Nilai perusahaan sangat penting karena nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Pada awalnya perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan atau pemegang saham. Tujuan perusahaan tersebut dapat dicapai dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan telah banyak dilakukan.

Eddy dan Pratama (2014:31) menemukan bahwa struktur risiko keuangan dan perataan laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan tingkat kemakmuran pemegang saham juga tinggi dan membuat pasar percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga prospek perusahaan di masa depan. Tidak hanya kinerja dan prospek di masa depan tetapi kepemilikan saham merupakan hal yang harus diperhatikan

Pemegang saham merupakan pemilik dari sebuah perusahaan dengan membeli sahamnya dan berharap adanya pengembalian keuangan yang dapat diperoleh. Dalam kebanyakan kasus, pemegang saham akan memilih direksi, yang kemudian menunjuk para manajer untuk menjalankan perusahaan secara harian. Karena manajer bekerja mewakili para pemegang saham, artinya manajer hendaknya mematuhi kebijakan yang dapat meningkatkan nilai perusahaan (Brigham & Houston, 2016:19)

Perusahaan mempunyai kepemilikan saham individu, yang memegang kepemilikan disebut dengan pemegang saham, yang juga dapat dikatakan sebagai pemilik dari perusahaan. Perusahaan yang berbentuk persekutuan, belum terdapat pemisah antara pemilik dan manajer perusahaan menurut hukum. Untuk menghindari perbedaan kepentingan dari pemilik dan manajer perusahaan maka dapat diatasi dengan menjamin pihak manajemen untuk membuat keputusan yang optimal dengan cara memberikan insentif yang cukup memadai karena memadai seperti pemberian opsi saham, bonus, mobil dan kantor mewah yang sekiranya sepadan dengan nilai perusahaan terhadap pemilik perusahaan. Selain kepemilikan saham, *coporate social responsibility* merupakan hal yang tak kalah penting dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate social responsibility (CSR) adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat dan lingkungan tempat beroperasi. Secara teori, *Corporate social responsibility* (CSR) dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para stakeholder terutama komunitas atau masyarakat disekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *corporate social responsibility* (CSR) adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Peraturan yang mengatur tentang tanggung jawab sosial diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 40 tahun 2007 pasal 74 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan menjelaskan “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib

melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan”. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana yang dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah (Febrina dan Suaryana, 2011).

Corporate social responsibility (CSR) muncul akibat adanya modernisasi masyarakat yang sudah memahami bahwa aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dapat membawa dampak negatif pada lingkungannya. Apalagi hal ini sangat dekat dengan aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang paling banyak berinteraksi dengan masyarakat. Dalam proses produksinya perusahaan manufaktur mau tidak mau akan menghasilkan limbah produksi, sangat erat hubungannya dengan masalah pencemaran lingkungan. Proses produksi yang dilakukan juga mengharuskannya untuk memiliki tenaga kerja bagian produksi sehingga masalah keselamatan kerja juga harus diperhatikan. Di sisi lain perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang menjual produk kepada konsumen sehingga isu keselamatan dan keamanan produk menjadi penting untuk diungkapkan kepada masyarakat. Oleh karena itu dengan banyaknya masalah-masalah yang terjadi, sangat diharapkan agar setiap perusahaan lebih meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab sosialnya dengan cara memperhatikan dan mempertimbangkan akibat dari kegiatan operasional yang dilakukannya.

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepemilikan Saham dan *Corporate social responsibility* (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2017”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepemilikan saham berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 ?
2. Apakah *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 ?
3. Apakah kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 ?

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh variabel kepemilikan saham terhadap variabel nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.
- b. Untuk mengetahui pengaruh variabel *corporate social responsibility* (CSR) terhadap variabel nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

- c. Untuk mengetahui pengaruh variabel kepemilikan saham dan variabel *corporate social responsibility* (CSR) secara bersama-sama terhadap variabel nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017.

1.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiyono, 2012:93).

Adapun hipotesis yang diambil penulis dalam penelitian ini adalah:

- H: Diduga adanya pengaruh yang positif dan signifikan kepemilikan saham terhadap nilai perusahaan *manufaktur* di BEI.
- H: Diduga adanya pengaruh yang positif dan signifikan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan *manufaktur* di BEI.
- H: Diduga adanya pengaruh yang positif dan signifikan kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) secara bersama-sama berpengaruh terhadap nilai perusahaan *manufaktur* di BEI.

1.5. Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Dapat memberikan pengetahuan yang baik bagi peneliti dan pemahaman serta penerapan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Memerikan sumbangan pemikiran kepada pihak manajemen perusahaan dalam pemecahan masalah yang berkaitan dengan kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) sehingga diharapkan dapat berguna bagi perusahaan untuk masa yang akan datang.

c. Bagi Pihak-pihak lain

Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan pada penelitian yang akan datang

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Nilai perusahaan

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan tinggi. Tujuan utama perusahaan menurut *theory of the firm* adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan.

Dengan memaksimalkan nilai perusahaan, maka akan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham juga. Menurut Husnan (2010) dalam Rustendi (2012) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham (Brigham Gapensi, 2016), Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen asset. Nilai perusahaan dapat terlihat dari harga sahamnya. Harga pasar dari saham perusahaan yang terbentuk antara pembeli dan penjual disaat terjadi transaksi disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya.

Menurut Sukamulja, (2014:86) rasio-rasio keuangan digunakan investor untuk mengetahui nilai pasar perusahaan. Rasio tersebut dapat memberikan indikasi bagi

manajemen mengenai penilaian investor terhadap kinerja perusahaan dimasa lampau dan prospeknya dimasa depan.

Ada beberapa rasio untuk mengukur nilai pasar perusahaan, salah satunya Tobin's Q. Rasio ini dinilai bisa memberikan informasi paling baik, karena dalam Tobin's Q memasukkan semua unsur hutang dan modal saham perusahaan, tidak hanya saham biasa saja dan tidak hanya ekuitas perusahaan yang dimasukkan namun seluruh asset perusahaan. Dengan memasukkan seluruh asset perusahaan berarti perusahaan tidak hanya terfokus pada satu tipe investor saja yaitu investor dalam bentuk saham namun juga untuk kreditur karena sumber pembiayaan operasional perusahaan bukan hanya dari ekuitasnya saja tetapi juga dari pinjaman yang diberikan oleh kreditur. Jadi semakin besar nilai Tobin's Q menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Hal ini dapat terjadi karena semakin besar nilai pasar asset perusahaan dibandingkan dengan nilai buku asset perusahaan maka semakin besar kerelaan investor untuk mengeluarkan pengorbanan yang lebih untuk memiliki perusahaan tersebut.

Menurut Imanta dan Rutji (2011:88), nilai perusahaan yang dilihat dari nilai Tobin's Q dapat digunakan untuk memprediksi perusahaan yang memiliki kepemilikan managerial atau tidak.

Menurut Suranta dan Machfoedz (2003) dalam Rupilu (2011:52), menyatakan bahwa nilai perusahaan (Tobin's Q) dipengaruhi oleh kepemilikan manajerial, institusional dan ukuran dewan direksi. Kepemilikan institusional, dimana umumnya dapat bertindak sebagai pihak yang memonitor perusahaan.

Menurut Bringham dan Houston (2016 : 110) mengukur nilai perusahaan dapat dilakukan dengan cara menggunakan rumus sebagai berikut, yaitu :

Rasio Harga/Laba *Price Earning Ratio* (PER) adalah salah satu ukuran paling dasar dalam analisis saham secara fundamental. Fokus perhitungan menggunakan PER adalah laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan selama satu periode. Dengan mengetahui *Price Earning Ratio* (PER), perusahaan dapat menilai harga sebuah saham tergolong wajar atau tidak secara nyata dan bukan secara perkiraan. Rumus yang digunakan yaitu :

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$$

2.2. Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan merupakan bentuk komitmen dari pemegang saham untuk mendelegasikan pengendalian dengan tingkat tertentu kepada para manajer. Istilah Struktur kepemilikan digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel-variabel yang penting dalam struktur modal tidak hanya ditentukan oleh hutang dan ekuitas saja tetapi juga ditentukan oleh presentase kepemilikan saham oleh manajemen dan institusi.

Menurut Sugiarto (2011:59) struktur kepemilikan adalah :“Struktur kepemilikan adalah struktur kepemilikan saham yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh orang dalam (*insider*) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor. Atau dengan kata lain struktur kepemilikan saham adalah proporsi kepemilikan institusional dan kepemilikan manajemen dalam kepemilikan saham

perusahaan. Dalam menjalankan kegiatannya suatu perusahaan diwakili oleh direksi (*agents*) yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principals*).”

Sedangkan menurut I Made Sudana (2011:11) menyatakan struktur kepemilikan adalah : “Struktur kepemilikan merupakan pemisahan antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Pemilik atau pemegang saham adalah pihak yang menyertakan modal kedalam perusahaan, sedangkan manajer adalah pihak yang ditunjuk pemilik dan diberi kewenangan mengambil keputusan dalam mengelola perusahaan, dengan harapan manajer bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik” Struktur kepemilikan terbagi kedalam beberapa jenis. Adapun jenis-jenis struktur kepemilikan menurut Jensen and Meckling (2016) dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kepemilikan publik.

2.2.1. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merupakan kepemilikan saham oleh pihak institusi lain yaitu kepemilikan oleh perusahaan atau lembaga lain. Kepemilikan saham oleh pihak-pihak yang terbentuk institusi seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi, dan kepemilikan institusi lain. Kepemilikan institusional merupakan satu alat yang dapat digunakan untuk mengurangi *agency conflict*. Kepemilikan institusional memiliki kemampuan untuk mengendalikan pihak manajemen melalui proses monitoring secara efektif.

Dengan tingkat kepemilikan institusional yang tinggi maka akan menimbulkan usaha pengawasan yang lebih besar oleh pihak investor institusional sehingga dapat menghalangi perilaku oportunistik yang dilakukan oleh pihak manajer serta dapat

meminimalisir tingkat penyelewengan-penyelewengan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang akan menurunkan nilai perusahaan.

Menurut Nabela (2012:2) definisi kepemilikan institusional adalah: “Merupakan proporsi saham yang dimiliki institusi pada akhir tahun yang diukur dengan presentase”

Menurut Nuraina (2012: 116) Kepemilikan Institusional adalah : “Presentase saham perusahaan yang dimiliki oleh institusi atau lembaga (perusahaan asuransi, dana pensiunan, atau perusahaan lain”. Jadi dengan kata lain kepemilikan institusional merupakan proporsi saham yang dimiliki pihak institusi seperti perusahaan asuransi, dana pensiunan atau perusahaan lain yang diukur dengan presentase yang dihitung pada akhir tahun.

2.2.2. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer yang menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.

Menurut Jansen (2016) menyatakan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan akan dapat menyatukan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham. Kepemilikan manajerial memberikan kesempatan manajer terlibat dalam kepemilikan saham sehingga dengan keterlibatan ini kedudukan manajer sejajar dengan pemegang saham. Manajer diperlakukan bukan semata

sebagai pihak eksternal yang digaji untuk kepentingan perusahaan tetapi diperlakukan sebagai pemegang saham. Sehingga diharapkan adanya keterlibatan manajer pada kepemilikan saham dapat efektif untuk meningkatkan kinerja manajer.

2.2.3. Kepemilikan Publik

Kepemilikan publik merupakan presentase kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak luar (*outsider ownership*). Tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan maka di perlukan pendanaan yang diperoleh baik melalui pendanaan internal maupun pendanaan eksternal. Sumber pendanaan eksternal diperoleh dari saham masyarakat (publik).

Menurut Wijayanti (2011:20) kepemilikan publik adalah proporsi atau jumlah kepemilikan saham yang dimiliki oleh publik atau masyarakat umum yang tidak memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan.

Menurut Febriantina (2010:11) Kepemilikan Publik adalah “Kepemilikan saham perusahaan oleh masyarakat umum atau oleh pihak luar”. Jadi dari kutipan di atas kepemilikan publik merupakan proporsi kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak masyarakat yang dihitung dalam presentase.

2.3. Teori Agensi

Teori keagenan (*agency theory*) menjelaskan bahwa hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agent tersebut (Jensen dan Meckling,2016). Sedangkan Hendriksen

dan Michael (2010) menyatakan agen menutup kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi prinsipal dan prinsipal menutup kontrak untuk memberi imbalan kepada agen.

Analoginya seperti pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan. Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemilik perusahaan sebagai prinsipal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan. Karena perbedaan kepentingan ini, masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. *Agency theory* memandang bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham, akan bertindak dengan penuh kesadaran bagi kepentingannya sendiri (*self-interest*) bukan sebagai pihak yang arif dan bijaksana serta adil terhadap pemegang saham.

Eisenhardt menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia untuk menjelaskan teori agensi, yaitu: (1) Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*), (2) manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*) (Ujiyanto dan Pramuka, 2011).

Menurut Jensen dan Meckling, adanya masalah keagenan memunculkan biaya agensi yang terdiri dari: 1. *The monitoring expenditure by the principle*, yaitu biaya pengawasan yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengawasi perilaku dari agen

dalam mengelola perusahaan. 2. *The bounding expenditure by the agent (bounding cost)*, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh agen untuk menjamin bahwa agen tidak bertindak yang merugikan prinsipal. 3. *The residual loss*, yaitu penurunan tingkat utilitas prinsipal maupun agen karena adanya hubungan agensi (Siti Muyassaroh, 2008). Konflik antara manajer dan pemegang saham atau yang sering disebut dengan masalah keagenan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut sehingga timbul biaya keagenan (*agency cost*). Ada beberapa alternatif untuk mengurangi *agency cost*, diantaranya dengan adanya kepemilikan saham oleh manajemen.

2.3.1. Teori Legitimasi

Perusahaan bisa ada dalam suatu masyarakat karena adanya dukungan dari masyarakat. Oleh sebab itu, perilaku perusahaan dan cara yang digunakan perusahaan saat menjalankan bisnis harus berada dalam bingkai pedoman yang ditetapkan masyarakat. Dalam hal ini, seperti halnya pemerintah, perusahaan memiliki kontrak sosial (*social contract*) yang berisi sejumlah hak dan kewajiban. Kontrak sosial itu akan mengalami perubahan sejalan dengan perubahan kondisi masyarakat. Namun, apa pun perubahan yang terjadi, kontrak sosial tersebut tetaplah merupakan dasar bagi legitimasi bisnis. Kontrak sosial ini pula yang akan menjadi wahana bagi perusahaan untuk menyesuaikan berbagai tujuan perusahaan dengan tujuan-tujuan masyarakat yang pelaksanaannya dimanifestasikan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Legitimasi merupakan keadaan psikologis keberpihakan orang dan kelompok orang yang sangat peka terhadap gejala lingkungan sekitarnya baik fisik

maupun nonfisik. O'Donovan (2012) berpendapat legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat.

Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*). Gray et. al, berpendapat bahwa legitimasi merupakan “*a systemsoriented view of organization and society. permits us to focus on the role of information and disclosure in the relationship between organizations, the state, individuals an group*”. Definisi ini mengisyaratkan bahwa legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat (*society*), pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Definisi legitimasi menurut Deegan (2002) adalah: “*a system-oriented perspective, the entity is assumed to influenced by, and in turn to have influence upon, the society in which it operates. Corporate disclosure are considered to represent one important means by witch management can influence external perceptions about organization*”. Definisi di atas mencoba menggeser secara tegas perspektif perusahaan ke arah stakeholder orientation (*society*). Batasan tersebut mengisyaratkan bahwa legitimasi perusahaan merupakan arah implikasi orientasi pertanggungjawaban perusahaan yang lebih menitikberatkan pada stakeholder *perspective* (masyarakat dalam arti luas). Legitimasi mengalami pergeseran sejalan dengan pergeseran masyarakat dan lingkungan, perusahaan harus dapat menyesuaikan perubahan tersebut baik produk, metode, dan tujuan. Deegan, Robin dan Tobin (2002) menyatakan legitimasi dapat diperoleh manakala terdapat kesesuaian antara keberadaan perusahaan tidak mengganggu atau sesuai (*congruent*)

dengan eksistensi sistem nilai yang ada dalam masyarakat dan lingkungan. Ketika terjadi pergeseran yang menuju ketidaksesuaian (*incongruence*), maka pada saat itu legitimasi perusahaan dapat terancam.

Wartick dan Mahon (2014) menyatakan bahwa *incongruence* dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti:

1. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah.
2. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap perusahaan telah berubah.
3. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah ke arah yang berbeda, atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda.

Dowling and Peffer (2015) menyatakan bahwa aktivitas organisasi perusahaan hendaknya sesuai dengan nilai sosial lingkungannya. Terdapat dua dimensi agar perusahaan memperoleh dukungan legitimasi, yaitu:

- (1) aktivitas organisasi perusahaan harus sesuai (*congruence*) dengan sistem nilai di masyarakat;
- (2) pelaporan aktivitas perusahaan juga hendaknya mencerminkan nilai sosial.

Nor Hadi (2011) di dalam bukunya “*Corporate Social Responsibility*” menyebutkan hasil survey “*The Millenium Poll on CSR*” (1999) yang dilakukan oleh *Envionics International* (Toronto), *Conference Board* (New York) dan *Prince of Wales*

Business Leader Forum (London) diantara 25.000 responden di 23 negara menunjukkan bahwa dalam membentuk opini dan legitimasi perusahaan, 60% mengatakan bahwa etika bisnis, praktik sehat terhadap karyawan, dampak terhadap lingkungan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) paling berperan dalam meningkatkan legitimasi, 40% responden menyatakan citra perusahaan & brand image mempengaruhi kesan mereka. Hasil penelitian di atas menjelaskan bahwa legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Untuk itu, pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan diperlukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

2.4. Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan definisi tersebut, Ramadhani (2012:11), menyatakan bahwa elemen-elemen *corporate social responsibility* (CSR) dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham (menghasilkan profit).

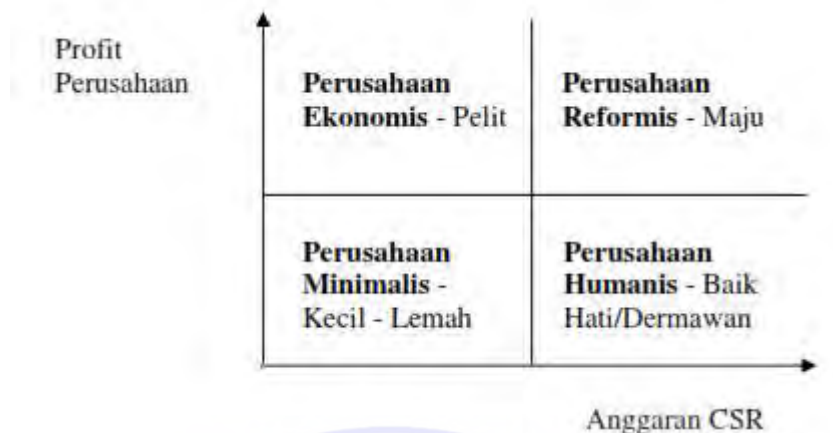
Suharto (2017:51), berkaitan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility* (CSR), perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Meskipun cenderung menyederhanakan realitas, tipologi ini menggambarkan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menjalankan *corporate social responsibility* (CSR). Pengkategorian dapat memotivasi perusahaan dalam mengembangkan program *corporate social responsibility* (CSR), dan dapat pula

dijadikan cermin dan *guideline* untuk menentukan model *corporate social responsibility* (CSR) yang tepat.

Dengan menggunakan dua pendekatan, sedikitnya ada delapan kategori perusahaan. Perusahaan ideal memiliki kategori reformis dan progresif. Tentu saja dalam kenyataannya, kategori ini bisa saja saling bertautan.

a. Berdasarkan proporsi keuntungan perusahaan dan besarnya anggaran *corporate social responsibility* (CSR):

- Perusahaan Minimalis. Perusahaan yang memiliki profit dan anggaran *corporate social responsibility* (CSR) yang rendah. Perusahaan kecil dan lemah biasanya termasuk kategori ini.
- Perusahaan Ekonomis. Perusahaan yang memiliki keuntungan tinggi, namun anggaran *corporate social responsibility* (CSR)-nya rendah. Perusahaan yang termasuk kategori ini adalah perusahaan besar, namun pelit.
- Perusahaan Humanis. Meskipun profit perusahaan rendah, proporsi anggaran *corporate social responsibility* (CSR)-nya relatif tinggi. Perusahaan pada kategori ini disebut perusahaan dermawan atau baik hati.
- Perusahaan Reformis. Perusahaan ini memiliki profit dan anggaran *corporate social responsibility* (CSR) yang tinggi. Perusahaan seperti ini memandang *corporate social responsibility* (CSR) bukan sebagai beban, melainkan sebagai peluang untuk lebih maju (Gambar 2.1).



Gambar 2.1 Kategori Perusahaan Berdasarkan Profit Perusahaan dan Anggaran *corporate social responsibility* (CSR)

Sumber : Suharto (2017)

- b. Berdasarkan tujuan *corporate social responsibility* (CSR): apakah untuk promosi atau pemberdayaan masyarakat:
- Perusahaan Pasif. Perusahaan yang menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) tanpa tujuan jelas, bukan untuk promosi, bukan pula untuk pemberdayaan, sekadar melakukan kegiatan karitatif. Perusahaan seperti ini melihat promosi dan CSR sebagai hal yang kurang bermanfaat bagi perusahaan.
 - Perusahaan Impresif. *corporate social responsibility* (CSR) lebih diutamakan untuk promosi daripada untuk pemberdayaan. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan "tebar pesona" daripada "tebar karya".
 - Perusahaan Agresif. *corporate social responsibility* (CSR) lebih ditujukan untuk pemberdayaan daripada promosi. Perusahaan seperti ini lebih mementingkan karya nyata daripada tebar pesona.

- Perusahaan Progresif. Perusahaan menerapkan *corporate social responsibility* (CSR) untuk tujuan promosi dan sekaligus pemberdayaan. Promosi dan *corporate social responsibility* (CSR) dipandang sebagai kegiatan yang bermanfaat dan menunjang satu sama lain bagi kemajuan perusahaan (Gambar 2.2).



Gambar 2.2 Kategori Perusahaan Berdasarkan Tujuan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
Sumber : Suharto (2017)

2.4.1. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Indrawan (2011:42), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal, yaitu :

- a. Profit. Dengan diperolehnya laba, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

- b. Lingkungan. Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut mengambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen bencana disini bukan hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, namun juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.
- c. Sosial atau masyarakat. Perhatian terhadap masyarakat, dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan-pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang.
- d. Memudahkan akses terhadap investasi domestik dan asing.
- e. Melindungi direksi dan dewan komisaris dari tuntutan hukum.

2.4.2. Prinsip-Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Crowther David (2008) dalam Hadi (2011:78), mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu:

- a. *Sustainability*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (*action*) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumberdaya di masa depan. *Sustainability* berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana *society* memanfaatkan sumberdaya agar tetap memperhatikan generasi masa datang.
- b. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan *network* terhadap para pemangku kepentingan.
- c. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggungan dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.4.3. Komisaris Independen

Pengertian Komisaris Independen Dalam pedoman umum *Good Corporate Governance* (2016:13) sebagai berikut : “anggota dewan komisaris yang tidak

terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan pemegang saham pengendali, serta bebas dari hubungan bisnis atau hubungan lainnya yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen atau bertindak semata-mata untuk kepentingan perseroan”.

Menurut Akhmad Riduwan dan Enggar Fibria Verdana Sari (2013) komisaris independen : “Anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham ataupun hubungan keluarga dengan anggota dewan komisaris lainnya, direksi ataupun pemegang saham pengendali atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen. Keberadaan komisaris independen dimaksudkan untuk mendorong terciptanya iklim dan lingkungan kerja yang lebih obyektif dan menempatkan kewajaran dan kesetaraan diantara berbagai kepentingan termasuk kepentingan pemegang saham minoritas dan stakeholder lainnya.”

Menurut Anisa dan Kumiasih (2012) dalam Atsil (2015) komisaris independen didefinisikan sebagai : “seseorang yang tidak terafiliasi dalam segala hal dengan pemegang saham pengendali, tidak memiliki hubungan afiliasi dengan direksi atau dewan komisaris serta tidak menjabat sebagai direktur pada suatu perusahaan yang terkait dengan perusahaan pemilik menurut peraturan yang dikeluarkan oleh BEI, jumlah komisaris independen proporsional dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham yang tidak berperan sebagai pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independen sekurang-kurangnya 30% dari seluruh anggota komisaris, disamping hal itu disamping hal itu

komisaris independen memahami undang-undang dan peraturan tentang pasar modal serta diusulkan oleh pemegang saham yang bukan merupakan pemegang saham pengendali dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)”.

Menurut peraturan Bank Indonesia No.8/4/PBI/2006 tentang pelaksanaan *good corporate goverance* bagi Bank Umum pasal 1 ayat 4, komisaris independen adalah: “dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham dan/atau hubungan keluarga dengan dewan komisaris lainnya, direksi dan/atau pemegang saham pengendali atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk bertindak independen”. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan komisaris independen merupakan seseorang yang tidak terafiliasi dengan direksi, anggota dewan komisaris lainnya dan bebas dari hubungan bisnis. Selain itu komisaris independen memahami undang-undang dan peraturan tentang pasar modal serta diusulkan oleh pemegang saham yang bukan merupakan pemegang saham pengendali dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Keberadaan komisaris independen diatur dalam peraturan BAPEPAM No: KEP-315/BEJ/06-2000 yang disempurnakan dengan surat keputusan No: KEP339/BEJ/07-2001 yang menyatakan bahwa setiap perusahaan publik harus membentuk komisaris independen yang anggotanya paling sedikit 30% dari jumlah keseluruhan anggota dewan komisaris. Dewan yang terdiri dari dewan komisaris independen lebih besar memiliki kontrol yang kuat atas keputusan manajerial. Dewan komisari merupakan dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur perseroan

terbatas (PT). Dalam komisari independen terdapat jabatan komiaris independen yaitu anggota dewan komisaris yang bukan merupakan pegawai atau orang yang berurusan langsung dengan organisasi tersebut, dan tidak mewakili pemegang saham. Dewan komisari sebagai puncak sistem pengelolaan internal perusahaan memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan, terutama dalam pelaksanaan *Good Corporate Governace*. Dalam rangka penyelenggaraan pengelolaan perusahaan yang baik (*Good Corvorate Governance*), perusahaan yang tercatat wajib memiliki komisari independen. Pasal 1 Peraturan Bank Indonesia tentang perubahan atas peraturan Bank Indonesia nomor 11//3/PBI/2009 tentang *Good Corvorate Governance* menyatakan bahwa komisaris independen sebagai berikut : “Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham, dan/atau hubungan keluarga dengan anggota Dewan Komisaris lainnya, Deriksi, dan/atau PSP atau hubungan dengan Bank, yang dapat mempengaruhi kemampuannya untuk berindak independen”.

Kriteria-kriteria Komisaris Independen Menurut komite nasional kebijakan *Corporate Governance* dalam Atsil (2015) menetapkan beberapa kriteria untuk menjadi komisaris independen pada perusahaan sebagai berikut:

1. Tidak memiliki hubungan afiliasi dengan pemegang saham pengendali perusahaan yang bersangkutan.
2. Tidak memiliki hubunngan afiliasi dengan Direktur dan/atau Komisaris lainnya pada perusahaan yang bersangkutan.

3. Tidak bekerja rangkap sebagai Direktur di perusahaan lain yang terafiliasi dengan perusahaan yang bersangkutan.
4. Tidak menduduki jabatan eksekutif atau mempunyai hubungan bisnis dengan perusahaan yang bersangkutan dan perusahaan-perusahaan lainnya yang terafiliasi dalam jangka waktu 3 tahun terakhir.
5. Tidak menjadi partner atau principal di perusahaan konsultan yang memberikan jasa pelayanan profesional pada perusahaan dan perusahaan lainnya yang terafiliasi.
6. Bebas dari segala kepentingan dan kegiatan bisnis atau hubungan yang lain yang dapat diinterpretasikan akan menghalangi atau mengurangi kemampuan Komisaris Independen untuk bertindak dan berfikir independen demi kepentingan perusahaan.
7. Memahami peraturan perundang-undangan PT, UU Pasar Modal dan UU serta peraturan-peraturan lain yang terkait. Di Indonesia saat ini, keberadaan komisaris independen sudah diatur dalam code of corporate governance. Setidaknya 20% dari anggota komisaris harus merupakan komisaris independen dalam rangka meningkatkan efektivitas dan transparansi atas pertimbangan-pertimbangan komisaris. Komisaris independen harus independen dari direksi dan pemegang saham pengendali dan tidak mempunyai kepentingan yang dapat mempengaruhi kemampuan mereka untuk menjalankan kewajiban secara adil atas nama perusahaan.

2.5. Penelitian Terdahulu

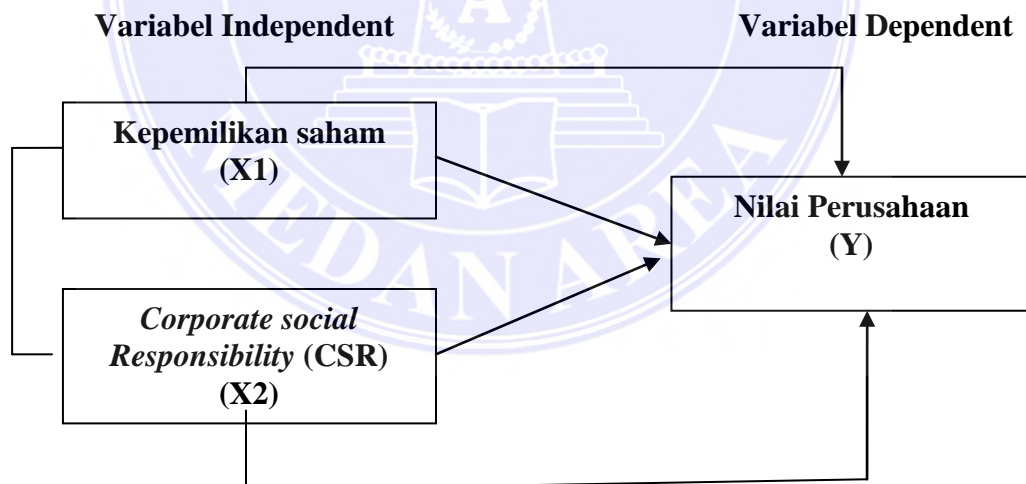
Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Laras Surya Ramadhani 2016	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Presentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar BEI	Variabel bebas <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependent Terhadap Nilai Perusahaan	Variabel kepemilikan saham dan Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, yang berarti bahwa semakin luas pengungkapan CSR yang dilakukan Perusahaan tidak berpengaruh terhadap naik/turunnya nilai perusahaan.
2	Komang Fridagustina Adnantara 2013	Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Pada Nilai Perusahaan	Variabel Bebas Kepemilikan Saham & <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Terikat Nilai Perusahaan	Struktur kepemilikan saham, baik itu Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, dan Kepemilikan Publik, tidak ada yang berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Nilai Perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan secara statistik signifikan terhadap Nilai Perusahaan
3	Wahyuning Ambar Setianingrum 2015	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas	Variabel Bebas Kepemilikan Saham Dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Terikat Nilai Perusahaan	<i>Corporate social responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan oleh beberapa fenomena, yaitu: kecenderungan

		Sebagai Variabel Moderasi		investor dalam membeli saham, rendahnya pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur tahun 2011-2013, variabel CSR tidak dapat diukur secara langsung dan beberapa perusahaan manufaktur tahun 2011-2013 tergolong perusahaan impresif/tebar pesona.
--	--	---------------------------	--	---

2.6. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian, tinjauan teoritis dan penelitian terdahulu sebagaimana yang telah diuraikan, maka peneliti membuat kerangka konseptual seperti gambar di bawah ini :



Gambar 2.3 : Kerangka Konseptual

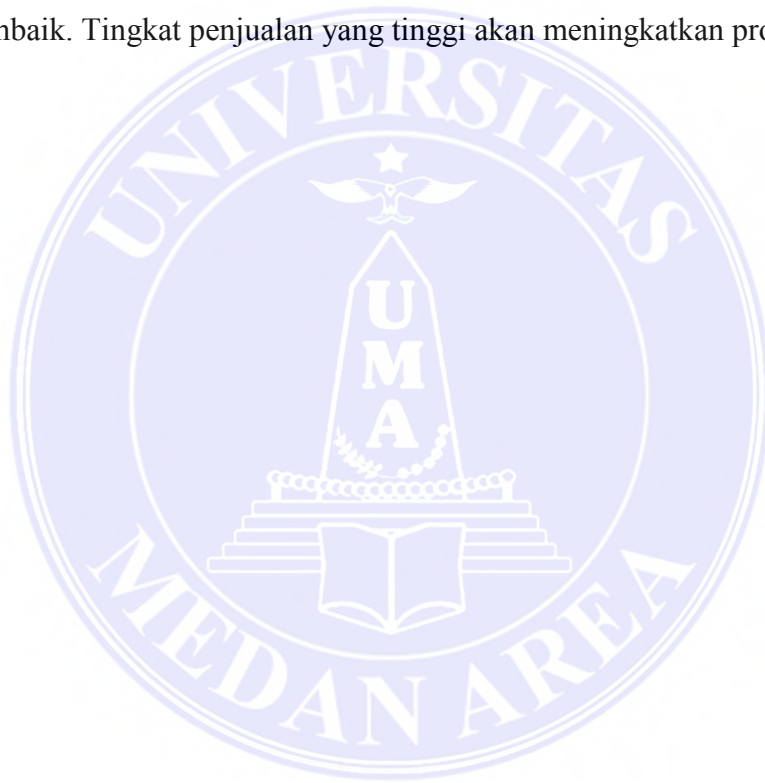
Kerangka konsep pada gambar 2.3 menunjukkan bahwa Variabel Independen terdiri dari Kepemilikan Saham (X1) dan *Corporate Social Responsibility* (X2),

Variabel dependen adalah Nilai Perusahaan (Y) didefinisikan sebagai nilai pasar, karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Semakin tinggi harga saham, maka semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Para profesional diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar dan masyarakat percaya pada perusahaan yaitu pada kinerja saat ini dan juga pada prospek usaha di masa depan, baik dari sudut pandang *financial* maupun *non financial*.

Kepemilikan Saham (X1) hubungannya dengan Nilai Perusahaan (Y) adalah bahwa manajer yang sekaligus pemegang saham akan meningkatkan nilai perusahaan, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan maka nilai kekayaannya sebagai individu pemegang saham akan ikut meningkat pula. Soliha dan Taswan (2012) menemukan hubungan yang signifikan dan positif antara kepemilikan manajerial dan nilai perusahaan. Menurut Brigham dan Houston (2014), “*managers might be more interested in maximizing their own wealth than their stockholders’ wealth*”. Konflik ini timbul ketika manager memiliki keinginan untuk memaksimalkan kekayaannya melebihi dari kekayaan pemegang saham. Kekayaan manajer yang meningkat tentunya seiring dengan adanya peningkatan nilai perusahaan.

Corporate Social Responsibility (X2) hubungannya dengan Nilai Perusahaan (Y) adalah bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk

tanggung jawab perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial dan kerusakan lingkungan yang terjadi akibat aktivitas operasional perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggungjawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Investor lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin baiknya citra perusahaan, loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu lama penjualan perusahaan akan membaik. Tingkat penjualan yang tinggi akan meningkatkan profitabilitas.



BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

3.1.1. Jenis Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal. Hal ini dikarenakan penelitian ini menggunakan rumusan masalah yang bersifat asosiatif dengan hubungan kausal.

Menurut Sugiyono (2012) dalam Sunarni (2013), rumusan masalah asosiatif adalah suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diartikan bahwa metode penelitian asosiatif dengan hubungan kausal melalui pendekatan kuantitatif adalah suatu prosedur penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisa data secara sistematis guna mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, penelitian asosiatif dengan bentuk hubungan kausal digunakan untuk mengetahui pengaruh kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan manufaktur di BEI.

3.1.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan November 2018 sampai Maret 2019 dengan objek penelitian Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia atau pada situs www.idx.com.

Tabel 3.1
Rencana waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2018/2019					
		Nov 18	Des 18	Jan 19	Peb 19	Mar 19	Apr 19
1	Penyusunan proposal						
2	Seminar proposal						
3	Pengumpulan data						
4	Analisis data						
5	Seminar Hasil						
6	Pengajuan Meja hijau						
7	Meja Hijau						

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1. Populasi

Ferdinand (2011), populasi adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang telah *go public* yang mengungkapkan kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) dan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017. Jumlah populasi pada penelitian ini adalah 115 perusahaan.

3.2.2. Sampel

Ferdinand (2011), sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Subset ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin kita meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu kita membentuk sebuah perwakilan

populasi yang disebut sampel. Pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat diperoleh sampel yang benar-benar dapat mewakili populasi sebenarnya, dengan kata lain sampel harus representatif. Sampel pada penelitian ini berasal dari perusahaan *consumer good* yang telah *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013-2017. Pemilihan sampel penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria pemilihan sampel yang akan diteliti adalah:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengungkapkan kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) selama tahun 2013-2017. Jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan *corporate social responsibility* (CSR) tahun 2013-2017 sebanyak 115 perusahaan.
2. Perusahaan sampel menggunakan mata uang rupiah selama periode 2013-2017. Jumlah perusahaan manufaktur yang menggunakan mata uang rupiah selama periode 2013-2017 sebanyak 10 perusahaan.

Tabel 3.2
Sampel Penelitian

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017	115
Perusahaan manufaktur yang tidak berturut-turut menyajikan laporan keuangan pada periode 2013-2017	(38)
Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba secara berturut-turut selama tahun 2013-2017	(41)
Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dalam satuan mata uang Rupiah selama tahun 2013-2017	(16)

Perusahaan manufaktur yang tidak berturut-turut menyajikan <i>annual report</i> perusahaan selama tahun 2013-2017	(10)
Jumlah sampel yang sesuai kriteria	10
Tahun pengamatan	5
Total sampel penelitian	10

Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI yang mengungkapkan kepemilikan saham dan CSR pada tahun 2013-2017 sebanyak 115 perusahaan. Berdasarkan kriteria yang disebutkan di atas, maka jumlah sampel akhir yang memiliki data lengkap dalam penelitian ini sebanyak 10 perusahaan.

3.3. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel	Defenisi	Skala
Kepemilikan Saham (X1)	Struktur kepemilikan saham adalah perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh orang dalam (<i>insider</i>) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor.	$PO = \frac{\text{Total Saham}}{100\%} \times \text{Total Saham beredar}$
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X2)	Menyatakan bahwa elemen-elemen CSR dapat dirangkum sebagai aktivitas perusahaan dalam mencapai keseimbangan aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial tanpa mengesampingkan ekspektasi para pemegang saham	$CSRI_j = \frac{X_{ij}}{\sum ni}$

Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan sangat penting karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham	PER= $\frac{\text{Harga pasar saham}}{\text{Laba Perlembar Saham}}$
----------------------	--	---

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder. Data sekunder adalah jenis data yang diperoleh dan digali melalui hasil pengolahan pihak kedua dari hasil penelitian lapangannya, baik berupa data kualitatif maupun kuantitatif (Teguh, 2015:121).

Data sekunder umumnya bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan tidak dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mengenai laporan keuangan tahunan pada Perusahaan manufaktur periode tahun 2013 sampai 2017.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data dan informasi laporan keuangan tahunan dapat diambil dari Bursa Efek Indonesia atau Indonesia Stock Exchange (IDX).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengumpulan data dokumentasi, yaitu berupa laporan keuangan perusahaan tahunan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

3.6. Teknik Analisis Data

Menurut (Duwi Priyatno, 2012:143). Agar dalam analisis regresi diperoleh model regresi yang bisa dipertanggung jawabkan, maka analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik. Uji asumsi klasik bertujuan untuk memperoleh apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linier yang baik dan dapat dipercaya, maka harus diperhatikan asumsi-asumsi berikut :

1. Terdapatnya hubungan linier antara variabel bebas dan variabel terikat.
2. Besarnya varian error (faktor pengganggu) bernilai konstan untuk seluruh variabel bebas (bersifat homoscedasticity).
3. Independensi dari error (non autocorrelation).
4. Normalitas dari distribusi error.
5. Multikolinieritas yang sangat rendah.

Dalam analisis regresi linier berganda perlu menghindari penyimpangan asumsi klasik supaya tidak timbul masalah dalam penggunaan analisis tersebut dan regresi yang dihasilkan baik atau tidak bias. Untuk tujuan tersebut maka harus dilakukan pengujian asumsi klasik berikut ini :

3.6.1. Uji Normalitas Data

Menurut Duwi Priyatno (2012:144) Uji normalitas data pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas penelitian ini dilakukan pada model regresi yaitu dengan pengujian analisis grafik dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual. Sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi secara normal.

3.6.2. Uji Multikolinearitas

Menurut Duwi Priyatno (2012:151) Multikolinearitas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independent. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Untuk mengetahui suatu model regresi bebas dari multikolinearitas, salah satu caranya dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan angka Tolerance $> 0,1$.

3.6.3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian yang dilakukan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik Scatterplot. Jika scatterplot menunjukkan adanya pola

tertentu maka terdapat heteroskedastisitas. Jika titik–titiknya menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

3.6.4. Uji Autokolerasi

Autokolerasi terjadi apabila ada kolerasi antara anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Penyimpangan ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan data time series. Konsekuensi adanya autokolerasi ini adalah varians sampel tidak dapat menggambarkan varians populasinya, dan model regresi yang dihasilkan tidak dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependent pada nilai variabel pada independent tertentu. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya, jika ada berarti terdapat autokorelasi. Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW) test dengan kriteria :

1. Jika $(4 - dw) < dl$ maka terdapat autokorelasi negatif,
2. Jika $(4 - dw) > du$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif,
3. Jika $dl < (4 - dw) < du$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

3.7. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Untuk memperoleh kesimpulan dari analisis regresi linear berganda, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis. Dalam analisis regresi penulis menggunakan tiga pengujian yaitu secara parsial (Uji t), secara menyeluruh atau simultan (Uji F) dan koefisien determinasi (R^2).

3.7.1. Pengujian Variabel Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini bertujuan untuk memastikan apakah variabel independent yang terdapat dalam persamaan secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel dependent. pengujian ini dilakukan dengan uji t atau dengan menggunakan rumus P value. Untuk mengetahui besarnya nilai t tabel berdasarkan tabel t, ditentukan dengan tingkat signifikan 5% dengan derajat kebebasan $df = (n-k-1)$. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

3.7.2. Pengujian Variabel Secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independent secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependent. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel. Untuk mengetahui nilai F tabel tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5%, dengan kriteria uji yang digunakan adalah jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dikatakan signifikan karena H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel independent secara bersama - sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependent. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dikatakan tidak signifikan karena H_0 diterima dan H_a ditolak. Analisis regresi linear berganda (Multivariate Regression) merupakan suatu model dimana variabel terikat tergantung dua atau lebih variabel bebas. Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh lebih dari satu variable bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda dapat dinyatakan dengan fungsi persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana : Y= nilai perusahaan

a=konstanta

b1,b2= Koefisien Regresi

X1=kepemilikan saham

X2=corporate social responsibility (CSR)

e=error (variabel pengganggu)

3.7.3. Analisis Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah bagian dari keberagaman variabel terikat Y (dependent) yang dapat diterangkan atau diperhitungkan oleh keragaman total variabel bebas X (independent). Semakin besar koefisien determinasi, menunjukkan semakin baik kemampuan X menerangkan Y (Suharyadi,2011:162).

Untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikatnya dapat dilihat dari koefisien korelasi parsialnya. Variabel bebas yang saling berpengaruh terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien korelasi parsial yang paling besar. Nilai koefisien determinasi akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai koefisien determinasi = 1 menunjukkan 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi = 0 menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh varian bebas

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Data Penelitian

Perusahaan yang digunakan sebagai objek dalam penelitian ini adalah perusahaan bidang manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama 5 tahun , yaitu mulai tahun 2013 sampai tahun 2017. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah metode *puspositive sampling* yaitu sampel yang diambil apabila memenuhi kriteria-kriteria yang telah ditentukan.

Berdasarkan pada data perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013-2017 terdapat sebanyak 115 perusahaan manufaktur, sedangkan perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai sampel sebanyak 10 perusahaan. Penelitian ini menggunakan periode selama 5 (lima) tahun, sehingga jumlah sampel yang digunakan untuk menganalisis data adalah sebanyak 10 perusahaan manufaktur. Ringkasan pengambilan sampel pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI tahun 2013-2017 dijelaskan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.1
Kriteria sampel penelitian
Periode 2013-2017

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017	115
Perusahaan manufaktur yang tidak berturut-turut menyajikan laporan keuangan pada periode 2013-2017	(38)
Perusahaan manufaktur yang tidak memperoleh laba secara berturut-turut selama tahun 2013-2017	(41)
Perusahaan manufaktur yang tidak mempublikasikan laporan keuangan dalam satuan mata uang Rupiah selama tahun 2013-2017	(16)
Perusahaan manufaktur yang tidak berturut-turut menyajikan <i>annual report</i> perusahaan selama tahun 2013-	(10)

2017	
Jumlah sampel yang sesuai kriteria	10
Tahun pengamatan	5
Total sampel penelitian	10

Perusahaan manufaktur di klasifikasikan ke dalam 4 sub sektor. Rincian jumlah perusahaan manufaktur yang terpilih menjadi sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Sampel Perusahaan Berdasarkan Sub Sektor

Jenis Perusahaan Manufaktur	Jumlah
Food and Beverages	4
Plastic and Glass Product	2
Chemical and Allied Product	2
Metal and Allied Product	2

Dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa sampel perusahaan yang terbanyak yaitu pada kategori perusahaan *food and beverages* dengan jumlah 4 perusahaan.

4.2. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan gambaran kondisi variabel dalam penelitian ini. Pada bagian tabel ini digambarkan dari tiap-tiap variabel dan dilihat dari nilai Minimum, nilai Maksimum, nilai *mean* dan standart deviasi. Berikut penjelasan mengenai *descriptive statistics* data penelitian :

Tabel 4.3
Statistik Deskriptif periode 2013-2017

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K Saham	50	0,56	483,66	84,1410	143,241
CSR	50	1,20	14,08	6,0097	21
Nilai P.	50	0,12	0,35	0,0817	3,35369
Valid N (listwise)	50				0,11774

Sumber : Data Sekunder yang telah diolah

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata (mean) dari nilai perusahaan sebesar 0,12. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja rata-rata perusahaan sampel dalam menghasilkan laba bersih sebesar 12% dari total Nilai perusahaan. Dengan rentang nilai maksimum dan minimum yaitu 0,35 dan 0,12. Nilai rata-rata K Saham diperoleh sebesar 84,14 dengan standar deviasi sebesar 143,24. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat efisiensi rata-rata perusahaan sampel dalam menggunakan kepemilikan saham sebesar 84,14%. Nilai rata-rata CSR sebesar 6,01 dengan standar deviasi sebesar 3,35. Hal ini menunjukkan bahwa periode CSR rata-rata perusahaan sampel sebesar 6,01%.

4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji kolmogorov-smirnov test. Uji dilakukan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak.

- a) Jika nilai Asymp sig > 0,5 Maka data Berdistribusi normal
- b) Jika nilai Asymp sig < 0,5 Maka data tidak normal

Tabel 4.4

Hasil Uji Normalitas Data

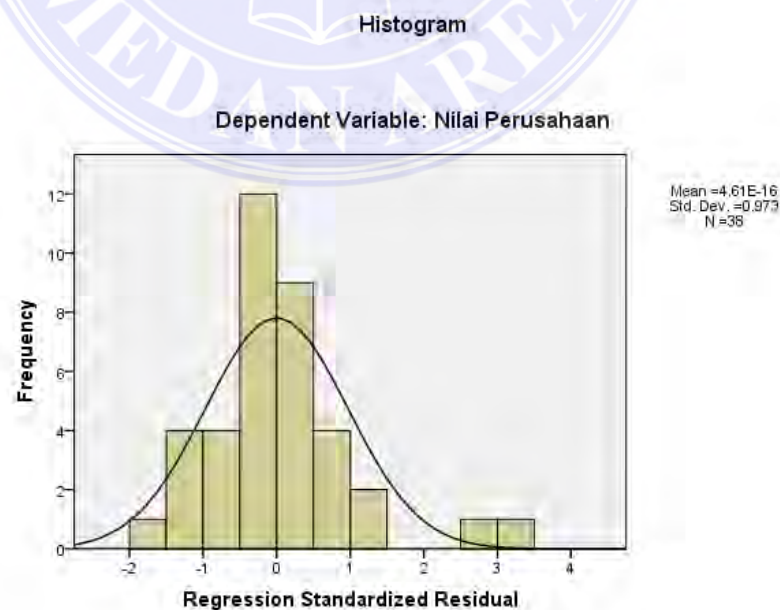
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		38
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.46527205
Most Extreme Differences	Absolute	.150
	Positive	.150
	Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z		.925
Asymp. Sig. (2-tailed)		.359

a. Test distribution is Normal.

Sumber: data diolah melalui SPSS 23.00 for windows

Berdasarkan data pada tabel 4.4 nilai signifikannya menunjukkan angka sebesar 0,359. Hal ini berarti nilai signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

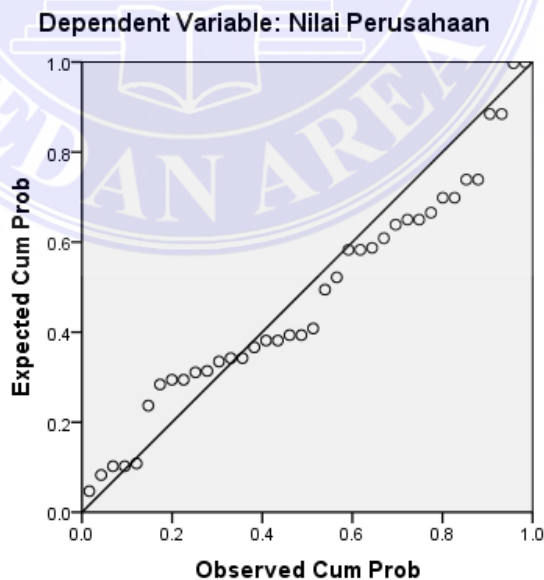


Gambar 4.1

Berdasarkan Gambar 4.1 histogram di atas menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal karena bentuk kurva memiliki kemiringan yang cenderung imbang dan kurva menyerupai lonceng. Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal.

- a. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.
- Hasil uji normalitas menggunakan grafik *normality probability plot* dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinieritas antar variable independen digunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Batas dari *tolerance value* adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10. Apabila *tolerance value* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil output SPSS maka besar nilai VIF dan tolerance dapat dilihat di tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.537	.299		1.798	.081		
K Saham	.023	.007	.462	3.138	.003	.994	1.006
CSR	-.004	.004	-.146	-.994	.327	.994	1.006

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil tabel di atas, menunjukkan bahwa kedua variabel independen yakni kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai tolerance pada kepemilikan saham sebesar 0,994 dan *corporate social responsibility* (CSR) sebesar 0,994 juga. Sedangkan pada nilai VIF pada perputaran kas sebesar 1,006 dan perputaran piutang sebesar 1,006 juga.

3. Hasil Uji Autokolerasi

Uji autokolerasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada kolerasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Untuk dapat mengetahui adanya autokolerasi pada sampel penelitian maka digunakan metode Durbin-Watson (DW). Hasil uji DW dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 ^a	.245	.202	.478	1.606

a. Predictors: (Constant), CSR, K Saham

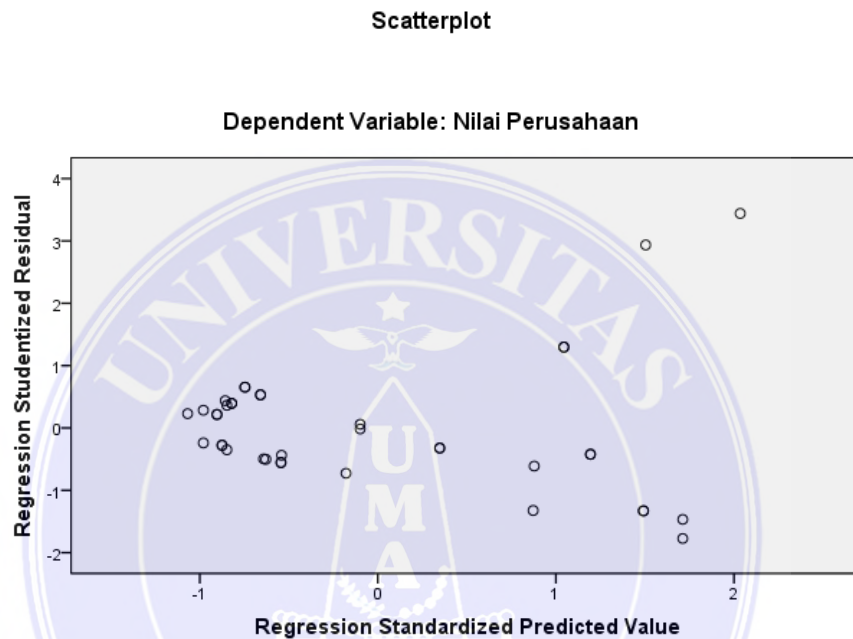
b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil pada tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa hasil uji autokolerasi menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1.606. Dengan k sebesar 2 dan n sebanyak 50 maka nilai dl sebesar 1.4625 dan du sebesar 1.6283. Sehingga nilai ini terletak pada $dl < d < 4 - du$ yakni $1,4625 < 1,606 < 1.6283$ (tidak ditolak). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat autokolerasi positif maupun negatif.

4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Metode ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari satu residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka terjadi homoskedastisitas namun jika varians berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang

tidak terjadi heteroskedastisitas. “Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot*, jika ada pola tertentu maka telah terjadi heteroskedastisitas pada model regresi” (Situmorang *et al.*, 2010:100).



Gambar 4.3

Pada Gambar 4.3 grafik *scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Nilai Perusahaan	K Saham	CSR
Nilai Perusahaan	Pearson Correlation	1000	.474	.180
	Sig. (2-tailed)		.443	.267
	N	50	50	50
K Saham	Pearson Correlation	.474	1000	.195
	Sig. (2-tailed)	.443		.210
	N	50	50	50
CSR	Pearson Correlation	.180	.195	1000
	Sig. (2-tailed)	.267	.210	
	N	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7 di atas, menunjukkan bahwa variable bebas yakni kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) tidak menunjukkan nilai yang signifikan, yakni lebih besar dari 0,5 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berarti model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali. 2012:97). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Hasil pengujian koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 ^a	.245	.202	.478	1.606

a. Predictors: (Constant), CSR, K Saham

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 4.8 menggambarkan bahwa nilai R square pada perusahaan sampel sebesar 0,245 sedangkan nilai adjusted R square sebesar 0,202 atau 20,2%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan adalah 20,2% sedangkan sisanya 79,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

2. Hasil Uji Signifikan Simultan

Uji statistik F atau analisis Of Variance (ANOVA) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variable dependennya. Nilai dalam F dalam tabel ANOVA juga untuk melihat apakah model yang digunakan sudah tepat atau tidak. Hasil perhitungan Uji F dengan menggunakan SPSS versi 23 dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.606	2	1.303	5.694	.000 ^a
	Residual	8.010	35	.229		
	Total	10.616	37			

a. Predictors: (Constant), CSR, K Saham

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa diperoleh nilai F sebesar 5,694 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Karena nilai signifikansinya rendah yakni lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$) maka hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR) secara simultan atau bersama-sama mampu menjelaskan perubahan pada variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepemilikan kas dan *corporate social responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

3. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Uji signifikan parsial atau uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2012:96). Hasil perhitungan Uji t dengan menggunakan SPSS versi 23 dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Parsial (Uji t)
Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.537	.299		1.798	.081
K Saham	.023	.007	.462	3.138	.003
CSR	.004	.004	.146	.994	.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 dapat dilihat hasil nilai konstanta sebesar 0,537. Hal ini mengindikasikan bahwa perubahan nilai perusahaan mempunyai nilai sebesar 0,537 dengan tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel independen perubahan kepemilikan saham dan *corporate social responsibility* (CSR). Berdasarkan hasil pengujian dengan metode regresi linear berganda, maka dapat disusun sebuah persamaan sebagai berikut :

$$\text{Nilai Perusahaan} = 0,537 + 0,023 X_1 + 0,004 X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta bernilai 0,537 menunjukkan bahwa jika tidak ada pengaruh dari variabel bebas (X_1 , X_2) maka nilai perusahaan (Y) akan bernilai 0,537.
2. Koefisien X_1 (β_1) = 0,023, ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kepemilikan saham sebesar satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,023.
3. Koefisien X_2 (β_2) = 0,004 ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel CSR sebesar satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,004.

4.3. Pembahasan

1. Pengaruh kepemilikan saham Terhadap Nilai perusahaan

Hipotesis pertama yang diajukan menyatakan bahwa kepemilikan saham berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variable kepemilikan saham memiliki nilai koefisien 0,023 dengan signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ sehingga variabel kepemilikan saham terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga H1 dalam penelitian ini yang menyatakan kepemilikan saham berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Hasil penelitian diketahui bahwa kepemilikan saham berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut menunjukkan semakin besar kepemilikan saham maka semakin tinggi nilai perusahaan. Kepemilikan saham dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer yang menanggung resiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Semakin banyak investor membeli sahamnya atau dengan cara menanamkan sahamnya otomatis permintaan terhadap saham akan naik. Permintaan saham yang naik itu juga akan meningkatkan harga sahamnya karena dalam hal ini hukum ekonomi berlaku yaitu semakin banyaknya permintaan maka harga akan naik. Harga saham yang semakin naik itu mencerminkan nilai perusahaan yang tinggi.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Priyastuty (2014), Sumanti (2015), Juniastina, dan Sujoko dan Soebiantoro (2007) yang menyatakan bahwa kepemilikan saham berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Nilai perusahaan

Hipotesis kedua yang diajukan menyatakan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dari hasil penelitian yang diperoleh bahwa koefisien regresi untuk variable CSR memiliki nilai koefisien 0,004 dengan signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga variabel *corporate social responsibility* (CSR) terbukti berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sehingga H2 dalam penelitian ini yang menyatakan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dapat diterima.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Puspitasari (2011) dan Aryani (2012) yang menyatakan bahwa penerapan *Corporate Soscial Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada Bab IV, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kepemilikan saham memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kepemilikan saham meningkat maka nilai perusahaan meningkat juga. Koefisien $X_1 = 0,023$ menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel kepemilikan saham sebesar satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,023.
2. Variabel *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila nilai perusahaan meningkat maka akan memberi dampak terhadap nilai perusahaan. Koefisien $X_2 = 0,004$ ini menunjukkan setiap terjadi peningkatan variabel *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* sebesar satu satuan maka akan meningkatkan nilai perusahaan sebesar 0,004.
3. Secara simultan variabel kepemilikan saham dan *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel nilai perusahaan. diperoleh nilai F sebesar 5,694 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Karena nilai signifikansinya rendah yakni lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 0,05$) maka hipotesis diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan manufaktur diharapkan dapat meningkatkan kepemilikan saham dengan demikian meningkatkan nilai perusahaan agar laba yang didapatkan perusahaan tersebut tinggi dan berimbang pula terhadap pembayaran dividen karena pasar menganggap bahwa pembayaran dividen yang tinggi mencerminkan kinerja perusahaan yang baik dan memberikan prospek yang bagus dimasa mendatang.
2. Selain itu perusahaan diharapkan dapat meningkatkan atau memaksimalkan nilai perusahaan sehingga dapat menarik minat para investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara melaksanakan fungsi manajemen keuangan yang tepat, dimana satu keputusan yang diambil akan mempengaruhi keputusan keuangan lainnya dan berdampak terhadap nilai perusahaan tersebut.
3. Bagi investor dan calon investor yang ingin menanamkan modalnya pada suatu perusahaan diharapkan lebih cermat dan teliti dengan melihat terlebih dahulu kondisi perusahaan yang akan di pilih baik dari faktor internal maupun eksternal perusahaan. Disamping itu investor pun harus memperhatikan struktur kepemilikan saham suatu perusahaan karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan saham berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham & Houston. 2016. *“Dasar-Dasar Manajemen Keuangan”*. Jakarta: Salemba Empat.
- Crowther David (dalam Hadi ,2011), *“Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?”*. *Journal of Strategic Management*, Vol. 21 No. 5. 603-609
- Eddy dan Pratama. 2014. *“Akuntansi”*. Semarang : Badan Penerbit UNDIP.
- Ferdinand. 2011. *Metode Penelitian Manajemen Edisi 3”*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Febrina dan Suaryana. 2011. *“Dasar-Dasar Teori Portofolio dan Analisis Sekuritas”*. Yogyakarta : UPP AMP YKPN
- Imanta dan Rutji. 2011. *“Manajemen Keuangan Buku Satu Edisi Kedelapan”*. Jakarta: Erlangga.
- I Made Sudana. 2011. *“Dasar-Dasar Ekonometrika Edisi 5”*. Jakarta : Salemba Empat
- Indrawan. 2011. *“Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan”*. *Skripsi*. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Jensen and Meckling. 2016. *“Value Maximisation, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function”*. *Journal of European Financial Management*, Vol. 14 No. 3. Hal. 8-21.
- Komang Fridagustina Adnantara. 2013. Pengaruh Struktur Kepemilikan Saham dan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan. Magister Akuntansi Universitas Udayana, Bali, Indonesia, *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, Vol. 18, **108** No. 2, Agustus 2013
- Laras Surya Ramadhani. 2016. *“Pengaruh Corporate Sosial Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Presentase, Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI*. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, Vol 8 Nomor 2 Tahun 2012
- Sukamulja. 2014. *“Corporate Social Responsibility”*. Graha Ilmu: Yogyakarta

Wahyuning Ambar Setianingrum. 2015. “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi”.
Thesis. Universitas Negeri Semarang



Statistik Deskriptif periode 2013-2017

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K Saham	50	0,56	483,66	84,1410	143,24121
CSR	50	1,20	14,08	6,0097	3,35369
Nilai P	50	0,12	0,35	0,0817	0,11774
Valid N (listwise)	50				

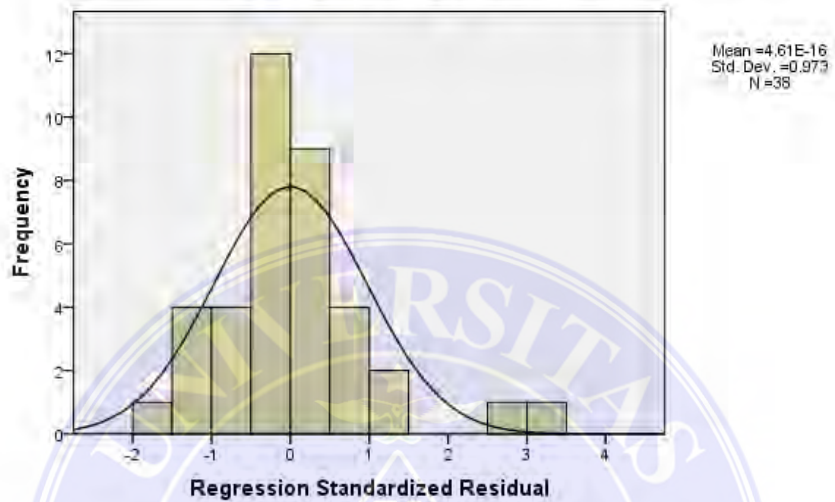
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	38
Normal Parameters ^a	
Mean	.0000000
Std. Deviation	.46527205
Most Extreme Differences	
Absolute	.150
Positive	.150
Negative	-.120
Kolmogorov-Smirnov Z	.925
Asymp. Sig. (2-tailed)	.359
a. Test distribution is Normal.	

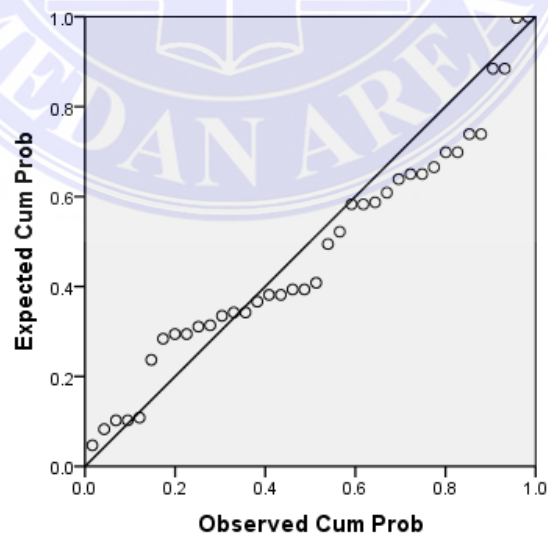
Histogram

Dependent Variable: Nilai Perusahaan



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Nilai Perusahaan



Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	.537	.299		1.798	.081		
K Saham	.023	.007	.462	3.138	.003	.994	1.006
CSR	-.004	.004	-.146	-.994	.327	.994	1.006

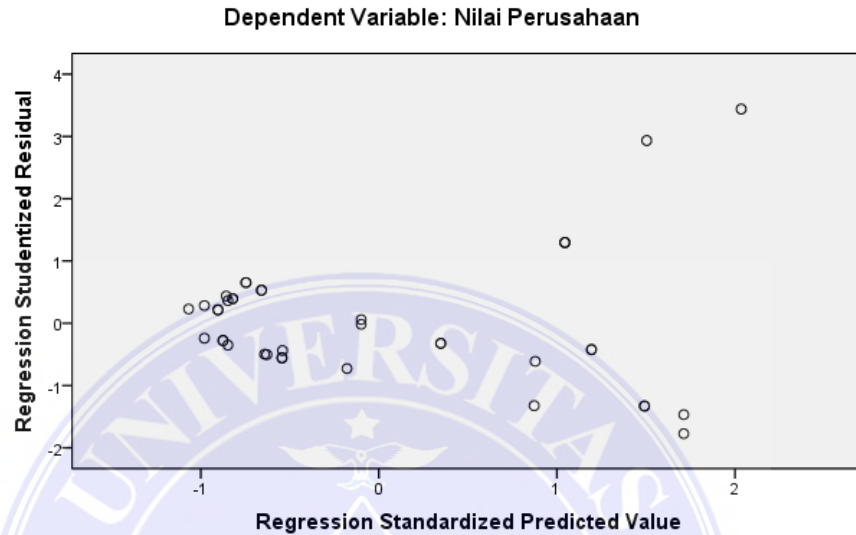
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		Nilai Perusahaan	K Saham	CSR
Nilai Perusahaan	Pearson Correlation	1000	.474	.180
	Sig. (2-tailed)		.443	.267
	N	50	50	50
K Saham	Pearson Correlation	.474	1000	.195
	Sig. (2-tailed)	.443		.210
	N	50	50	50
CSR	Pearson Correlation	.180	.195	1000
	Sig. (2-tailed)	.267	.210	
	N	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Scatterplot



H

Hasil Uji Autokolerasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 ^a	.245	.202	.478	1.606

a. Predictors: (Constant), CSR, K Saham

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.495 ^a	.245	.202	.478	1.606

a. Predictors: (Constant), CSR, K Saham

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.606	2	1.303	5.694	.000 ^a
	Residual	8.010	35	.229		
	Total	10.616	37			

a. Predictors: (Constant), CSR, K Saham

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficient

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.537	.299		1.798	.081
	K Saham	.023	.007	.462	3.138	.003
	CSR	.004	.004	.146	.994	.001

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan