

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya pada akhir tahun berjalan yang tercermin pada harga saham perusahaan. I Gusti Ketut Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan sama dengan nilai saham. Semakin tinggi harga saham semakin tinggi pula nilai perusahaan sebaliknya semakin rendah harga saham maka nilai perusahaan juga rendah atau kinerja perusahaan kurang baik.

Bagi pemegang saham, nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan suatu dampak yang bagus di mana dengan tingginya nilai perusahaan akan berdampak baik pada harga saham perusahaan di pasar saham. Apabila harga saham perusahaan di pasar saham meningkat, maka semakin tinggi kemakmuran yang didapat oleh pemegang saham. Di tengah persaingan global yang semakin ketat setiap perusahaan berupaya dalam berbagai sektor untuk menarik minat para investor dalam melakukan investasi pada perusahaan mereka. Oleh sebab itu, nilai perusahaan menjadi penting bagi investor untuk menilai kinerja perusahaan saat ini dan prospek perusahaan di masa yang akan datang (Rustiarini dalam Rafina Febrianti 2019)

Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio harga pasar saham terhadap nilai bukunya atau sering disebut dengan *price to book value* (PBV). *Price to book value* (PBV) banyak digunakan oleh para analis sekuritas untuk mengestimasi harga saham di masa yang akan datang. Besarnya hasil perhitungan harga pasar saham terhadap nilai bukunya menunjukkan perbandingan antara kinerja saham perusahaan di pasar saham dengan nilai bukunya. Perusahaan yang tingkat pengembalian atas ekuitasnya relatif tinggi biasanya memiliki harga pasar saham berkali-kali lebih besar dari nilai bukunya daripada perusahaan yang tingkat pengembalian atas ekuitasnya rendah. Perusahaan yang memiliki PBV yang semakin tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan di masa mendatang dinilai semakin prospektif oleh investornya.

Adapun salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di mata investor yaitu tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) adalah salah satu sektor non keuangan yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan di mata investor. *Corporate social responsibility* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun ekonomi jangka panjang, melalui kerjasama antara pihak pemegang saham dengan *stakeholder* untuk meningkatkan kualitas hidup antara kedua belah pihak dengan cara yang bermanfaat. Wujud tanggung jawab sosial dari perusahaan semakin penting dijalankan karena selain tujuan dari perusahaan mencari keuntungan yang besar dari kegiatan produksi yang dilakukan, perusahaan juga harus memperhatikan dampak lingkungan yang ditimbulkan dari kegiatan operasionalnya.

Corporate social responsibility yang dilakukan oleh perusahaan pada awalnya akan mengurangi profit dari perusahaan. Akan tetapi dengan melakukan kegiatan CSR maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi. Dengan loyalitas yang semakin tinggi tersebut maka minat konsumen terhadap produk perusahaan akan semakin tinggi sehingga akan berdampak baik terhadap nilai perusahaan.

Pembahasan mengenai kegiatan *corporate social responsibility* semakin gencar dilaksanakan oleh setiap perusahaan seiring dengan kasus yang terjadi di mana perusahaan tidak memberikan kontribusi positif bagi lingkungan dan masyarakat bahkan memberikan dampak negatif seperti kasus yang terjadi pada perusahaan di Indonesia seperti PT Freeport, Newmon dan PT Lapindo. Hal inilah yang memotivasi penulis untuk melakukan penelitian ini. Di mana kedua perusahaan ini telah menimbulkan dampak yang buruk terhadap masyarakat dan lingkungan.

Selanjutnya, kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba (profitabilitas) juga merupakan elemen yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Informasi laba berperan penting sebagai sinyal kinerja suatu perusahaan dan digunakan dalam berbagai pembuatan keputusan penting oleh para pengguna informasi akuntansi serta digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam mengelola usahanya.

Besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan mempengaruhi nilai dari perusahaan tersebut. Profitabilitas yaitu kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada waktu tertentu. Rasio Profitabilitas dapat menunjukkan kesuksesan suatu perusahaan dalam memanifestasikan keuntungan selama waktu

tertentu (Funawati & Kurnia, 2017). Profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan memperoleh *profit* menggunakan semua daya, dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, dan jumlah. Profitabilitas yang tinggi akan menciptakan sinyal positif bagi investor dan mempunyai peran penting dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan jangka panjang agar terjamin dan prospek di masa yang akan datang (Funawati & Kurnia, 2017). Rasio profitabilitas mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan (Fahmi, 2016).

Nilai perusahaan dapat dicapai melalui peningkatan kinerja keuangan perusahaan. *Return On Asset* (ROA, laba atas aset) mengukur tingkat laba terhadap aset yang digunakan dalam menghasilkan laba tersebut. *Return on Asset* (ROA) menggambarkan kinerja keuangan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan. Semakin tinggi ROA maka semakin efisien perusahaan tersebut menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba (Fermadi, Makhdalena, & Trisnawati, 2015).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah pertumbuhan perusahaan. Indikator pertumbuhan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan aset. Pertumbuhan aset diartikan sebagai perubahan (penurunan atau peningkatan) total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu

terhadap tahun sebelumnya. Perusahaan yang terus tumbuh umumnya akan memiliki prospek yang baik, hal ini tentu akan direspon positif oleh para investor sehingga akan berpengaruh pada peningkatan harga saham. Peningkatan harga saham berarti pula peningkatan nilai perusahaan.

Selain pertumbuhan perusahaan ada pula *corporate governance* (Tata Kelola Perusahaan) yang menjadi variabel pemoderating kedua untuk menguatkan hubungan antara *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan. *Corporate governance* merupakan tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan antara berbagai partisipan dalam perusahaan yang menentukan arah kinerja perusahaan. Pada penelitian ini struktur *corporate governance* akan dilihat dari proporsi dewan komisaris. Keberadaan komisaris independen dapat meningkatkan keefektifan kinerja dewan komisaris, memberikan masukan kepada manajemen agar kinerja yang dihasilkan akan menjadi lebih baik, dan juga mengawasi apakah perusahaan telah melakukan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat dan pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan. Melalui peran pemantauan oleh dewan komisaris (*board of director*) dalam perusahaan juga dapat mengurangi konflik-konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham. Kemampuan dewan komisaris untuk mengawasi merupakan fungsi yang positif dari porsi dan independensi dari dewan komisaris eksternal.

Berdasarkan latar belakang di atas yang memberikan gagasan dan motivasi bagi peneliti, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :
‘Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Tingkat Profitabilitas dan

Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020)’’.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian di atas adapun hal-hal yang menjadi pokok permasalahan di dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
2. Apakah tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
3. Apakah pertumbuhan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
4. Apakah *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
5. Apakah *corporate governance* mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
6. Apakah *corporate governance* mampu memoderasi pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

7. Apakah *corporate governance* mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?
8. Apakah *corporate governance* mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
2. Pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
3. Pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
4. Pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
5. Kemampuan *corporate governance* dalam memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020

6. Kemampuan *corporate governance* dalam memoderasi pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
7. Kemampuan *corporate governance* dalam memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020
8. Kemampuan *corporate governance* dalam memoderasi pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020

1.4. Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai kontribusi yang positif bagi banyak pihak, antara lain :

1. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik sejenis dan berkaitan dengan penelitian ini.
2. Untuk memberikan informasi tentang gambaran pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 dan melihat kemampuan *corporate governance* dalam memoderasi pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

1.5. Batasan Masalah dan Originalitas

1.5.1. Batasan Masalah

Agar penelitian ini mempunyai ruang lingkup yang jelas dan terarah, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. *Corporate social responsibility* dalam penelitian ini diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)*
2. Tingkat profitabilitas diproksikan dengan *Return On Assets (ROA)*.
3. Indikator pertumbuhan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan aset.
4. Nilai perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio harga pasar saham terhadap nilai bukunya atau sering disebut dengan *Price to Book Value (PBV)*
5. *Corporate governance* dalam penelitian ini dilihat dari proporsi dewan komisaris.
6. Sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018, 2019 dan 2020.

1.5.2. Originalitas

Penelitian ini replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Rafina Febri Yani yang berjudul ‘‘Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Pemoderasi’’. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan *Corporate Governance*

sebagai variabel pemoderasi pada perusahaan pertambangan periode 2014-2017. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui mengakses situs www.idx.co.id. Analisis data menggunakan regresi data panel yang terdiri analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji pemilihan model data panel, dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara uji MRA menunjukkan hasil bahwa variabel Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan variabel Kepemilikan Institusional mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen dapat menjelaskan pengaruh Nilai Perusahaan sebesar 77,15% sedangkan sisanya sebesar 22,85% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian ini menambahkan tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan sebagai variabel independen (X), dan hanya menggunakan *corporate governance* sebagai variabel pemoderasi serta penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal ini diuraikan dalam bab-bab sebagai berikut:

BAB I :PENDAHULUAN

Berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan originalitas serta sistematika penulisan.

BAB II :LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas tentang teori yang digunakan sebagai dasar penelitian yang berkaitan dengan masalah yang dibahas, penelitian yang relevan yang menjadi referensi penulis, serta kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III :METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang objek penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, teknik analisis data.

BAB IV :HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan deskripsi data, hasil analisis yang digunakan dan pembahasan.

BAB V :PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dalam penelitian.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Deskripsi Teori

2.1.1. Nilai Perusahaan

Menurut I Gusti Ketut Purnaya (2016:28) mengatakan bahwa nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan sama dengan nilai saham (yaitu jumlah saham dikalikan dengan nilai pasar per saham) ditambah dengan nilai pasar utang, namun jika jumlah utang tetap, maka setiap kenaikan nilai saham secara otomatis akan meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini peningkatan nilai perusahaan identik dengan kenaikan harga saham.

Menurut David Wijaya (2017:1) nilai perusahaan adalah sebagai berikut: “Nilai perusahaan yang *go public* (perusahaan publik) tercermin dari harga pasar saham perusahaan tersebut, sedangkan nilai perusahaan yang belum *go public* (perusahaan tertutup) tercermin pada saat perusahaan akan dijual”.

Menurut Agus Prawoto (2016:21) nilai perusahaan adalah nilai seluruh aset, baik aset berwujud operasional maupun non operasional. Jika dikaitkan dengan struktur modal perusahaan, nilai perusahaan juga berarti nilai struktur modal perusahaan secara keseluruhan, yaitu nilai pasar wajar.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan adalah tingkat pencapaian suatu perusahaan mengenai berhasil tidaknya pencapaian tujuan yang dapat dilihat dari harga saham perusahaan tersebut.

Dengan mengungkapkan nilai perusahaan, investor dan pihak lain yang membutuhkan informasi dari kegiatan yang dilakukan dapat mengetahui

bagaimana hal-hal yang terjadi di perusahaan, apakah mengalami peningkatan atau penurunan. Selain itu dengan mengungkapkan nilai perusahaan dapat memberikan pengaruh yang baik bagi perusahaan yang dinyatakan dengan memberikan informasi yang baik tentang perusahaan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan dimata para pemangku kepentingannya.

Secara umum, nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio keuangan, salah satunya adalah *Price to Book Value (PBV)*. *Price to Book Value (PBV)* ratio merupakan perbandingan antara nilai pasar suatu saham dengan nilai bukunya, sehingga dapat diketahui apakah tingkat harga saham tersebut *overvalued* atau *undervalued* dari nilai bukunya. Rendahnya *Price to Book Value (PBV)* tercermin dari harga saham yang *undervalued* yang mengindikasikan penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten. Harga saham yang dinilai terlalu tinggi atau *Price to Book Value (PBV)* yang tinggi mencerminkan persepsi investor yang berlebihan terhadap perusahaan. Ada beberapa aspek yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, salah satunya dari aspek keuangan yaitu profitabilitas.

2.1.2. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (Tanggung jawab sosial perusahaan) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk membangun perekonomian jangka panjang, melalui kerjasama antara pemegang saham dan pemangku kepentingan untuk meningkatkan kualitas hidup antara kedua belah pihak dengan cara yang bermanfaat. Menurut *The World Business Council for*

Sustainable Development (WBCSD), tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kolaborasi dengan karyawan dan perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan.

Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan dalam perkembangannya akan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Kepedulian perusahaan untuk menyelesaikan dana aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara berkelanjutan sebenarnya juga akan mendatangkan sejumlah manfaat bagi perusahaan itu sendiri. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat digunakan sebagai alat *marketing* baru apabila pelaksanaannya sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Ada pandangan yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya dinilai dari kinerja keuangannya tetapi juga dinilai dari kinerja sosial perusahaan (*corporate social responsibility*), yaitu bagaimana perusahaan tidak hanya memuaskan pemilik modal tetapi juga harus memuaskan seluruh *stakeholders* nya.

Saat ini, *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi bersifat sukarela/ komitmen yang dibuat oleh perusahaan dalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, tetapi bersifat wajib/wajib bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau melaksanakannya. Hal ini diatur

dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007. Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas menyatakan: (1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan (www.hukumonline.com). Dengan adanya ini, perusahaan khususnya perseroan terbatas yang bergerak di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melaksanakan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat.

Sanksi pidana mengenai pelanggaran *Corporate Social Responsibility* (CSR) juga terdapat di dalam Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup (UUPH) Pasal 41 ayat (1) yang menyatakan: “Barangsiapa yang melawan hukum dengan sengaja melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama sepuluh tahun dan denda paling banyak lima ratus juta rupiah”. Selanjutnya, Pasal 42 ayat (1) menyatakan: “Barangsiapa yang karena kealpaannya melakukan perbuatan yang mengakibatkan pencemaran dan/atau perusakan lingkungan hidup, diancam dengan pidana penjara paling lama tiga tahun dan denda paling banyak seratus juta rupiah”.

2.1.3. Tingkat Profitabilitas

Menurut Hery (2017:7) pengertian profitabilitas adalah sebagai berikut :
“Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu. “

Menurut Wiagustini (2010:76) dalam jurnal Sri Dewi Anggadini dan Dita Juliana (2017) mengatakan bahwa profitabilitas adalah sebagai berikut:
"Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba atau mengukur efektivitas manajemen perusahaan pengelolaan. Profitabilitas dapat diukur dari modal itu sendiri maupun dari semua dana diinvestasikan ke dalam perusahaan"

Dan menurut Lela Nurlaela Wati (2019: 27) mendefinisikan bahwa pengertian profitabilitas adalah sebagai berikut: “Rasio profitabilitas adalah mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuangan ditingkat penjualan, aset, modal saham tertentu”

Berdasarkan ketiga pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba berdasarkan aset yang dimilikinya, sehingga dapat mencerminkan prospek perusahaan yang baik .

Profitabilitas menggambarkan kinerja perusahaan dalam memperoleh laba dengan menggunakan semua sumber daya dan sumber daya yang tersedia seperti aktivitas penjualan, kas, modal, dan jumlah. Profitabilitas yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi investor dan berperan penting dalam menjaga

keberlangsungan perusahaan dalam jangka panjang sehingga terjamin dan prospek kedepannya (Funawati & Kurnia, 2017).

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). *Rasio Return On Assets* (ROA) merupakan rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan. Semakin tinggi nilai *Return On Asset* (ROA), maka semakin efisien penggunaan aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih yang lebih besar sehingga posisi perusahaan dinilai akan semakin baik. Pertumbuhan *Return On Assets* (ROA) akan memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa perusahaan dapat menjamin kesejahteraan investor melalui tingkat pengembalian investasi yang tinggi. Pertumbuhan *Return On Assets* (ROA) juga dapat meyakinkan investor bahwa perusahaan memiliki prospek pertumbuhan yang baik. Investor akan termotivasi untuk meningkatkan transaksi permintaan saham sehingga berdampak pada peningkatan harga saham dan peningkatan nilai perusahaan.

2.1.4. Pertumbuhan Perusahaan

Pertumbuhan adalah dampak dari aliran dana perusahaan dari perubahan operasional yang disebabkan oleh pertumbuhan atau penurunan volume bisnis Helfert (dalam Milanti 2015). Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan, karena pertumbuhan yang baik merupakan pertanda bagi perkembangan perusahaan. Dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan tersebut memiliki aspek yang menguntungkan, dan investor juga akan mengharapkan

tingkat pengembalian dari investasi yang dilakukan menunjukkan perkembangan yang baik (Safrida dalam Milanti 2015).

Pertumbuhan merupakan aset perusahaan dimana aset merupakan aset yang digunakan untuk kegiatan operasional perusahaan. Semakin cepat pertumbuhan (*Growth*) perusahaan dalam menghasilkan laba, maka semakin besar pula pengeluaran yang diperlukan untuk membiayai pertumbuhan perusahaan, sehingga harus membatasi deviden agar dapat menyimpan dana dalam perusahaan untuk investasi pertumbuhan.

Pertumbuhan dinyatakan sebagai total aset dimana total aset masa lalu akan menggambarkan profitabilitas masa depan dan pertumbuhan masa depan. Pertumbuhan aset menggambarkan pertumbuhan aset perusahaan yang akan mempengaruhi profitabilitas perusahaan yang percaya bahwa persentase perubahan total aset merupakan indikator yang lebih baik dalam mengukur pertumbuhan perusahaan.

Perusahaan dalam suatu industri yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi harus menyediakan modal yang cukup untuk membiayai perusahaan tersebut. Perusahaan yang tumbuh pesat cenderung menggunakan lebih banyak utang daripada perusahaan yang tumbuh lambat.

Pertumbuhan perusahaan juga dapat menjadi indikator profitabilitas dan keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini, pertumbuhan perusahaan mewakili ketersediaan dana internal. Jika perusahaan berhasil dan memperoleh laba, maka tersedia dana internal yang cukup untuk kebutuhan investasi (Sugihen dalam Milanti 2015).

Perusahaan yang baru berdiri atau perusahaan kecil dalam tahap pertumbuhan mengalami peningkatan penjualan yang memerlukan tambahan aset, karena pertumbuhan tidak akan terjadi seperti yang diharapkan tanpa adanya peningkatan asetnya. Apalagi, pertumbuhan aset ini biasanya dibiayai dengan penambahan utang atau modal baru.

Pertumbuhan perusahaan sangat diharapkan oleh pihak internal maupun eksternal suatu perusahaan karena dapat memberikan aspek positif bagi mereka. Dilihat dari sudut pandang investor, pertumbuhan suatu perusahaan merupakan tanda bahwa perusahaan tersebut memiliki aspek yang menguntungkan, dan mereka mengharapkan tingkat pengembalian dari investasinya memberikan pengembalian yang lebih baik.

2.1.5. Corporate Governance

Istilah “*Corporate Governance*” berasal dari analogi antara pemerintah suatu negara atau kota dengan pemerintah dalam suatu perusahaan (Bechtet al. dalam Rafina, 2019). Tata kelola perusahaan adalah suatu sistem yang mengatur atau mengelola kegiatan bisnis suatu perusahaan dalam menjaga keseimbangan kegiatan perusahaan dan hubungan antara pemilik perusahaan dan pemangku kepentingannya. Menurut Komite Cadbury dalam Rafina (2019), *corporate governance* adalah suatu sistem yang mengarahkan dan mengendalikan suatu perusahaan dengan tujuan untuk mencapai keseimbangan antara kekuatan wewenang yang dibutuhkan oleh perusahaan, untuk menjamin kelangsungan keberadaannya dan akuntabilitas kepada pemangku kepentingan.

Menurut Forum *Corporate Governance* di Indonesia (FCGI, 2001) merumuskan *corporate governance* sebagai sistem tata kelola perusahaan yang menjelaskan hubungan berbagai partisipan dalam menentukan arah dan kinerja perusahaan. Tujuan dari tata kelola perusahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan di mana dengan menciptakan nilai tambah dapat meningkatkan dan mensejahterakan pemilik perusahaan.

Pentingnya tata kelola perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan di mana jika kinerja tata kelola perusahaan yang baik secara otomatis meningkatkan kinerja perusahaan maka akan berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan dari kegiatan produksi dan penjualan yang diikuti dengan peningkatan pendapatan kesejahteraan pemegang saham sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, struktur *corporate governance* akan dilihat dari proporsi dewan komisaris.

2.1.5.1. Proporsi Dewan Komisaris

Dewan komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang bukan merupakan pegawai atau orang yang berurusan langsung dengan organisasi tersebut, dan tidak mewakili pemegang saham. Sembiring (dalam Rafina 2019) menyatakan bahwa semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan pengawasan yang dilakukan akan semakin efektif.

Keberadaan dewan komisaris independen di Indonesia telah diatur dengan berbagai peraturan. Sesuai Peraturan Pencatatan Nomor IA (Sinaga dalam Rafina 2019) tentang Ketentuan Umum Pencatatan Efek Bersifat Ekuitas di Bursa

Efek, jumlah komisaris independen minimal 30%. Selanjutnya dalam rangka penerapan tata kelola perusahaan yang baik, perusahaan terbuka wajib memiliki komisaris independen yang jumlahnya sebanding dengan jumlah saham yang dimiliki oleh pemegang saham non pengendali dengan ketentuan jumlah komisaris independen paling sedikit 30% dari jumlah keseluruhan. dari komisaris.

Dewan komisaris independen secara proporsional tata kelola perusahaan juga dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa semakin tinggi proporsi komisaris independen dalam perusahaan diharapkan mampu melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direksi secara efektif sehingga dapat berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. perusahaan. Tuntutan transparansi dan independensi terlihat dari desakan agar dewan komisaris independen ditingkatkan dalam melakukan pengawasan dan memberikan masukan kepada eksekutif.

2.2. Hasil Penelitian Yang Relevan

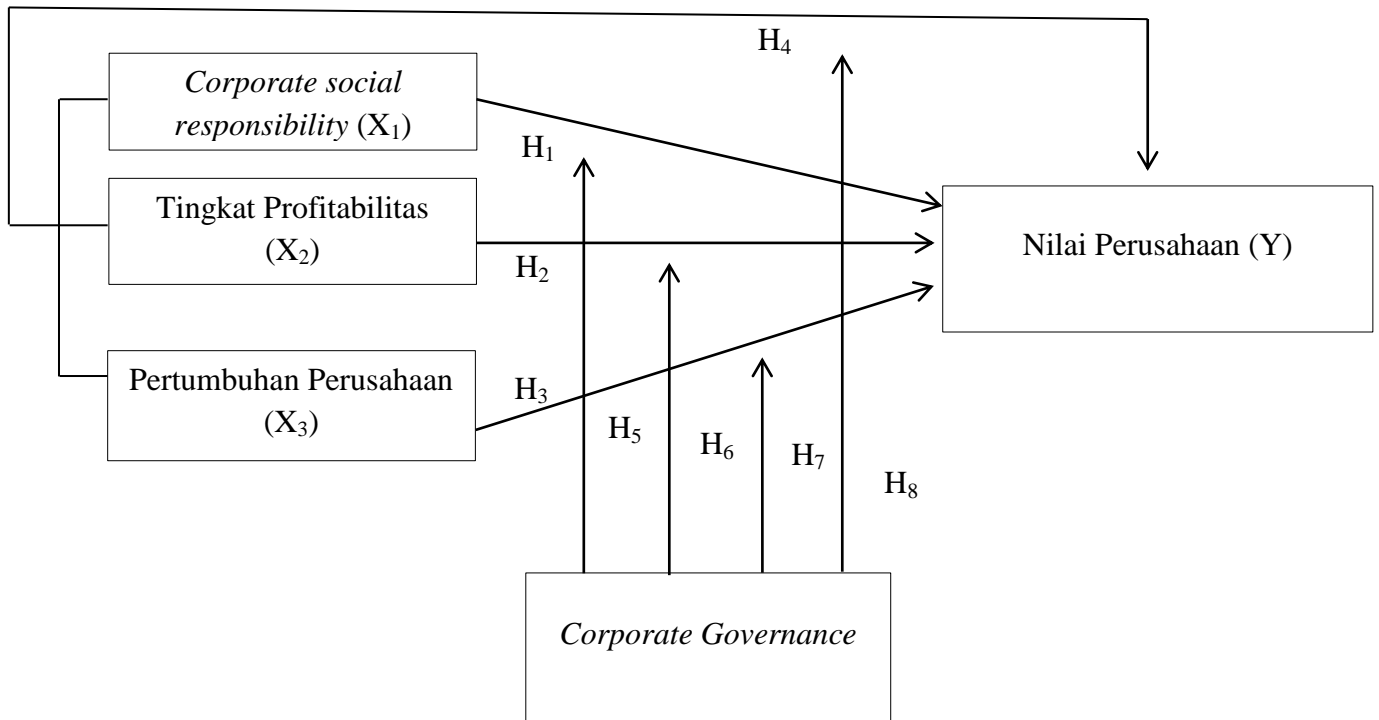
Tabel 2.1
Hasil Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1	Rafina Febri Yani (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan <i>Corporate Governance</i> Sebagai Moderating	Variabel independen pada penelitian ini adalah <i>corporate social responsibility</i> , variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan, sedangkan	Hasil analisis regresi data panel menunjukkan bahwa secara parsial <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Secara uji MRA menunjukkan hasil bahwa variabel Profitabilitas, Kepemilikan Manajerial, dan Komite Audit tidak

			variabel moderating pada penelitian ini adalah profitabilitas dan <i>corporate governance</i>	mampu memoderasi hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan variabel Kepemilikan Institusional mampu memoderasi hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan. Variabel independen dapat menjelaskan pengaruh Nilai Perusahaan sebesar 77,15% sedangkan sisanya sebesar 22,85% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi ini.
2	Desita Riyanta Mitra Karina dan Iwan Setiadi (2020)	Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan <i>Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Pemoderasi	Variabel independen pada penelitian ini adalah CSR, variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan dan variabel pemoderasi pada penelitian ini adalah <i>corporate governance</i>	Penelitian ini membuktikan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin baik penerapan CSR oleh perusahaan maka nilai perusahaan akan semakin meningkat. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR dan pengungkapannya. Sehingga dalam jangka panjang perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik yang nantinya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum.
3	Ni Made Suastini, Ida Bagus Anom Purbawangsa, Henny Rahyuda	Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Nilai	Variabel independen pada penelitian ini adalah kepemilikan manajerial dan	Penelitian ini membuktikan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Pertumbuhan perusahaan

	(2016)	Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	pertumbuhan perusahaan, variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan	yang semakin tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang terus tumbuh umumnya akan memiliki prospek yang baik, hal ini tentu akan di respon positif oleh para investor sehingga akan berpengaruh pada peningkatan harga saham. Peningkatan harga saham berarti pula peningkatan nilai perusahaan.
4	Arivina Tiasri	Analisis Pengaruh Struktur Kepemilikan, Tingkat Profitabilitas dan Keputusan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI)	Variabel independen pada penelitian ini adalah struktur kepemilikan, tingkat profitabilitas dan keputusan keuangan, variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan	Berdasarkan analisis analisi dan pembahasan yang telah di lakukan didalam penelitian ini berdasarkan pengujian menggunakan Uji Statistik F dapat disimpulkan bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1.
Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Diduga pengungkapan *Corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

H₂ : Diduga tingkat profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

- H₃ : Diduga pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
- H₄ : Diduga *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
- H₅ : Diduga *corporate governance* mampu memoderasi pengaruh *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
- H₆ : Diduga *corporate governance* mampu memoderasi pengaruh tingkat profitabilitas terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
- H₇ : Diduga *corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.
- H₈ : Diduga *corporate Governance* mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility*, tingkat profitabilitas dan pertumbuhan perusahaan secara simultan terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek yang dipilih untuk penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020. Objek yang akan diteliti adalah Laporan Keuangan dan Laporan Tahunan Perusahaan Manufaktur selama Periode 2018-2020.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data sekunder yaitu data yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia melalui situs *www.idx.co.id*. Data sekunder merupakan data yang diperoleh pihak perusahaan dan sudah diterbitkan dalam bentuk laporan keuangan.

3.3. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2016:80) mendefinisikan populasi sebagai berikut :
“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah perusahaan Manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan tahunan (*Annual report*) yang diaudit dan dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode Tahun 2018-2020. Jumlah populasi penelitian ini sebanyak 195 perusahaan manufaktur yang terdapat di BEI Periode 2018-2020.

Sugiyono (2017), mendefinisikan sampel sebagai berikut “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu objek. Untuk menentukan besarnya sampel bisa dilakukan dengan statistik atau berdasarkan estimasi penelitian. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya, dengan istilah lain harus representatif mewakili.”

Proses pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono,2017). Kriteria dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode 2018- 2020.
2. Perusahaan manufaktur yang lengkap mempublikasikan laporan tahunan periode 2018- 2020.
3. Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah
4. Perusahaan manufaktur yang dalam laporan tahunannya tidak melaporkan kerugian selama priode 2018-2020
5. Perusahaan manufaktur yang memaparkan mengenai variabel yang dibutuhkan secara lengkap selama periode 2018- 2020

Tabel 3. 1
Penentuan Jumlah Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1	Jumlah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	195
2	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut periode 2018- 2020.	169
3	Perusahaan manufaktur yang lengkap mempublikasikan laporan tahunan periode 2018- 2020.	155
4	Perusahaan manufaktur yang menyajikan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah	124
5	Perusahaan manufaktur yang dalam laporan tahunannya tidak melaporkan kerugian selama priode 2018-2020	78
6	Perusahaan manufaktur yang memaparkan mengenai variabel yang dibutuhkan secara lengkap selama periode 2018- 2020	39
Jumlah Sampel Terpilih		39

Sumber : Data diolah, 2022.

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data sekunder. Data sekunder adalah data yang didapatkan dan disimpan oleh orang lain yang biasanya merupakan data masa lalu atau data historikal.

3.4.2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data yang dipublikasikan melalui *website* resmi Bursa Efek Indonesia yaitu *www.idx.co.id*.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan teknik dokumentasi. Dokumentasi adalah teknik pengambilan data dengan cara mencari dan mengumpulkan data yang diperoleh dari laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan yang sudah dipublikasikan.

3.6. Defenisi Operasional dan Variabel Penelitian

Konsep dasar dari definisi operasional mencakup pengertian untuk mendapatkan data yang akan menganalisis dengan tujuan untuk mengoperasionalkan konsep konsep penelitian menjadi variabel penelitian serta cara pengukurannya. Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan 3 variabel yaitu variabel terikat (dependen), variabel bebas (independen) dan variabel pemoderasi sebagai berikut :

3.6.1. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan rasio keuangan, salah satunya adalah *Price to Book Value (PBV)*. *Price to Book Value (PBV)* ratio merupakan perbandingan antara nilai pasar suatu saham dengan nilai bukunya, sehingga dapat diketahui apakah tingkat harga saham tersebut *overvalued* atau

undervalued dari nilai bukunya. Rendahnya *Price to Book Value* (PBV) tercermin dari harga saham yang *undervalued* yang mengindikasikan penurunan kualitas dan kinerja fundamental emiten. Harga saham yang dinilai terlalu tinggi atau *Price to Book Value* (PBV) yang tinggi mencerminkan persepsi investor yang berlebihan terhadap perusahaan. *Price to Book Value* (PBV) dihitung dengan rumus:

$$BV = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Jumlah Saham Beredar}}$$

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{BV}$$

3.6.2. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (X₁), tingkat profitabilitas (X₂) dan pertumbuhan perusahaan (X₃). Berikut penjelasan dari setiap variabel independen :

3.6.2.1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah tanggung jawab perusahaan kepada para pemangku kepentingan untuk berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (*triple bottom line*) dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. ketentuan tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) masih belum memiliki standar khusus, dengan demikian penelitian ini menggunakan standar yang sesuai dengan pedoman *Global Reporting Initiatives* (GRI) yaitu *GRI-Standars* yang diperoleh

dari website *www.globalreporting.org*, yang terdiri dari kategori ekonomi (13 indikator), lingkungan (30 indikator) dan sosial (34 indikator). Skor dari setiap item pengungkapan dijumlahkan dan dibagi dengan total *items* pengungkapan yang diharapkan untuk setiap indikator sehingga diperoleh skor pengungkapan per indikator untuk setiap perusahaan. Perhitungan rumusnya yaitu:

$$\text{CSR} = \frac{n}{77}$$

Keterangan :

CSR = Indeks pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan

n = Jumlah item informasi sosial yang diungkapkan

77 = Jumlah item pengungkapan sosial

3.6.2.2. Tingkat Profitabilitas

Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). *Rasio Return On Assets* (ROA) merupakan rasio untuk mengukur tingkat efisiensi kegiatan operasional perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dari penggunaan aset perusahaan. Rumus *return on asset* yaitu sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Asset}}$$

3.6.2.3. Pertumbuhan Perusahaan

Indikator pertumbuhan perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pertumbuhan aset. Pertumbuhan aset dihitung sebagai persentase perubahan aset pada saat tertentu terhadap tahun sebelumnya dan menggunakan rumus *growth ratio* yaitu sebagai berikut:

$$\text{Growth rate} = \frac{\text{Present}-\text{Past}}{\text{past}} \times 100$$

Keterangan :

Present : Total aset tahun berjalan

Past : Total aset tahun sebelumnya

3.6.3. Variabel Pemoderator

Variabel moderator disebut juga variabel independen kedua. Variabel moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat atau memperlemah) hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel moderator dalam penelitian ini adalah *corporate governance*. *Corporate governance* dalam penelitian ini di proksikan menggunakan proporsi dewan komisaris.

Proporsi komisaris independen yang diukur persentase jumlah komisaris independent dibagi dengan total jumlah anggota dewan komisaris. Proporsi dewan komisaris independen diformulasikan sebagai berikut:

$$INDEP = \frac{\text{Jumlah komisaris independen}}{\text{Jumlah anggota dewan komisaris}}$$

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1.. Uji Asumsi Klasik

Penelitian ini akan diuji menggunakan metode regresi untuk menguji pengaruh variabel pemoderasi dengan uji nilai selisih mutlak. Untuk menghasilkan nilai yang tepat terlebih dahulu akan dilakukan pengujian asumsi klasik dalam menentukan ketepatan model. Uji asumsi klasik yang akan digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

3.7.1.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dengan menggunakan normal *probability plot*. Dalam uji ini data dapat dikatakan normal jika data atau titik-titik tersebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal.

3.7.1.2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol. Skala data yang digunakan di dalam model penelitian ini dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel dependen menjadi variabel independen (terikat) dan *diagres* terhadap variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cutoff* yang digunakan dalam penelitian ini untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai $Tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Dan sebaliknya

apa bila nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas.

3.7.1.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah menggunakan uji *Glejser* dimana apabila nilai sig $>0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas maupun sebaliknya apabila sig $< 0,05$, maka variabel tersebut terjadinya heteroskedastisitas.

3.7.2. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, serta menguji apakah variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut merupakan persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Y = *Price to book value* (PBV)

α = Konstanta

β_{1-3} = Koefisien Regresi

X_1 = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

- X_2 = *Return On Asset (ROA)*
- X_3 = *Jumlah Aset*
- e = *Kesalahan Random/error*

3.7.3. Analisis Regresi Moderasi (*Moderated Regression Analysis*)

Salah satu metode untuk menganalisis variabel moderasi adalah regresi moderasi. Analisis regresi moderasi merupakan analisis regresi yang melibatkan variabel moderasi dalam membangun model hubungannya. Variabel moderasi berperan sebagai variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Apabila variabel moderasi tidak ada dalam model hubungan yang dibentuk maka disebut sebagai analisis regresi saja, sehingga tanpa adanya variabel moderasi, analisis hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen masih tetap dapat dilakukan. Dalam analisis regresi moderasi, semua asumsi analisis regresi berlaku, artinya asumsi-asumsi dalam analisis regresi moderasi sama dengan asumsi-asumsi dalam analisis regresi.

Persamaan Regresi Model MRA (*Moderated Regression Analysis*) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 CG + \beta_5 X_1 CG + \beta_6 X_2 CG + \beta_7 X_3 CG + e$$

Y = *Price to book value (PBV)*

α = *Konstanta*

β_{1-7} = *Koefisien Regresi*

X_1 = *Corporate Social Responsibility (CSR)*

- X_2 = *Return On Asset (ROA)*
- X_3 = Jumlah Aset
- CG = *Corporate Governance*
- e = Kesalahan Random/*error*

3.7.4. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Nilai koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (1) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variabel independen, tetapi karena koefisien determinasi mengandung kelemahan mendasar, yaitu adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Maka dalam penelitian ini menggunakan *adjusted* koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai *adjusted* koefisien determinasi semakin mendekati 1 maka makin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen.

3.7.5. Uji Hipotesis

3.7.5.1. Uji Statistik t (Uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Pengujian ini dilakukan

dengan menggunakan *significance level* $0,05$ $\alpha = 0,05$. Penerima atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

1. Apabila nilai signifikansi $\leq 0,05$ dan $T_{hitung} \geq T_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara satu variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Bila nilai signifikansi $\text{Sig} > 0,05$ dan $T_{hitung} < T_{tabel}$, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.7.5.2. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji signifikasi simultan (uji F) bertujuan untuk menguji apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen dalam model penelitian.

Dasar keputusan uji :

1. Jika nilai probabilitas signifikan $\leq 0,05$ $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$ $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara simultan tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.7.6. Uji Interaksi (Moderated Regression Analysis / MRA)

Uji interaksi atau sering disebut *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus regresi berganda linear dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih independen) yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel moderating akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen.

(Ghozali, 2016). *Moderated Regression Analysis* (MRA) dalam penelitian ini digunakan untuk pengujian terhadap pure moderator yang dilakukan dengan membuat regresi interaksi, tetapi variabel moderator tidak berfungsi sebagai variabel independen (Ghozali, 2016). *Moderated Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk mengetahui apakah variabel *corporate governance* dapat memperkuat atau memperlemah hubungan *corporate social responsibility*, hubungan tingkat profitabilitas dan hubungan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Hipotesis moderating diterima jika variabel moderasi *corporate governance* (*corporate governance * corporate social responsibility*), variabel moderasi *corporate governance* (*corporate governance * tingkat profitabilitas*) dan variabel moderasi *corporate governance* (*corporate governance * pertumbuhan perusahaan*) mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan ketentuan nilai signifikan $< 0,05$.