

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangannya, perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Dengan jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham pun tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya.

Salah satu indikator untuk menilai perusahaan memiliki prospek baik atau tidak di masa mendatang, adalah dengan melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Laba perusahaan selain merupakan indikator suatu perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya, juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan (Rahayu, 2010). Dikarenakan tuntutan persaingan dunia usaha tersebut, maka, perusahaan semakin luas pula dalam memanfaatkan sumber-sumber alam dan masyarakat sosial. Pemanfaatan sumber-sumber tersebut bertujuan untuk tetap menjaga eksistensi perusahaan serta meningkatkan keunggulan daya saing dalam bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang sejenis khususnya. Usaha dalam meningkatkan nilai perusahaan terkadang dengan pemanfaatan sumber daya yang ada tidak dibarengi dengan menjaga keberlangsungan sumber-sumber yang ada.

Perwujudan dari tanggung jawab social lingkungan perusahaan secara implisit tercermin melalui praktik *Corporate Social Responsibility* (CSR). CSR didefinisikan sebagai tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh (Draft ISO 26000, Guidance on social responsibility 2009:3).

Ukuran keuangan tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*) tanpa memperhatikan keadaan sosial dan lingkungan daerah sekitar. Di Indonesia wacana mengenai kesadaran akan perlunya menjaga lingkungan dan tanggung jawab sosial telah diatur dalam UU Perseroan Terbatas Nomor 40 pasal 74 tahun 2007 yang menjelaskan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang berhubungan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (Tanggung Jawab Sosial Perusahaan) sering dianggap inti dari etika bisnis, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban ekonomi dan legal (artinya kepada pemegang saham atau *shareholder*) tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholder*) yang termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas,

pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Pengembangan program-program sosial perusahaan dapat berupa bantuan fisik, pelayanan kesehatan, pembangunan masyarakat (*community development*), *outreach*, beasiswa dan sebagainya.

Perbankan merupakan salah satu tonggak perekonomian di Indonesia, dikarenakan bank memiliki peran penting dalam usaha penyaluran dana untuk berbagai kepentingan yang secara langsung berhubungan dengan berbagai komunitas lingkungan masyarakat.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden atau "Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto", suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, BRI melakukan koordinasi dengan berbagai pihak (baik pihak internal maupun eksternal) agar penyaluran dapat tepat sasaran dan tepat guna. Bantuan yang diberikan oleh BRI melalui program BRI Peduli dapat memberikan manfaat yang besar bagi seluruh lapisan masyarakat. Penyaluran dana Bina Lingkungan tersebut merupakan bagian

dari implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility* CSR). Bank BRI sebagai perusahaan publik yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh negara, memiliki tanggung jawab sosial yang besar, tidak saja terhadap keberlanjutan usaha perusahaan dalam jangka panjang, namun juga dalam hal turut memberikan sumbangan terhadap peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat yang seluas-luasnya.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk tahun 2014-2016.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah yang dibuat yaitu apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk tahun 2014-2016 ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk, menganalisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada PT. Bank Rakyat Indonesia Tbk tahun 2014-2016

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis berharap penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis, diharapkan dapat menjadi bahan wacana dibidang keuangan sehingga dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya mengenai nilai perusahaan yang akan datang.
2. Bagi investor, akan memberikan pertimbangan baru pada aspek-aspek yang perlu diperhitungkan dalam investasi.
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu ekonomi, khususnya pada bidang ilmu akuntansi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

#### **1.5 Pembatasan Masalah dan Originalitas**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, penelitian ini dilakukan pada Bank Rakyat Indonesia, Tbk dengan periode pengamatan tahun 2014-2016. Penelitian ini hanya menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* yang diproksikan pada biaya bina lingkungan terhadap nilai perusahaan yang di proksinya pada saham.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Amiruddin J (2016) yang dahulu meneliti tentang “Pengaruh Program *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis statistik deskriptif yaitu mendeskripsikan ciri-ciri variabel penelitian yaitu CSR dan nilai perusahaan. Sedangkan dalam analisis statistik inferensial dilakukan pengujian atas hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh yaitu  $Y = 6.372 + 35x$  artinya terdapat hubungan positif antara variabel X dan Y. Korelasi nilai r sebesar 0,99 artinya bahwa korelasi variabel X dan Y adalah sangat kuat. Uji t hipotesis diperoleh  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  ( $10,07 \geq 4,30$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 berpengaruh signifikan terhadap total penjualan

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi maka disusun sistematika skripsi penelitian yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, pembatas masalah dan originilitas dan sistematika penulisan.

## **BAB II : KAJIAN PUSTAKA**

Pada bab ini terdiri atas *corporate social responsibility*, nilai perusahaan, penelitian yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri atas objek penelitian, jenis penelitian, jenis dan sumber, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik analisis data dan jadwal penelitian.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini terdiri atas deskripsi data penelitian, regresi linier Sederhana.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini terdiri atas kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. *Corporate Social Responsibility***

##### **2.1.1. *Pengertian Corporate Social Responsibility***

Ada beberapa pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut pakar ataupun lembaga antara lain sebagai berikut:

1. Darwin (2008) dalam Warda (2013) menguraikan *Corporate Social Responsibility* sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders* yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.
2. Kurniawansyah (2013) menguraikan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* perusahaan tidak hanya dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di sektor industri yang memiliki dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya, tetapi juga sektor lain seperti jasa, asuransi, komunikasi, lembaga keuangan bank dan bukan bank.

3. *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai komitmen untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan dan keluarganya, masyarakat setempat dan masyarakat secara luas dalam meningkatkan kualitas hidup mereka.

Tanggung jawab sosial perusahaan tidak bisa hanya pada perusahaan industri yang menghasilkan dampak negatif pada lingkungan dan masyarakat. Tetapi juga sektor keuangan atau finansial seperti lembaga keuangan bank dan bukan ba

7

Perbankan merupakan salah satu tonggak perekonomian di Indonesia, dikarenakan bank memiliki peran penting dalam usaha penyaluran dana untuk berbagai kepentingan yang secara langsung berhubungan dengan berbagai komunitas lingkungan masyarakat (Djogo: 2006 dalam Janah). Menurut Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 menyatakan bahwa Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank diharuskan tidak hanya menjalankan tugasnya dalam bidang perbankan, namun wajib memberikan bukti kepedulian terhadap komunitas yang secara langsung berhubungan dengan kegiatan operasinya. Salah satu bentuk kepedulian tersebut adalah program *Corporate Social Responsibility* (Janah 2011).

Meskipun perusahaan perbankan tidak secara langsung memiliki dampak kepada lingkungan dan masyarakat, namun pada umumnya perusahaan perbankan melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Hal ini dikarenakan hampir seluruh kegiatan perbankan memiliki dampak langsung kepada masyarakat luas, terutama dari sisi ekonomi, sehingga masyarakat merasakan langsung aktivitas dari perusahaan perbankan tersebut.

*Corporate Social Responsibility* dapat memberikan *image* sosial yang positif pada masyarakat yang penting bagi perusahaan dengan visibilitas publik yang tinggi seperti bank. Hal ini dikarenakan pengungkapan keterlibatan masyarakat terkait dengan cara perusahaan berhubungan dengan masyarakat akan menjadi daya tarik tersendiri untuk diketahui publik, yang ditujukan untuk mendapatkan perhatian masyarakat melalui kegiatan-kegiatan sosial kemasyarakatan. Adanya kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan masyarakat tertarik untuk bergabung menjadi bagian dari perusahaan, baik sebagai konsumen maupun investor (Janah: 2011).

Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan laba yang besar (*profit*) tetapi juga memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*), ini dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya.

### **2.1.2. Ruang Lingkup *Corporate Social Responsibility***

Warda (2013) menguraikan ruang lingkup *Corporate Social Responsibility* dapat dibedakan menjadi empat, yaitu:

1. Keterlibatan perusahaan dalam kegiatan-kegiatan sosial yang berguna bagi kepentingan masyarakat luas.
2. Keuntungan ekonomis yang diperoleh perusahaan.
3. Memenuhi aturan hukum yang berlaku, baik yang berkaitan dengan kegiatan dunia usaha maupun kehidupan sosial masyarakat pada umumnya.
4. Menghormati hak dan kepentingan *stakeholders* atau pihak yang terkait yang mempunyai kepentingan langsung maupun tidak langsung.

Di Indonesia, istilah *Corporate Social Responsibility* semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan *Corporate Social Activity* (CSA) atau aktifitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya dengan CSR secara faktual aksinya mendekati konsep CSR yang mempresentasikan bentuk peran serta dan kepedulian perusahaan terhadap aspek lingkungan.

### **2.1.3. Pengelompokan *Corporate Social Responsibility***

Nugroho (2012) menguraikan tanggung jawab sosial perusahaan kedalam empat kelompok, yaitu:

1. *Economic responsibility*, secara ekonomi tanggungjawab perusahaan adalah menghasilkan barang dan jasa untuk masyarakat dengan harga yang wajar yang memberikan keuntungan bagi perusahaan.
2. *Legal responsibility*, dimana pun perusahaan beroperasi tidak akan lepas dari peraturan dan undang-undang yang berlaku ditempat tersebut terutama peraturan yang berkaitan dengan peraturan lingkungan dan perlindungan konsumen.
3. *Ethical responsibility*, perusahaan tidak hanya patuh pada peraturan dan hukum tetapi perusahaan juga harus memiliki etika.
4. *Discretionary responsibility*, tanggungjawab ini sifatnya sukarela seperti berhubungan baik dengan masyarakat dan menjadi warga negara yang baik.

### **2.1.4. Alasan Perusahaan Menerapkan *Corporate Social Responsibility***

Jannah (2011) menguraikan alasan perusahaan menerapkan CSR adalah:

### 1. Moralitas

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap banyak pihak yang berkepentingan terutama terkait dengan nilai-nilai moral dan keagamaan yang dianggap baik oleh masyarakat.

### 2. Pemurnian kepentingan sendiri

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap pihak-pihak yang berkepentingan kompensasi. Perusahaan berharap akan dihargai karena tindakan tanggung jawab mereka baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

### 3. Teori Investasi

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap *stakeholders* karena tindakan yang dilakukan akan mencerminkan kinerja keuangan perusahaan.

### 4. Mempertahankan Ekonomi

Perusahaan harus bertanggung jawab terhadap *stakeholders* untuk menghindari campur tangan kelompok-kelompok yang ada didalam lingkungan kinerja dalam pengambilan keputusan manajemen.

## 2.2 Nilai Perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu, dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Rika dan Islahuddin, 2008).

Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi, yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat. Nilai perusahaan dalam penelitian ini di definisikan sebagai nilai dasar, seperti halnya penelitian yang pernah dilakukan oleh Nurlela dan Islahuddin (2008), Karena nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran pemegang saham secara maksimum apabila harga saham meningkat. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan (*financing*), dan manajemen aset.

Nilai perusahaan yang tinggi akan di ikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan, sebab

dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipersentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi. Untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan yang terus tumbuh (Rimba dalam Herawaty, 2008).

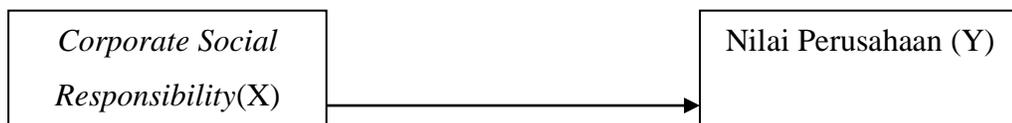
### **2.3 Hasil Penelitian yang Relevan**

1. Amiruddin J (2016) meneliti tentang “Pengaruh program *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Analisis data dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis statistik deskriptif yaitu mendeskripsikan ciri-ciri variabel penelitian yaitu CSR dan nilai perusahaan. Sedangkan dalam analisis statistik inferensial dilakukan pengujian atas hipotesis penelitian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh yaitu  $Y = 6.372 + 35x$  artinya terdapat hubungan positif antara variabel X dan Y. Korelasi nilai r sebesar 0,99 artinya bahwa korelasi variabel X dan Y adalah sangat kuat. Uji t hipotesis diperoleh  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $10,07 \geq 4,30$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa program CSR yang dilakukan oleh perusahaan otomotif di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 berpengaruh signifikan terhadap total penjualan.

2. Fitra (2013) yang dahulu meneliti tentang “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, Pengaruh Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Tahun 2011)”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Manajemen, serta interaksi antara *Corporate Social Responsibility* dan Kepemilikan Instusional tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

#### 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui kerangka pemikiran sebagai berikut.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.5 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah uraikan sebelumnya maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

H<sub>1</sub> : Diduga bahwa *Corporate social responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan padaperusahaanPT. Bank Rakyat Indonesia Tbk, beralamat Jl. Jend. Sudirman.Kav 44-46, Bendungan Hilir Tanah abang.

### **3.2 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian bersifat deskriptif dan analisis statistik inferensial dalam penelitian ini digunakan untuk memberikan informasi mengenai variabel-variabel penelitian yaitu, tanggung jawab sosial (CSR) dan nilai perusahaan.

### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.3.1 Jenis data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat oleh pihak lain) yang berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan Bank Rakyat Indonesia, Tbk yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) dari tahun 2014-2016.

### 3.3.2 Sumber data

Data dalam penelitian ini adalah data yang dipublikasikan melalui *website* Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)).

15

### 3.4 Teknik Pengumpulan I

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data melalui catatan atau arsip yang terdapat pada pihak perusahaan dengan cara membuat suatu daftar (*checklist*) pengungkapan sosial. Dokumentasi yang dilakukan dengan mengumpulkan data seki *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD), dan situs BEI yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Dan website atau situs perusahaan terkait.

### 3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini digunakan 2 (dua) variabel yaitu variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*). Berikut akan dijelaskan masing-masing variabel diatas.

#### 1. Variabel independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu proses mengkomunikasikan dampak-dampak

sosial dan lingkungan dari keseluruhan aktifitas yang dilakukan oleh perusahaan. Variabel ini dapat diukur dengan melihat biaya bina lingkungan (X1).

Biaya Bina Lingkungan adalah Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk bina lingkungan melalui pelaksanaan kegiatan sosial perusahaan. Misalnya: donasi untuk bencana alam, pendidikan atau pelatihan, peningkatan kesehatan, sarana dan prasarana ibadah, sarana dan prasarana umum, pelestarian alam, dan bantuan sosial pengentasan kemiskinan.

## 2. Variabel Dependen

Nilai perusahaan disimbolkan dengan (Y). Nilai perusahaan yang tinggi akan di ikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. semakin tinggi harga saham semakin tinggi nilai perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan pemegang saham dan perusahaan dipersentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi. Untuk mengukur nilai yang diberikan pasar keuangan kepada manajemen dan organisasi perusahaan yang terus tumbuh rumus yang di gunakan adalah.

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{\text{Harga saham per lembar}}{\text{Nilai buku ekuitas per lembar}}$$

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis statistik deskriptif yaitu mendeskripsikan ciri-ciri variabel penelitian yaitu CSR dan nilai perusahaan. Sedangkan dalam analisis statistik inferensial penulis akan melakukan pengujian atas hipotesis penelitian yang telah dibuat.

#### 3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Algifari (2013), analisis regresi bertujuan menentukan persamaan regresi yang baik dan dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen. Taksiran yang dihasilkan merupakan taksiran yang terbaik (kesalahan taksiran yang paling kecil). Analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana yang dihitung secara manual dikarenakan data penelitian yang dipakai tidak memenuhi untuk pengujian statistik dengan alat bantu aplikasi SPSS. Ada pun persamaan regresi linier sederhana yaitu:  $Y = a + bX$ , dimana:

Y = Nilai Perusahaan

a dan b = Bilangan Konstanta

X = CSR

Untuk menghitung nilai konstanta a dan b digunakan rumus yaitu:

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Data

### 3.6.2 Pengujian Korelasi

Selanjutnya untuk menghitung korelasi atau hubungan antara kedua variabel (X dan Y) digunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n \cdot (\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{[n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Data

Klasifikasi hubungan antara kedua variabel penelitian ditentukan dengan berpedoman kepada kriteria di bawah ini:

**Tabel 3.1**  
**Klasifikasi Korelasi Variabel Penelitian**

Besarnya Koefisien	Kategori Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,39	Lemah
0,40 – 0,59	Cukup Kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,80 – 1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012

### 3.6.3 Pengujian Hipotesis dengan Uji t

Hipotesis yang telah dibuat sebelumnya akan diuji dengan rumus:

1. t hitung, rumusnya yaitu:

$$\frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

2. t tabel, rumusnya yaitu t tabel = t (a/2) (n – 2) dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

Adapun kriteria pengujian yang digunakan yaitu:

1. Jika t hitung  $\geq$  t tabel maka  $H_a$  diterima artinya berpengaruh signifikan.
2. Jika t hitung  $<$  t tabel maka  $H_a$  ditolak artinya tidak berpengaruh signifikan.